

T.C.  
Mersin Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

SİYASETÇİLERİN TURİZM ALGILAMALARI

Gülser YAVUZ

Danışman  
Doç. Dr. Kamil UNUR

DOKTORA TEZİ

Mersin, 2015



T.C.  
MERSİN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ  
Sosyal Bilimler Enstitü Müdürlüğü



YEMİN METNİ

Doktora tezi olarak sunduğum “Siyasetçilerin Turizm Algılamaları” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel etik kurallara ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını ve yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini onurumla doğrularım.

25/08/2015

Gülser YAVUZ

Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Gülser YAVUZ tarafından hazırlanan “Siyasetçilerin Turizm Algılamaları” başlıklı bu çalışma, jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalında DOKTORA TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başarılı

Başarısız

Üye

Doç. Dr. Kamil Unur  
(Danışman)

Üye

Prof. Dr. Orhan İçöz

Üye

Prof.Dr. Kemal Birdir

Üye

Doç.Dr.Tevfik Aytemiz

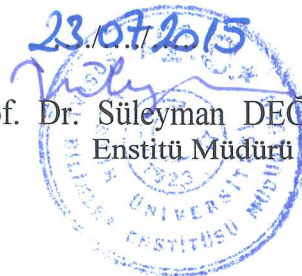
Üye

Doç.Dr.Şafak Ünüvar

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylıyorum.

23.07.2015  
Prof. Dr. Süleyman DEĞİRMEN  
Enstitü Müdürü



## ÖNSÖZ

Tüm lisansüstü eğitimim, akademik ve idari çalışma hayatım boyunca bana her konuda destek vererek bugünlere gelmemde çok büyük emeği olan, hep duacısı olduğum ve ömrümün sonuna kadar duacısı olacağım saygı değer hocam Sayın Prof. Dr. K. Suha AYDIN'A...

Bugünlere gelebilmem için ilgi ve desteğini esirgemeyen değerli hocam Sayın Prof. Dr. Gürol EMEKDAŞ'a...

Akademik hayatımda her fırsatta bana destek olan, vakit ayıran, görüş ve önerilerini paylaşan, sürekli çalışmam yönünde baskı yaparak dinlenmeme hiç izin vermeyen, hem çok değerli hocam, hem can dostum Prof. Dr. Derya Ümit TALAS'a...

Doktora sürecimin başlangıcından itibaren gerek eğitim dönemimde gerekse yaptığımız bilimsel çalışmalarda değerli bilgileriyle yetişmeme büyük katkı sağlayan, tez konumun belirlenmesinden tamamlanmasına kadarki her aşamada büyük yardımları olan değerli hocam Sayın Prof. Dr. A. Celil Çakıcı'ya...

Tez izleme toplantılarımda değerli görüş, öneri ve katkılarını sunan aynı zamanda lisansüstü hocalarım olarak da yetişmemde büyük emekleri olan değerli hocalarım Prof. Dr. Kemal BİRDİR ve Doç. Dr. Tevfik AYTEMİZ'e...

İdari çalışma hayatımda rahat ve verimli çalışabilmem konusunda benden yardım ve desteklerini esirgemeyen çok sevgili dostlarım Dilek ÖZDEMİR ve Zehra ULUSAN KESKİN'e...

Tezimin zorlu ve stresli veri toplama aşamasında bana bu konuda destek veren Yunus ÖZDEMİR, Doç. Dr. Erol YAŞAR, Prof. Dr. Ayşegül YILGÖR, Prof. Dr. Mehmet İsmail YAĞCI ve Galip KÜTÜK'e...

Ankara’da veri toplama aşamasında beni Meclis’de günlerce ağırlayan, milletvekillerine ulaşmam ve anketlerimi uygulamam konusunda çok büyük destek veren ve yardımcı olan, Mustafa KIZIL, Yasemin KARAŞEN, İbrahim Zait CEYHAN, Cihan Alptekin KOŞAT, Emrah TURFANDA ve Hüseyin ÖZYURT’a...

Veri toplama konusunda sağladığı maddi destek için Mersin Üniversitesi Araştırma Projeleri Birimi’ne...

Tezimin yazım aşamasında yardım ve desteklerini esirgemeyen sevgili Ceylin ŞANLI ve Arş. Gör. Ferhat ŞEKER’e...

Tezimin istatistiksel veri analizinde yardımcı olarak bana büyük destek veren Prof. Dr. Arzu KANIK ve Onur ÖZTORNACI’ya...

Tez çalışmam boyunca her konuda destek ve moral veren ve hep yanımda olduklarımı hissettiren çok sevgili dostlarım Banu ES YILMAZ, Fidel ÇAKMAK ve Betül ARAP’a,,,

Dünyanın en iyi ve en fedakar annesi Aygül KANSU’ya, rol modelim biricik babam Ali KANSU’ya, aynı zamanda en yakın arkadaşım da olan canım kardeşim Özlem KAPTAN’a ve canım ağabeyim Süleyman KANSU’ya...

Varlık nedenlerim ve varlıkları için Allah’a her gün şükrettiklerim, hayatımın anlamları, kendilerine ayıramadığım her saat için binlerce özür dileyerek sevgili aileme; oğullarım, canlarım, prenslerim Mert YAVUZ, Arda Berk YAVUZ ve en büyük destekçim, vazgeçilmezim, her şeyim, 21 yıllık eşim Ahmet YAVUZ’a...

Öncelikle “çok iyi bir insan” ve “çok iyi bir hoca” olduğuna gönülden inandığım, bilgileriyle, hayat görüşüyle bende ufuklar açan, kendisini her zaman rahatlıkla danışabileceğim bir ağabey olarak görmemi, umutsuzluğa kapıldığım ve motivasyonumun en düşük olduğu anlarda bir pozitif tavrıyla moral vererek ve önerilerde bulunarak tekrar

harekete geçmemi ve hep “iyi ki danışmanım olmuş” dememi sağlayan çok değerli hocam Doç. Dr. Kamil UNUR’a...

Son olarak yoğun programlarında araştırmama katılma nezaketini göstererek bana destek veren başta milletvekilleri olmak üzere tüm siyasetçilere

*sonsuz teşekkürlerimi sunarım.*

## ÖZET

Tezde, Türk turizm endüstrisinin gelişmesi ve büyümesindeki kararlarda etkili ve söz sahibi olan siyasetçilerin; turizmi ve turizmin etkilerini nasıl algıladıkları, turizme ne derece önem verdikleri, endüstri hakkındaki bilgileri ve bilgilendirilme durumlarının belirlenebilmesi amacıyla TBMM’de grubu bulunan siyasi partilerin milletvekilleri ile il başkanları ve il belediye başkanları üzerinde bir alan araştırması yapılmıştır. 160 milletvekili, 33 belediye başkanı ve 288 il başkanı olmak üzere toplam 481 siyasetçiye açık ve kapalı uçlu sorulardan oluşan bir anketin uygulandığı araştırmada; siyasetçilerin genelinde turizme önem verdiği, gelecekte de Türk turizmini dünyada önemli bir konumda gördükleri ve turizm sektörünün genel istatistikî verileri ile ilgili yetersiz ve yanlış bilgilere sahip oldukları sonuçlarına ulaşılmıştır. Aynı zamanda siyasetçilerde turizmin olumlu ekonomik algılarının yüksek olduğu ve iktidar partisi ile muhalefet partilerinin, özellikle sosyo-kültürel algılarda olmak üzere, turizmin etkileri konusundaki algılamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Siyasetçilerin temsilcisi oldukları illerden kendilerine turizme yönelik düşük sıklıkta talep geldiği ve büyük orandaki siyasetçiye ise hiç talep gelmediği belirlenmiştir. Siyasetçilere illerinden gelen turizme yönelik gelen talepler ve illerinin endüstrisinin gelişimi için siyasetçilerin verdikleri destekler örneklerle ve detaylıca açıklanmıştır. Türk turizm sektörüne siyasetçilerin destek ve ilgilerinin nasıl artırılacağı ile ilgili olarak da siyasetçiler; kendileri, turizm sektör temsilcileri, hükümet ve halk için görüş ve öneriler sunmuşlardır. Öne çıkan en önemli sonuçlardan birisi de siyasetçilerin birkaçı dışında turizm örgütlerini tanımamaları ve örgütlenme konusunda eksiklikleri olduğunu belirtmeleridir. Tezin sonuçlarının, turizm sektör ve akademisyenlerine, sivil toplum

kuruluşlarına ve siyasetçilerin kendilerine önemli ve yararlı bilgiler sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Siyaset, Siyasetçi, Algı, Karar, Milletvekilleri, Turizm algısı.



## ABSTRACT

Politicians are influential and crucial on decisions about development and growth of tourism industry. This study/thesis aims to identify; “how politicians perceive tourism and its effects”, “the importance level of tourism for politicians”, “knowledge of politicians about tourism industry and how much they informed about tourism” by a field research on deputies, mayors and provincial chairmen of parties that own a group at The Grand National Assembly of Turkey (TBMM).

A survey that consists of open and closed ended questions has been performed to 481 politicians including 160 deputies, 33 mayors, 288 provincial chairmen. Even though the results show that politicians have wrong and inadequate knowledge about tourism’s general statistics, most of them care about tourism and have a belief that Turkish tourism will continue to be one of the World's most important industries. In addition, politicians have highly positive beliefs about tourism’s economic contribution. Especially, from the sociocultural point of view, there are significant differences between the government party and opposition parties’ politicians on perceptions about tourism’s effects.

There are little or mostly no demands about tourism to politicians. The demands that come to politician’s from their province and supports of politicians about tourism and industrial development are explained widely through examples. Politicians shared their opinions and suggestions not just to themselves, but also to tourism sector representatives, academicians, government and public about increasing interests and supports of politicians to tourism. One of the most important results is that politicians don’t know tourism foundations except several, and point out their lack of organization.

It is thought that the results of this investigation may provide important and beneficial information to tourism sector representatives, academicians, non-governmental organizations and politicians.

**Key Words:** Politic, Politician, Perception, Decision, Parliamentarian, Perception of Tourism

**İÇİNDEKİLER**

<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>i</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KISALTMALAR LİSTESİ</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ŞEKİLLER LİSTESİ</b> .....	<b>xv</b>
<b>TABLolar LİSTESİ</b> .....	<b>xvi</b>
<b>EKLER LİSTESİ</b> .....	<b>xx</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>21</b>
<b>I. BÖLÜM: TANITMA</b> .....	<b>34</b>
I. 1. Problemin Tanımı .....	34
I. 2. Amaç ve Önem .....	36
I. 3. Tanımlar .....	38
<b>II. BÖLÜM: KAVRAMSAL ÇERÇEVE</b> .....	<b>43</b>
II.1. Karar Kavramı ve Karar Verme Süreci .....	43
II. 1. 1. Bireysel Karar Verme .....	45
II. 1. 2. Örgütsel/Yönetimsel Karar Verme.....	45
II. 2. Karar Verme Yaklaşımları.....	46
II. 2. 1. Weberci Ussal Davranış Yaklaşımı .....	46
II. 2. 2. Smithci Ussal Davranış Yaklaşımı .....	48
II. 2. 3. Orta Yol (Karma Model) Bulma Girişimi.....	50
II. 3. Karar Verme Sürecini Etkileyen Faktörler .....	54
II. 3. 1. Algılama Kavramı .....	57
II. 3. 2. Algılama Yönetimi.....	61
II. 4. Siyaset Kavramı.....	64

II. 4. 1. Siyasi Güçler .....	71
II. 4. 1. 1. Siyasi Partiler .....	72
II. 4. 1. 1. 1. Siyasi Parti Kavramı.....	72
II. 4. 1. 1. 2. Siyasi Parti Tipolojisi .....	74
II. 4. 1. 1. 3. Siyasi Parti ve İdeoloji.....	80
II. 4. 1. 2. Baskı Grupları .....	81
II. 4. 1. 3. Kamuoyu .....	84
II. 4. 1. 4. Bürokrasi .....	87
II. 4. 2. Yerel Siyaset Kavramı ve Aktörleri .....	91
II. 5. Siyaset ve Tutum .....	96
II. 6. Siyaset ile Algılama ve Algılama Yönetimi İlişkisi .....	101
II. 7. Siyasetçilerin Turizm Endüstrisindeki Rolü.....	103
II. 8. Türkiye’de Karar Alma Mekanizması.....	110
II. 8. 1. Milletvekili.....	113
II. 8. 2. Meclis Siyasi Parti Grupları .....	116
II. 8. 3. Meclis Başkanlık Divanı .....	117
II. 8. 4. Meclis Danışma Kurulu .....	117
II. 8. 5. Meclis Komisyonları.....	118
II. 8. 6. Bakanlar Kurulu .....	118
II. 8. 7. Cumhurbaşkanı .....	119
II. 9. Türkiye’de Siyasetçilerin Turizm Endüstrisine Yaklaşımı .....	120
<b>III. BÖLÜM: LİTERATÜR ARAŞTIRMASI.....</b>	<b>127</b>
III. 1. Paydaş Grubu Olarak Siyasetçilerin/Karar Vericilerin Algı ya da Görüşlerine İlişkin Literatür Taraması.....	129

III. 2. Yasa Yapıcıların/Siyasetçilerin Algı ya da Görüşlerine İlişkin Literatür Taraması .....	137
---	-----

#### **IV. BÖLÜM: TÜRKİYE’DE SİYASETÇİLERİN TURİZM ALGILAMALARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA .....146**

IV. 1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi .....	146
IV. 2. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama Tekniği .....	148
IV. 3. Araştırma Soruları.....	151
IV. 4. Araştırmanın Varsayımları.....	151
IV. 5. Araştırmanın Sınırlamaları.....	155
IV. 6. Anketin Uygulanması .....	156
IV. 7. Veri Analizinde Kullanılan Teknikler.....	157
IV. 8. Veri Toplama Aracındaki Ölçeklerin Geçerliği.....	157
IV. 9. Veri Toplama Aracındaki Turizmin Etki Algılaması Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi .....	158

#### **V. BÖLÜM: BULGULAR VE YORUMLAR.....161**

V. 1. Siyasetçilerin Demografik Özelliklerine Göre Frekans Dağılımları.....	161
V. 2. Siyasetçilerin Turizm Sektör Bilgilerine Yönelik Bulgular .....	164
V. 3. Siyasetçilerin Bilgi Sahibi Oldukları Turizm Endüstrisi Rapor Sayılarına İlişkin Bulgular.....	177
V. 4. Siyasetçilerin Turizmin Önemi ile İlgili Algılarına Yönelik Bulgular.....	179
V. 4. 1. Siyasi Parti- Görev Önem Derecesi Karşılaştırmaları .....	182
V. 4. 1. 1. Siyasetçilerin Partilerine Göre Verdikleri Önem Derecesinin Karşılaştırması .....	182
V. 4. 1. 2. Siyasetçilerin Görevlerine Göre Verdikleri Önem Derecesinin Karşılaştırılması.....	183

V. 4. 2. Siyasi Partilerin, Diğer Siyasi Partilerin Turizme Verdiği Önem Derecesini Algılamalarının Kruskal Wallis Testi Sonuçları.....	184
V. 5. Siyasetçilerin Turizm Sektöründe Verilen Ücretlerin Düzeyi Hakkındaki Algılarına Yönelik Bulgular .....	186
V. 5. 1. Siyasi Parti - Görev ile Ücret Düzeyi Algıları Karşılaştırmaları .....	188
V. 5. 1. 1. Siyasetçilerin Siyasi Partilerine Göre Ücretlerin Düzeyi Hakkındaki Algılarına Yönelik Bulgular .....	188
V. 5. 1. 2. Siyasetçilerin Görevlerine Göre Ücretlerin Düzeyi Hakkındaki Algılarına Yönelik Bulgular .....	189
V. 6. Siyasetçilerin Turizm Sektöründeki Vergi Oranları Hakkındaki Görüşlerine Yönelik Bulgular .....	189
V. 6. 1. Siyasetçilerin Görevlerine Göre Vergi Oranları Hakkındaki Görüşlerinin Karşılaştırılmasına Yönelik Bulgular .....	191
V. 7. Siyasetçilerin Devletin Turizm Tanıtım Bütçe Miktarı Hakkındaki Görüşlerine Yönelik Bulgular .....	191
V. 8. Siyasetçilerin Türkiye’de Kamu Kaynaklarının Dağıtımında Turizme Hangi Sırada Öncelik Verdiklerine Yönelik Bulgular .....	193
V. 9. Siyasetçilerin Gelecekte Türk Turizmini Nerede Gördükleri ile İlgili Bulgular .....	195
V. 9. 1. Siyasetçilerin Gelecekte Türk Ekonomisine En İyi Gelir Sağlayacak Endüstriler Hakkındaki Görüşlerine Yönelik Bulgular .....	195
V. 9. 2. Siyasetçilerin Gelecekte Dünyada Türk Turizminin Yerini Nerede Gördüklerine Yönelik Bulgular .....	200
V. 10. Siyasetçilerin Turizm Sektörü Temsilcilerine Yönelik Görüşleriyle İlgili Bulgular .....	204

V. 10. 1. Siyasetçilerin Turizm Sektörü Destek Derecesi Görüşlerinin Siyasi Partilerine Göre Karşılaştırmaları.....	205
V. 11. Siyasetçilerin Turizmin Gelecek Yasama Döneminde Meclis Çalışmalarında Yer Alma Durumu Hakkındaki Bulgular.....	207
V. 11. 1. Siyasetçilerin Gelecek Yasama Döneminde Meclis Çalışmalarında Yer Alma Durumu Görüşlerinin Partilerine Göre Karşılaştırılması.....	209
V. 12. Siyasetçilerin Temsilcisi Oldukları İllerle İlgili Araştırma Sorularına İlişkin Bulgular.....	210
V. 12. 1. Siyasetçilere İllerinden Gelen Turizme Yönelik Talep Sıklıkları İle İlgili Bulgular.....	210
V. 12. 1. 1. Siyasetçilere İllerinden Gelen Turizme Yönelik Talep Sıklıkları ile Turizm İli Karşılaştırılması.....	211
V. 12. 1. 2. Siyasetçilere İllerinden Gelen Turizme Yönelik Taleplerin Neler Olduğu ile İlgili Bulgular.....	212
V. 12. 2. Siyasetçilerin İllerinin Turizm Endüstrisinin Gelişimine Yardımcı Olmaya Yönelik Destekleri Hakkındaki Bulgular.....	217
V. 12. 2. 1. Siyasetçilerin Partileri ile İllerinin Turizm Endüstrisinin Gelişimine Yardımcı Olmaya Yönelik Desteklerinin Karşılaştırılması.....	219
V. 12. 2. 2. Siyasetçilerin İllerinin Turizm Endüstrisinin Gelişimine Yardımcı Olmak İçin Destek Oldukları Çalışmaların Neler Olduğuna Dair Bulgular.....	220
V. 12. 3. Siyasetçilere İllerine Gelen Turistin Kendilerine Ne Anlam İfade Ettiğine İlişkin Bulgular.....	224
V. 13. Siyasetçilerin Turizm İmajı Algılarına Yönelik Bulgular.....	225

V. 13. 1. Siyasetçilerin Türkiye'nin Turizm İmajı Hakkındaki Algılarına Yönelik Bulgular .....	225
V. 13. 2. Siyasetçilerin Temsilcisi Oldukları İllerin Turizm İmajı Algılarına Yönelik Bulgular .....	226
V. 13. 2. 1. Siyasetçilerin Temsilcisi Oldukları İllerinin İmaj Algılarının Turizm İli Olup Olmamasına Göre Karşılaştırılması.....	228
V. 14. Siyasetçilerin Turizmi ve Turizmin Etkilerini Algılamalarına Yönelik Bulgular.....	229
V.14.1. Siyasetçilerin Turizmin Ekonomik Etkilerini Algılama Bulguları.....	229
V.14.2. Siyasetçilerin Turizmin Sosyo-Kültürel Etkilerini Algılama Bulguları.....	237
V.14.3. Siyasetçilerin Turizmin Çevresel Etkilerini Algılama Bulguları.....	252
V.15. Siyasetçilerin Türk Turizm Endüstrisinin Mevcut Durumuna İlişkin Görüşlerine İlişkin Bulgular .....	257
V.16. Siyasetçilerin Türk Turizm Sektöründeki Hizmet Kalitesi Algıları Bulguları.....	259
V. 17. Nitel Bulgular	261
V. 17. 1. Siyasetçilerin, Türk Turizm Sektörüne Siyasetçilerin Desteğinin ve İlgisinin Nasıl Arttırılabileceği İle İlgili Görüşlerine Yönelik Bulgular .....	261
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER .....</b>	<b>276</b>
<b>KAYNAKLAR.....</b>	<b>302</b>
<b>EKLER</b>	



**KISALTMALAR LİSTESİ**

<b>AB</b>	Avrupa Birliği
<b>ABD</b>	Amerika Birleşik Devletleri
<b>AKP</b>	Adalet ve Kalkınma Partisi
<b>AKTOB</b>	Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeler Birliği
<b>ANAP</b>	Anavatan Partisi
<b>CHP</b>	Cumhuriyet Halk Partisi
<b>DPT</b>	Devlet Planlama Teşkilatı
<b>HDP</b>	Halkların Demokratik Partisi
<b>IMF</b>	International Monetary Fund
<b>GSMH</b>	Gayri Safi Milli Hasıla
<b>MHP</b>	Milliyetçi Hareket Partisi
<b>ÖTV</b>	Özel Tüketim Vergisi
<b>STK</b>	Sivil Toplum Kuruluşu
<b>TBMM</b>	Türkiye Büyük Millet Meclisi
<b>TDK</b>	Türk Dil Kurumu
<b>TUROB</b>	Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği
<b>TÜİK</b>	Türkiye İstatistik Kurumu
<b>TÜRSAB</b>	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
<b>TÜROFED</b>	Türkiye Otelciler Federasyonu
<b>TÜSİAD</b>	Türkiye Sanayici ve İşadamları Derneği
<b>UNESCO</b>	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
<b>UNWTO</b>	The United Nations World Tourism Organization

**ŞEKİLLER LİSTESİ**

<b>Şekil 1:</b> Easton Siyasi Sistem Modeli .....	68
<b>Şekil 2:</b> Uyarlanmış Siyasi Sistem Modeli .....	70
<b>Şekil 3:</b> Siyasetçilerin 2023’de Türkiye Ekonomisine En İyi Gelir Sağlayacak İlk Sıradaki Endüstri Görüşleri .....	196

## TABLOLAR LİSTESİ

<b>Tablo 1:</b> Çalışma Evreni Tablosu .....	147
<b>Tablo 2:</b> Turizmin Etki Algılaması Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi Sonuçları .....	160
<b>Tablo 3:</b> Siyasetçilerin Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı.....	161
<b>Tablo 4:</b> Siyasetçilerin Parti, Cinsiyet, Görev ve Görev Süresi Dağılımları .....	162
<b>Tablo 5:</b> Türkiye’de En Çok Turist Alan İller 2013 .....	164
<b>Tablo 6:</b> Siyasetçilerin Turizm Sektör Verileri Hakkındaki Bilgileri .....	174
<b>Tablo 7:</b> Milletvekillerinin Turizm Sektör Verileri Hakkındaki Bilgileri .....	174
<b>Tablo 8:</b> Belediye Başkanlarının Turizm Sektör Verileri Hakkındaki Bilgileri.....	175
<b>Tablo 9:</b> AKP İl Başkanlarının Turizm Sektör Verileri Hakkındaki Bilgileri .....	175
<b>Tablo 10:</b> CHP İl Başkanlarının Turizm Sektör Verileri Hakkındaki Bilgileri .....	176
<b>Tablo 11:</b> MHP İl Başkanlarının Turizm Sektör Verileri Hakkındaki Bilgileri.....	176
<b>Tablo 12:</b> HDP İl Başkanlarının Turizm Sektör Verileri Hakkındaki Bilgileri.....	177
<b>Tablo 13:</b> AKP’nin Diğer Partilerin Turizme Verdiği Önem Derecesini Algılaması .....	185
<b>Tablo 14:</b> CHP’nin Diğer Partilerin Turizme Verdiği Önem Derecesini Algılaması .....	185
<b>Tablo 15:</b> MHP’nin Diğer Partilerin Turizme Verdiği Önem Derecesini Algılaması .....	185
<b>Tablo 16:</b> HDP’nin Diğer Partilerin Turizme Verdiği Önem Derecesini Algılaması .....	185
<b>Tablo 17:</b> Siyasetçilerin Türkiye’de Kamu Kaynaklarının Dağıtımındaki Öncelik Puanları .....	193
<b>Tablo 18:</b> Siyasetçilerin Türkiye’de Kamu Kaynaklarının Dağıtımında Turizmin Sırası Hakkındaki Görüşleri .....	194
<b>Tablo 19:</b> 2023’de Türk Ekonomisine En İyi Gelir Sağlayacak Endüstri Listesi 1. Sıra Görüşleri.....	197

<b>Tablo 20:</b> 2023’de Türk Ekonomisine En İyi Gelir Sağlayacak Endüstri Listesi 2. Sıra Görüşleri.....	198
<b>Tablo 21:</b> 2023’de Türk Ekonomisine En İyi Gelir Sağlayacak Endüstri Listesi 3. Sıra Görüşleri.....	199
<b>Tablo 22:</b> 2023’de Türk Ekonomisine En İyi Gelir Sağlayacak Endüstri Listesi 4. Sıra Görüşleri.....	199
<b>Tablo 23:</b> 2023’de Türk Ekonomisine En İyi Gelir Sağlayacak Endüstri Listesi 5. Sıra Görüşleri.....	200
<b>Tablo 24:</b> Siyasetçilere İllerinden Gelen Turizme Yönelik Talepler.....	213
<b>Tablo 25:</b> Siyasetçilerin İllerinin Turizm Endüstrisinin Gelişimi İçin Destek Oldukları Çalışmalar.....	221
<b>Tablo 26:</b> Siyasetçilerin İllerine Gelen Turistler Hakkındaki Görüş İfadeleri.....	224
<b>Tablo 27:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin İş Alanları Yaratma” Algısı İlişkisi ....	230
<b>Tablo 28:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Yatırım Arttırma” Algısı İlişkisi .....	231
<b>Tablo 29:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Alt ve Üst Yapıya Etkileri” Algısı İlişkisi .....	232
<b>Tablo 30:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Gelir Düzeyine Katkı Etkileri” Algısı İlişkisi.....	234
<b>Tablo 31:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Fiyatları Arttırma” Algısı İlişkisi .....	235
<b>Tablo 32:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Bölgesel Farklılıkları Azaltma” Algısı İlişkisi .....	236
<b>Tablo 33:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Yaşam Kalitesini İyileştirme Etkileri” Algı İlişkisi .....	237
<b>Tablo 34:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Tarihi Kaynakların Korunmasına Katkı” Algısı İlişkisi .....	239

<b>Tablo 35:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Tarihi Kaynakların/Eserlerin Korunmasına Olumsuz Etki” Algısı İlişkisi .....	241
<b>Tablo 36:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Turistlerin Halkı Olumsuz Etkilemesi” Algısı İlişkisi .....	242
<b>Tablo 37:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Alkol Tüketimini Arttırma” Algısı İlişkisi .....	244
<b>Tablo 38:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Fuhuşu Arttırma” Algısı İlişkisi .....	245
<b>Tablo 39:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Halkın Kendi Kültürünü Tanıması” Etkisi Algısı İlişkisi .....	247
<b>Tablo 40:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Gelenek ve Göreneklere Zarar Vermesi” Algısı İlişkisi .....	248
<b>Tablo 41:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Farklı Kültürlerin Tanınmasını Sağlama Etkisi” Algısı İlişkisi .....	250
<b>Tablo 42:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Suç Oranını Arttırma” Etkisi Algısı İlişkisi .....	251
<b>Tablo 43:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Doğal Çevreyi Olumsuz Yönde Etkileme” Algısı İlişkisi .....	253
<b>Tablo 44:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Doğal Çevrenin Korunmasına Katkısı” Algısı İlişkisi .....	254
<b>Tablo 45:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Trafiği Olumsuz Yönde Etkileme” Algısı İlişkisi .....	255
<b>Tablo 46:</b> Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Yaban Hayatının Korunmasına Katkısı” Algısı İlişkisi .....	257

<b>Tablo 47:</b> Siyasetçilerin Türk Turizm Endüstrisinin Mevcut Durumuna İlişkin Görüş İfadeleri.....	258
<b>Tablo 48:</b> Siyasetçilerin Partilerine Göre Hizmet Kalitesi Algıları.....	260
<b>Tablo 49:</b> Türk Turizm Sektörüne Siyasetçilerin Desteğinin ve İlgisinin Nasıl Arttırılabileceği Konusundaki Düşünceler .....	262

## **EKLER LİSTESİ**

**EK 1:** Siyasetçilerin Turizm Algılaması Anket Formu

**EK 2:** Ankette Uyarlanarak Kullanılan Soruların Kullanım İzni

**EK 3:** Turizmin Etkisi Algı Ölçeğinin Maddelerinin Kullanım İzinleri

**EK 4:** Katılımcı Siyasetçilerin Temsil Ettiği İller Tablosu

**EK 5:** Turizmin Etkisi Algı Ölçeğinin Maddelerinin Alındığı Çalışmalar

## GİRİŞ

Turizm endüstrisi, dünya genelinde yarattığı ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel etkileri ile hizmet sektörü içerisinde çok önemli bir paya sahiptir. İletişim teknolojileri, ulaşımdaki değişim ve gelişmeler vb. göstergeler turizmi; siyasi, ekonomik, finansal ve kültürel önemiyle küresel ekonomik gelişmenin en güçlü araçlarından biri yapmıştır (Gee, 1994:4). Turizm endüstrisi, küresel ekonominin en hızlı büyüyen endüstrilerinden (Çeken, 2004:2) ve dünya ekonomisi içerisinde en fazla gelir yaratan üç endüstriden birisidir (Çavuş, Ege ve Çolakoğlu, 2009:3). Dünya Turizm Örgütü'ne göre 2014'de 1 milyar 138 milyon kişi turizm hareketlerine katılmış, 1.245 trilyon \$ gelir elde edilmiştir (UNWTO World Tourism Barometer, 2015). Böylesine önemli bir pastadan pay almak için ülke grupları, ülkeler, ülke içindeki bölgeler hatta kentler çeşitli stratejiler belirleyerek rekabet etmektedirler.

Günümüzde turizm açısından popüler ülkelere ve dünyanın en büyük turizm destinasyonu olan Avrupa Birliği gibi entegrasyonlara bakıldığında; turizmi ekonomik kalkınmada çok önemli bir araç olarak algıladıkları ve karar mekanizmalarının uyguladıkları politikalarla turist akışlarını etkileyebildikleri görülmektedir. Karar mekanizmalarının başında ise siyasetçiler gelmektedir. Bir başka deyişle, genel olarak tüm politikalar özel olarak ise turizm politikaları siyasetçilerin kararlarına dayanmaktadır.

Türkiye uluslararası turizmden pay alan ve bu payını arttırmak isteyen ülkelerden birisidir. Bu amaçla siyasetçiler, turizmin tarihsel gelişim süreci boyunca, algılamaları doğrultusunda turizmi geliştirmek için genel ekonomi ve turizm politikaları oluşturmuşlardır. Bu süreçte ülkelerin turizm politikaları, koşulların ve buna bağlı olarak karar vericilerin algılamalarının da değişmesiyle yeni anlamlar, boyutlar ve hedefler kazanmıştır. Turizm politikası geçmişte “iç ve dış turizmin geliştirilmesi,



ekonomik fonksiyonlardan en yüksek düzeyde yararlanılması için kamu yönetiminin turizm alanında aldığı önlem ve yaptığı tüm müdahaleler” olarak tanımlanmakta iken; günümüzde ise Turizm Bakanlığı’nca “turizmden sağlanan ekonomik, sosyal ve kültürel kazançların en yüksek düzeye çıkarılması ve maliyetleri en aza indirmeyi amaçlayan dinamik bir politika” şeklinde tanımlanmaktadır (Batman ve Türkay, 2009: 14-15). Turizm olayı bir ülkenin değişik ekonomik ve sosyal faaliyetleri ile ilgili ve ilişkili olduğundan, turizm politikası ve bu politikanın hedefleri ülkenin genel ekonomi ve sosyal politika hedeflerinden soyutlanamamaktadır. Bu bağlamda turizm politikasının başlıca hedefleri; ülkenin ekonomik büyümesine ve kalkınmasına, gelir dağılımındaki eşitsizlik ve bölgeler arasındaki gelişme farklılıklarının giderilmesine ve ödemeler dengesine olumlu katkıda bulunulmasına, tam istihdamın gerçekleşmesine ve fiyat istikrarı sağlanmasına yardımcı olmak ve doğal ve tarihsel kaynakları korumaktır (Olalı, 1990: 39-44). Türkiye’de de karar vericiler tarafından, farklı dönemlerde farklı faydalar algılanarak turizm politikaları oluşturulmuştur. Türk Turizm Endüstrisi’nde planlı dönemler olan 1960’lı yıllar ve 1980’den günümüze kadar iki önemli dönem yaşanmıştır. Turizm, 1963’den itibaren planlarda yer almak suretiyle büyük bir ivme kazanmış, günümüzde de Türkiye ekonomisinde çok önemli bir yere ulaşmıştır (Çavuş vd., 2009:1). 1960-2013 dönemindeki genel ekonomik gelişmeler çerçevesinde turizm politikaları incelenerek siyasetçilerin kararlarının temelinde yatan algılamaları ve bu algılamaların turizm endüstrisine etkileri görülebilmektedir.

Türkiye’de 1950’de “Turizm Müesseseleri Teşvik Kanunu” ile işletmelerle ilgili düzenlemeler yapılmış (Toker, 2007:82) ve 1953 yılında ilk kez çıkarılan “Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu” ile turizm politikasının esasları tespit edilmiştir. İlk kez turizm endüstrisi bu yasayla sanayi, tarım, dış ticaret gibi ulusal ekonomi içerisinde yer almış ve bu konuda bir politika belirlenmeye çalışılmıştır (Olalı, 1990:435). Dönemin

karar vericilerinin bu farkındalık algısı dışında, 1962 yılına kadar büyük gelişmeler yaratan olaylar olmasa da; sanayileşme ve özellikle altyapıyı geliştirme çabaları, 60'lı yıllardaki planlı kalkınma döneminde turizmin üzerinde önemle durulması gereken bir sektör olduğunun anlaşılmasını sağlamıştır (Çavuş vd., 2009:5; Ünlüönen, Tayfun ve Kılıçlar, 2007:240).

Türkiye, 1950'lerin sonundaki, ekonominin dış ödeme güçlükleri ve yüksek enflasyon oranı ile sürüklendiği bunalımdan çıkmak için sermayenin planlı ve programlı bir biçimde kullanımına yönelmiş, yasal düzenlemelerle “planlama” uygulamasına geçmiştir (Arslan, 2008:80). 1963 yılından itibaren planlı karma ekonomi modeli benimsenmiş, politikanın bütün ayrıntıları beş yıllık kalkınma planlarında yer almıştır (Çavuş vd., 2009). 1963'den günümüze kadar toplam 10 plan oluşturulmuştur. Bunlar kapsadıkları yıllar itibariyle; 1. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967), 2. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972), 3. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977), 4. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983), 5. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989), 6. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994), 7. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000), 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005), 9. Kalkınma Planı (2007-2013) ve 10. Kalkınma Planı (2014-2018)' dir (Kalkınma Bakanlığı, 2013).

Kalkınma planları, özel kesim için özendirici, kamu kesimi için ise emredici niteliğe sahiptir (Ünlüönen vd., 2007:240). Beş yıllık kalkınma planları ve istikrar programları ile ülke, yıllar itibariyle istikrar içinde büyüme sürecini yakalamaya çalışmıştır. Ancak, çeşitli etkenlerle planlarda belirlenen hedeflere ulaşmada sorunlar yaşanmıştır (Şahinöz, 2001:49). Bu etkenlerin en önemlisinin “siyaset” olduğu söylenebilir. Öyle ki, planlamayı yapan örgüt olan DPT'nin kuruluşundan itibaren siyasi iktidarla ilişkisi ve plan kararlarında siyasi iradenin rolü planlı kalkınma yönteminin en duyarlı ve tartışmalı konularından biri olmuştur. Planlama görüşmelerinde hem siyasi

partilerin hem de siyasetçilerin görüş ayrılıkları sonucu yaşanan kapsamlı tartışmalar karar almada güçlüklereden neden olmuştur (Türkcan, 2010: 233-235). Bununla birlikte ilk beş yıllık plandan itibaren siyasi ortam sürekli planlamalara etki etmiş, siyasi istikrarsızlık alınan kararları ve uygulamalarını da olumsuz etkilemiştir. Öyle ki 5. Plan dönemi dışında hiçbir siyasi iktidar veya hükümet, hazırladığı planı beş yıl kesintisiz uygulama olanağı bulamamış, hatta 4. Plan (1979-1983), döneminin olağanüstü siyasi, ekonomik ve sosyal koşulları nedeniyle hiç uygulanamamıştır (Şahinöz, 2001: 26-29).

Avcı (2000:52)'nin da vurguladığı gibi, “Siyasi iktidarların kısa sürelerle değişmesine bağlı olarak uzun vadeli uygulanabilir politikaların oluşturulamaması, kısa aralıklarla birbirinin zıddı kararların alınması gibi etkenler yatırımları da oldukça etkilemiş, yerli ve yabancı özel sermayede bir güvensizlik doğmasına neden olmuştur”. Siyasi aktörlerin ve koşulların sıkça değişmesi doğal olarak strateji ve politikalarda öncelikli geliştirilecek olan sektörleri de değiştirmiştir. Siyasetçilerin algılamalarıyla bu politikaların şekillendiğinin tarihte birçok örneği mevcuttur. Örneğin; Atatürk döneminde devletçiliğin ana ögesi ve hedefi olan planlı sanayileşme benimsenerek, sanayi sektörü kalkınmada öncelikli sektör olarak belirlenmiş ve politikalar bu yönde oluşturulmuştur. 1950’de iktidara gelen Menderes hükümetinin politikaları ise tarımı öncelikli geliştirilecek sektör olarak algıladığının bir işaretidir (Şahinöz, 2001: 7-13). Nitekim, sanayileşme uygulamaları cumhuriyetin ilanından itibaren dönem dönem hız kazansa ve tarıma dayalı büyüme modelinden sanayiye öncelik veren politikalara geçilmiş olsa da Türkiye 1980’lere kadar tipik bir tarım ülkesi olmuştur. Bunun en önemli belirleyicisi istihdam oranlarıdır. Türkiye’de faal nüfusun 1960’da %74,9’u tarım kesiminde, %9,6’sı sanayi ve %10,3’ü hizmetler sektöründe çalışmaktadır (Mahiroğulları, 2001: 164-165).

O dönemde dünyada da sanayi ve tarımdan sonra gelen hizmetler sektörünün içerisinde yer alan turizm, uluslararası düzeyde hem gelirler hem de sayı bakımından gitgide artan bir gelişim göstermiştir. Dünyadaki uluslararası turist sayısı planlı dönemin başlangıcı olan 1963’de yaklaşık 94 milyon iken, Türkiye’de 200.000 civarındadır. Dünya turizm geliri ise 10,8 milyar \$ iken Türkiye’nin aldığı pay 0.007 milyon \$ ile sadece %0.06’dır (Çavuş vd., 2009:8). Bu dönemde Türkiye’de karar vericilerin aldıkları kararlardan, uluslararası turizmin bu gelişiminin “önemli” ve Türkiye’nin aldığı payın “yetersiz” olarak algılandığı çıkarımı yapılabilmektedir. Nitekim 1963’den 1983’e kadarki dönem, Devlet’in öncü rolü oynadığı, turizmle ilgili temel kadroların ve kurumların oluşturulduğu, bilgi birikiminin sağlandığı, turizmle ilgili mevzuatta gerekli düzenlemelerin yapıldığı bir dönem olmuştur (Çuhadar, 2006: 27-28). Bu dönemde karar vericiler; 1963’de Turizm ve Tanıtma Bakanlığı’nı kurmuş, 1965’de belgelendirme sistemi getiren, Turizm Tesisleri Nitelikleri Yönetmeliğini uygulamaya koymuştur. Öncelikli Turizm Bölgeleri için Bakanlar Kurulu Kararı ile kredilendirme yolunun açılması, 1972’de 1618 sayılı “Seyahat Acentaları Birliği Yasası” ile TÜRSAB’ın (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği) kurulması, 1973’de Turizm tanıtımı yayın materyali basımı için gerekli malzemenin ithalinin kolaylaştırılması ile ilgili yasal düzenlemeler, bu dönemde turizmle ilgili alınan önemli kararlardır (Emekli, 2005:103; Çuhadar, 2006:28). Planlı dönemin ilki olan 1. planda (1963-1967) turizmle ilgili olarak izlenecek temel politika; Türkiye’nin ödemeler dengesi açığının kapatılmasında turizmden daha geniş ölçüde yararlanmak olarak belirlenmiştir. Bunu yapabilmek içinse, zengin tarih ve doğal kaynaklarını da geliştirecek bir biçimde gerekli yatırımları yapmak ve tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilerek turizm endüstrisinin çeşitli alt dallarının canlandırılması hedeflenmiştir (Çavuş vd., 2009:40; Sözen, 2006:25). Öte yandan 2. planda (1968-1972) turizmin ekonomik,

sosyal ve kültürel işlevlerinden tam olarak yararlanmak üzere turizm gelirlerini, kitle turizmine yönelik turizm yatırımlarını, turist sayısını ve ortalama tüketimlerini arttırmak hedeflenmiştir (Çavuş vd., 2009:41; Sözen, 2006:26). Bu süreçte 1. plan döneminde devlet tarafından yapılan büyük tesis yatırımları tamamlanmış, ikinci plan döneminde devlet alt yapı yatırımlarına yönelmiş, tesis yatırımlarını özel sektöre bırakmış, özel teşvik tedbirleriyle desteklemiştir (Sözen, 2006:27-28). 3. Plan döneminde de (1973-1977), turist sayı ve gelirinin artırılması hedeflenmiştir (Çavuş vd., 2009:41). Bu planların öngördüğü yönde turizmin özendirilmesi ve yasal düzenleme ve uygulamalarla birlikte, 1970'lerde ülkeye gelen yabancı turist sayılarında önemli artışlar sağlanmış ve 1963'de 200.000 civarı olan yabancı turist sayısı 1972 yılında 1 milyonu, 1975 yılında ise 1,5 milyonu aşmıştır (Çuhadar, 2006:28). Aynı yıllarda turizm gelirleri ise 0,1 milyon \$ ve 0,2 milyon \$ olmuştur (Çavuş vd., 2009:8). Ancak 4. plan dönemine denk gelen 1970'li yılların sonlarından 1982 yılına kadar yabancı turist sayılarının artışında bir duraklama yaşanmıştır. Bu duraklamada; Türkiye'de söz konusu yıllarda iç siyasi karışıklıkların etkisi ile beraber, petrol krizinden sonra yaşanan dünya ekonomik bunalımının da önemli etkisi olduğu söylenebilir (Çuhadar, 2006:28).

Bu dönemde dünyadaki gelişmelere bakılacak olursa; 1970'lerin başında döviz kurlarının belirsizleşmesi, enflasyonun artması vb. etkenlerle yaşanan ekonomik şoklara petrol fiyatlarındaki artışlar da eklenince dünya ekonomisinin bir bunalım ve durgunluk noktasına geldiği görülmektedir (Türkcan, 2010:360). Dünya ekonomisinin tarihsel sürecine bakıldığında ekonomik sistemin her tıkanışında yeni ekonomi politikası arayışlarına girişildiği görülmektedir. Liberal politikaların esasını oluşturduğu bugünkü ekonomik düzen ise 60'lı yılların sonlarında başlayan ve 70'lerdeki petrol krizleriyle doruğa tırmanan bu ekonomik durgunluğun bir ürünüdür. Bu durgunluk nedeniyle 70'li yılların sonu ve 80'lerin başında ticaretin serbestleşmesine dayanan ve

bütün ülkelerin dünya pazarıyla bütünleşmesini esas alan yeni bir ekonomik düzene geçilmiştir (Ardıç, 2004: 7-9).

70’li yılların sonu ve 80’lerin başındaki dönemde dünyada yukarıdaki gelişmeler yaşanırken Türkiye’de de olumsuz bir ekonomik tablo mevcuttur. Türkiye’nin ithalatında önemli bir kalem olan petrol fiyatının yükselmesi döviz ihtiyacını önemli ölçüde artırmıştır ve dış borç bulmada yaşanan sorunlarla da birlikte üretimde kullanılan girdiler ithal edilememeye başlanmıştır. Temel mallarda kıtlıklar ortaya çıkmış, bu da karaborsa ve kuyrukları doğurmuştur (Eroğlu, 2003). Öyle ki her ekonomik faaliyette resmi ve karaborsa şeklinde iki fiyat oluşmuştur (Şahinöz, 2001:27). Türkiye, dış borcu 11,439 milyon dolar düzeyine çıkan (Şahinöz, 2001:24), ihracatı 1,753 milyon TL (Enç ve Aykaç, 2003:63) ile ancak petrol faturasını karşılayabilir düzeyde olan, üretimi duraklayan, dış itibarı sarsılan, ciddi döviz sıkıntısı çeken, devlet kurum ve kuruluşları işlemez durumda olan bir ülke haline gelmiştir (Şahinöz, 2001:25-308). Dönemin başbakanı Süleyman Demirel 1977’de bu tabloyu; Türkiye’nin son iki yılda aldığı kredileri yenileyemediğini ve sıkıştığını söyleyerek, ünlü cümlesi “70 Cent’e muhtacız” sözleriyle aktarmıştır (TBMM, 1979:658; Türkcan, 2010:361). Özellikle de Cumhuriyetin kurulduğu dönemde toplam nüfusun %75’ini oluşturan kırsal nüfusun, 1950’lerden sonra kentlere doğru hareketlenmesi ve 1980’den itibaren bu hareketlerin göç dalgasına dönüşmesi işsizliği arttırmıştır (Arslan, 2008:67). Bunun temel nedenleri ise 1950’lerde başlayan hızlı makineleşme, 1960’larda gerçekleşen modernleşme atılımları, politikalarda tarım-sanayi dengesinin göz ardı edilmesi ve 1980’lerdeki piyasa merkezli tarım politikalarıdır (Arslan, 2008:534; Şahinöz, 2001:78). Böylece tarımdan önemli miktarda işgücü arzı açığa çıkmış ve yıllar itibariyle bu arz artmıştır. Tarımdan kopan işgücüne diğer sektörlerin istihdam yaratmada yetersiz kalması büyük boyutlarda işsizliğe neden olmuştur. Ayrıca işsizlik

ve göç çarpık kentleşmenin ve bölgesel eşitsizliklerin temelinin atılmasına ve çeşitli sosyal sorunlara yol açmıştır (Arslan, 2008: 68-534; Şahinöz, 2001:78). İşte bu noktada, turizmin emek yoğun bir sektör olması, istihdam açısından büyük fırsatlar sunması, döviz kazandırma, ödemeler dengesine ve bölgeler arası gelişim farklılıklarına olumlu etkisi vb. nedenlerle kalkınmada önemli bir araç olarak algılanmaya başlanmış ve turizm geliştirilmek istenmiştir. Çünkü o dönemde dünya turizmi yaklaşık 280 milyon turist ve 105 milyar \$ gelire sahip olup, sürekli bir yükseliş trendi izlemektedir. Oysa Türkiye bundan %0,30-0,40 oranında bir pay almaktadır (Çavuş vd., 2009: 8-9). Bu payın arttırılması işsizlere iş ve devlete döviz sağlayabilecektir. Kısacası turizm geliştirilerek bu umutsuz ekonomik tabloda bir kurtarıcı sektör olabilecektir.

Türkiye’de ekonomideki bu tıkanmanın aşılabilmesi için çözüm yolları aranırken, bir yandan da yeni dış kaynak arayışına girilmiş, Dünya Bankası, IMF gibi dış kaynak sağlayan kuruluşlar kaynak oluşturmayı ekonomide yapısal bir dönüşüm yapılması şartına bağlamışlardır. Dünyadaki gelişmelerin de etkisiyle dönemin siyasetçileri, yapısal dönüşümleri içeren “24 Ocak Kararları” denilen bir dizi önlemleri uygulamaya koymuştur. Bu önlemlerle ithal ikameci’ kalkınma politikasından ihracata yönelik kalkınma politikasına geçilmiştir. Bu tarihe kadar izlenen temel ekonomi politikaları tamamen değiştirilmiştir (Eroğlu, 2003). “80’li yıllar boyunca bu kararlara çeşitli eklemeler yapılarak, değişikliklere gidilmişse de ana tema değiştirilmemiştir. Yapılan düzenlemelerle, ekonominin dışa açılması, piyasa mekanizmasının geliştirilmesi, kamu kesiminin sınırlanması, enflasyonun kontrol altına alınması, yabancı sermayenin teşviki hedeflenmiştir” (Eroğlu, 2003). Bu kararların nihai amacı, Türk ekonomisinin dünya ekonomisiyle bütünleşmesidir. Bu çerçevede dış ticaretin serbestleştirilmesi, devletin ekonomideki ağırlığının azaltılması ve dış açığın kabul edilebilir bir düzeye çekilmesi öngörülmüştür (Ardıç, 2004:84) Türk ekonomisindeki

değişimin kilometre taşı olarak görülen (Demirbaş, 2003:234) bu kararların alındığı 1980 yılı, yukarıda anlatıldığı gibi dünya açısından da önemli yapısal dönüşümlerin yaşandığı bir yıl olmuştur. Dünyanın küreselleşme denilen yeni ekonomik düzeni her alanı etkilediği gibi turizm endüstrisinde de büyük gelişmelere neden olmuştur. Küreselleşmenin büyük hız kazandığı 1980 sonrası dönemde, diğer sektör işletmelerinde olduğu gibi turizm işletmelerinin işbirliklerinde, uluslararası turist sayısında ve turizm gelirlerinde çok büyük bir artış olduğu görülmektedir (Bahar, 2007:65; Gee, 1994: 14-15). 1980’li yıllar boyunca uluslararası turizm harcamaları yıllık ortalama %8 büyümüştür (Gee, 1994:7). “1980 sonrası özellikle ulaştırma, iletişim ve konaklama sektöründeki gelişmeler, turizm sektörünün dünya ölçeğinde ne kadar önemli bir ekonomik faaliyet olduğunu göstermiş, turizm ülkesi konumunda ve gelişmekte olan ekonomilerin dışa açılmaları sonucu, bu ülkelerin sektördeki rekabetçi güçleri ve turizmden elde ettikleri gelir de buna paralel olarak artmıştır” (Bahar, 2007:64).

Dünyadaki bu gelişmeler, Türkiye’de 1980’li yıllarda turizmin sayısal büyüklüklerinin; ekonominin beklentilerinin ve ülkenin sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi zenginliklerinin karşılığı olmadığı tespiti, turizm algısının değiştirilmesini ve bu sektörün ekonomik ve sosyal yönleri ile ele alınmasını gerektirmiştir (Çuhadar, 2006:29). Türkiye’nin yeni ekonomi politikaları doğrultusunda daha önce değinilen nedenlerle karar vericiler turizmi kalkınmada önemli bir araç olarak algılamaya başlamış, sektör desteklenerek, geliştirilmek istenmiştir. Bununla birlikte alt yapı eksikliği, yasal düzenlemelerin yeni turizm yatırımlarına engel oluşturması ve yatçılık, kamping vb. turizm türleriyle ilgili düzenlemelerin olmaması nedeniyle yeni bir yasaya ihtiyaç duyulmuştur (Toker, 2007:91). Bu amaçlarla 1982’de “2634 Sayılı Turizm Teşvik Kanunu” yürürlüğe girmiş ve turizmin gelişmesi hızlandırılmıştır. Turizmin



Türkiye'nin ekonomik kalkınmasında lokomotif görevi üstlenmesinde, bu yasayla birlikte sektöre sağlanan teşviklerin çok önemli bir yeri bulunmaktadır (Bahar, 2007:63). Bu yasayla turizm işletmelerine yatırım ve işletme aşamasında çeşitli indirimler, vergi muafiyetleri, alan tahsisleri gibi imkânlar sağlanmıştır. Yasaya göre bu teşviklerden kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezleri ve Bakanlıkça tespit edilen diğer yerler yararlanabilecektir (Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü, 2014). Böylece turizm alan, bölge ve merkezleri belirlenerek; turistik alt ve üst yapı belirli bölgelerde yoğunlaştırılmıştır. Doğal, kültürel ve tarihi değerler ile farklı turizm türleri bu tespitte göz önünde bulundurulmuştur. Bu sayede, belirli bölge ve yörelerin tüm alt ve üst yapı imkânları ile turizme açılması sağlanabilmiş ve Türkiye'de dünya standartlarında kaliteli tesislerin bulunduğu turizm bölgeleri ve yöreleri oluşturulabilmiştir (Toker, 2007:91). Bu dönemde, ekonomi politikalarında "Kalkınmada Özel Önem Taşıyan Sektör" kapsamına alınarak turizme daha fazla kaynak ayrılması (Toker, 2007:83), Beşinci Plan'dan itibaren de arz kapasitesinin artırılması ile birlikte turizmin çeşitlendirilmesi, tüm yıla yayma gibi hedefler karar vericilerin sektör hakkındaki algılarının değiştiğinin birer işaretidir (Çavuş vd., 2009: 43-47).

Siyasetçilerin algılamaları doğrultusunda aldıkları kararlarla turizmi desteklemeleri sonucunda; bu sektörün küresel gelişmelerle birlikte 1980 yılından sonra çok büyük gelişmeler gösterdiği, kalkınmada lokomotif sektörlerden biri olduğu ve dış ticaret dengesinin sağlanmasında en önemli kalemlerden biri olarak ortaya çıktığı söylenebilir (Çeken vd., 2009: 34-35; Bahar, 2007:61). Ayrıca, 1980 öncesi dönemde yürürlükte olan 6224 sayılı Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu'nun, 24 Ocak 1980 kararları sonucunda etkili olmaya başlamasıyla, yabancı yatırımlar hızlanmış ve turizmdeki bu büyük ilerlemeye katkıda bulunmuştur (Çeken, 2003:34). Böylece Türk

turizmi, 1980'lerden sonra devlet desteği ile atağa kalkmış, yatak-tesis sayısını ve turist girişlerini artırma politikalarında büyük oranda başarı sağlanmıştır (Emekli, 2005:103). Turizm işletme belgeli tesis sayısı, 1966'da 165 iken, 1980'de 511'e 1990'da 1260'a ulaşmış, 2013'de ise 2982 olmuştur. Aynı yıllarda işletme belgeli yatak sayısı da 16.151'den 1980'de 56.044'e 1990'da 173.227'ye ulaşmış ve 2013'de 749.299 olmuştur (TÜRSAB, 2014). 1950'de 28.325 olan yabancı turist sayısı 1960'lardan sonra bazı istisnalar dışında sürekli artarak 1963'de 200.000'e, 1970'de 720.000'e, 1980'de 1.300.000'e yükselmiştir. 1990'da 5.389.000 olan turist sayısı, 2000'li yılların başında 10-12 milyonu, 2013'de ise 37.794.908 rakamına ulaşarak dünya sıralamasında Türkiye'nin 6. olmasını sağlamıştır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2015; Çavuş vd., 2009:6; Emekli, 2005:103). 1980 yılında 326 milyon dolar olan turizm gelirleri, 1985'de 1.094 milyon dolar, 1995'de 4.957 milyon dolar 2001 yılında 8.1 milyar dolar 2013'de 32 milyar 308 milyon 991 bin dolar (Türkiye İstatistik Kurumu, 2015) düzeyine yükselmiş ve Türkiye dünya sıralamasında 12. olmuştur (Hürriyet Gazetesi, 2015).

Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı 1980 yılında %0,6'dan, 2001 yılında %5,3'e yükselmiş ve izleyen yıllarda dalgalı bir seyir izlemiştir. 2013'de bu oran 4,2'dir. Turizm gelirlerinin toplam ihracat içindeki payı da aynı dönemlerde %11,2'den %32'e yükselmiş, 2013'de 21,2 olmuştur (TÜRSAB, 2014; AKTOB, 2014:11). Turizm gelirlerinin son yıllarda önemli artışlar göstermesine rağmen payın düşük kalması ihracat ve GSMH rakamlarının da önemli artışlar göstermesinden kaynaklanmaktadır (Çavuş vd., 2009:32). Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeler Birliği (AKTOB, 2014:14) tarafından yapılan araştırmaya göre; turizmde meydana gelen bir birimlik gelişme, Türkiye ekonomisinde 2 birimlik canlanma yaratmakta ve girdi alımları ile ekonomideki 54 sektörü doğrudan etkilemektedir. Sektörün 2013'de

Türkiye ekonomisi içinde yarattığı istihdam ile ilgili olarak aynı araştırma; %56'sı yiyecek içecek hizmetleri, % 30'u konaklama sektöründe, %5,7'si seyahat acentalarında, % 7'si eğlence ve dinlence hizmetlerinde ve % 1,2'si de havayolu ulaştırmasında olmak üzere 1.298.000 kişinin doğrudan istihdam edildiğini ortaya koymaktadır.

Günümüzde turizm endüstrisinde ülkelerin, bölgelerin ve kentlerin konumları, uygulanan genel ekonomi ve kalkınma politikalarının sonucudur. “Bugün, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede turizm; ekonomik büyümenin ve gelişmenin en önemli kaynaklarından biri olarak görülmekte ve ekonomik gelişmede öncü sektör olarak kabul edilmektedir” (Bahar, 2007:62). Türkiye’de de turizme verilen önem giderek artmaktadır. Özellikle 2000’de mevcut istikrar programının çökmesi ile gerçekleşen devalüasyon turizm sektörünü Türk ekonomisinin umudu haline getirmiştir (Şahinöz, 2001:7). Nitekim 2007-2013 yıllarını kapsayan 9. Plan’da turizm politikaları dünyada ve Türkiye’de turizm eğilimleri dikkate alınarak hazırlanmıştır. Tanıtım ve pazarlama, turizm eğitimi, kalite, yerel yönetimlerin kararlara katılımı ve kaynakların koruma-kullanma dengesi vb. unsurların yer aldığı daha duyarlı politikalar oluşturulmuştur. Dolayısıyla turizm politikasının karar vericilerin algılamaları doğrultusunda geçmiş dönemlere göre oldukça değiştiği söylenebilmektedir (Çavuş vd., 2009: 281-282; Kalkınma Bakanlığı, 2006).

Türkiye’de turizm sektöründe yaşanan bu deneyim göstermektedir ki; siyasetçilerin algılamaları verdikleri kararlar üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilmektedir. Bu nedenle bu kararları alan siyasetçilerin günümüzde turizmi nasıl algıladıklarının öğrenilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda araştırmada karar ve karar verme süreci, karar verme yaklaşımları, karar verme sürecini etkileyen faktörler ve önemli bir faktör olan algılama kavramı ve siyaset ile ilgili teorik bilgiler verilecektir.

Araştırmanın birinci bölümü, araştırmanın tanıtıldığı bölümdür. Bu bölümde araştırma problemi tanımlanmakta ve Türkiye’de siyasetçilerin turizm algılamalarını ve turizm endüstrisi hakkındaki bilgi düzeylerini belirlemeye yönelik olarak yapılan araştırmanın amacı ve önemi ortaya konmaktadır. Araştırmada sıklıkla kullanılan kavramların tanımı da bu bölümde yer almaktadır. 2. bölümde karar, siyaset ve algılama ile ilgili kavramsal çerçeve sunulmakta ve Türkiye’de karar verme mekanizmaları, siyasetçilerin turizm endüstrisi üzerindeki rolü ile Türkiye’de siyasetçilerin turizm endüstrisine yaklaşımı incelenmektedir. Üçüncü bölümde hükümet yetkililerinin/siyasetçilerin turizm endüstrisi ve/veya turizm ile ilgili çeşitli konulardaki algı ve tutumlarının belirlenmesine yönelik literatür araştırması yer almaktadır. Bu araştırmalar siyasetçilerin/karar vericilerin algı ya da görüşlerini belirlemeye yönelik paydaş grubu olarak ve yasa yapıcıların/siyasetçilerin başlı başına ele alındığı çalışmalar olmak üzere iki grupta incelenmektedir. Dördüncü bölüm; araştırmanın evren ve örnekleminin, yöntem ve veri toplama tekniğinin, araştırma sorularının, varsayımların ve sınırlamaların yer aldığı bölümdür. Ayrıca aynı bölümde anketin uygulanmasına ve veri analizinde kullanılan teknikler ile geçerlik ve güvenilirlik analizlerine ilişkin bilgiler aktarılmaktadır. Beşinci bölümde, gerçekleştirilen araştırmanın bulgu ve yorumları yer almakta, “Sonuç ve Öneriler” başlığı altında ise elde edilen bulguların değerlendirilmesi ve öneriler sunulmasıyla tez sonlandırılmaktadır.

## I. BÖLÜM: TANITMA

### I. 1. Problemin Tanımı

Turizm endüstrisi küresel ekonominin en hızlı büyüyen endüstrilerinden birisi olarak çok çeşitli ürün ve hizmetleri kapsamaktadır. Bunlar; konaklama, havayolları, rekreasyonel araçlar, yiyecek içecek hizmetleri vb. dir. Turizm sektörü ülkeler bazında ve dünya genelinde yarattığı ekonomik katkılara ek olarak, hem ülke düzeyinde hem de dünya bütününde çok çeşitli katkılarda bulunmaktadır. Turizm toplumda işsizliğin getireceği problemlerin azaltılmasına çok önemli oranda katkıda bulunan bir sektördür. Ayrıca dünyada barışın korunması, bireyler arasındaki anlayışı güçlendirmesi ve farklı yaşam tarzları hakkında bilgi sahibi olma olanağını artırarak hoşgörüyü katkıda bulunması turizm sektörünün yarattığı ekonomi dışı katkılardan bazıları olarak sayılabilir (Gee, 1994:6).

Avrupa Birliği gibi bütünleşmiş bölgeler, ülkeler, ülke içi bölgeler ve şehirler turizmin geliştirilmesi yoluyla hem turizmin yarattığı faydalarından yararlanmak hem de küresel pazarda önemli bir konuma gelmek için stratejik kararlar almakta ve temelinde bu kararların yer aldığı yasalar çıkarmakta ve politikalar uygulamaktadır. Bu yasa ve politikalar karar mekanizmaları tarafından oluşturulmaktadır. Bu karar mekanizmalarının en başında ise iktidar hakkını elde eden siyasi parti ya da partiler ile parlamentoda yer alan siyasetçiler, yani milletvekilleri gelmektedir. Özellikle hükümeti oluşturan siyasetçiler başta olmak üzere, bu siyasetçilerin ve teşkilatlarının ekonomik çerçeve ve düzenleyici çevreyi oluşturmaktan, alt yapı, eğitim gibi gereksinimleri sağlamasına kadar turizm endüstrisinin gelişme ve büyümesinde çok önemli rolleri bulunmaktadır (Arnold, 2011:9). Ancak bu önemine rağmen siyasetçilerin ve siyasi partilerin yerel düzeydeki temsilcilerinin endüstri

hakkındaki bilgileri, bilgilendirilme durumları, endüstriyi ve etkilerini nasıl algıladıkları, turizme ne derece önem verdikleri Türkiye’de bilimsel bir araştırmada konu edilmemiştir. Uluslararası literatürde de bu konudaki araştırmalar çok yetersiz olup, ne ulusal literatürde ne de uluslararası literatürde bir ülkenin genelini kapsayan bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Oysa özellikle yasa çıkarma ve karar almada baskınlığı bulunan iktidardaki siyasetçilerin ve iktidara gelme olasılığı bulunan ya da en azından parlamentoda yasaların çıkarılmasında söz sahibi olan siyasetçilerin turizmi ve onun etkilerini nasıl algıladığı, turizm endüstrisi hakkındaki bilgi düzeyleri; endüstriye yapacakları katkı ve uygulayacakları politikalara yön vermesi açısından önemli bir husustur. Bu konunun bilimsel olarak ortaya konması gerekmektedir. Akademik çalışmaların kısıtlılığı, özellikle hükümette yer alan siyasetçiler başta olmak üzere diğer siyasi partilerin ve siyasetçilerin turizm endüstrisine yaklaşımları ve görüşlerinin medya makalelerinden, söylemlerinden ya da davranışları üzerinden anlaşılmaya çalışılmasına neden olmaktadır. Bu algıyı bilimsel olarak ortaya koymadan sektör ve siyasetçi/yasa yapıcı arasında etkili iletişim sağlanamamaktadır. Dolayısıyla siyasetçilerin turizm konusundaki algı ve bilgilerinin bilinmemesi bir sorun olarak değerlendirilebilir. Çünkü Litreatür Araştırması bölümünde yer alan bu konuda yapılmış olan çalışmalardan da anlaşılacağı üzere siyasetçilerin algılamalarını ve düşüncelerini anlamak, etkin kararı etkileyen en önemli unsurlardan biri olan bilgilenmelerinin düzeyini bilmek, siyasetçiler ve endüstrideki uygulayıcıları arasındaki iletişimi geliştirecek etkili stratejiler geliştirmek için zorunludur. Bütün bu nedenlerden dolayı turizm endüstrisi hakkında siyasetçilerin bilgilerinin varlığı ve endüstriyi nasıl algıladıklarının ortaya konulmasına yönelik bir çalışma gerçekten önemli olarak da addedilebilir.

## I. 2. Amaç ve Önem

Araştırmanın temel amacı; Türkiye’de karar verici mekanizmaların en önemli aktörleri olan siyasetçilerin turizm endüstrisi hakkındaki bilgilerinin ve endüstriyi nasıl algıladıklarının belirlenmesidir. Bu bilgilerin bilimsel olarak ortaya konulması ile akademisyenlere, turizm sektöründeki girişimcilere ve karar mekanizmalarının kendilerine önemli ve faydalı bilgilerin sağlanmasının mümkün olacağı düşünülmektedir. Çünkü siyasetçilerin turizm sektörü ile ilgili bilgi düzeylerinin ve turizm sektörü konusundaki algılarının ne olduğunu bilmeden karar verici makamlarda bulunan siyasetçiler üzerine yapılacak her türlü etkileme ve lobi faaliyetleri eksik kalacaktır. Algı ve bilgi düzeyinin bilinmesi algısal ve bilgisel yanlış ve eksikliklerin giderilmesi ve siyasetçilerin sahip oldukları turizm konusundaki doğru algı ve bilgilerin pekiştirilmesi için önkoşul olarak kabul edilebilir. Bilinmeyen yanlış algı ve bilginin düzeltilmesi mümkün olmaz. O nedenle öncelikle siyasetçilerin turizm konusundaki bilgi ve algılarının ne olduğunun tespit edilmesi gerekmektedir. Birçok akademisyenin, araştırmacının ve turizm sektör uygulayıcılarının bu algılamaları anlamının önemini farkında olmasına rağmen uluslararası literatürde bu konudaki araştırmalar çok yetersizdir. Bu eksikliğin giderilmesine yönelik bir adım olan bu tezde siyasetçilerin Türk Turizmi konusunda bilgi düzeyi ve algılarının resmini çekmek amaçlanmıştır. Bu amaçla tezde, Türkiye’de en önemli karar verici konumunda olan hükümet (iktidar partisi milletvekilleri) ve en önemli güç olarak görülen iktidarı elde etmek isteyen siyasetçilerin ve siyasi partilerin Türk turizm sektörü hakkında bilgileri ve sektörü nasıl algıladıkları belirlenmeye çalışılmaktadır.

Bu tezde elde edilecek bilgiler öncelikle turizm sektörünün gelişiminde etkili olan tüm paydaşların, karar alıcı konumda olması nedeniyle en önemli paydaş olarak nitelenebilecek siyasetçilerin turizme nasıl baktıklarını öğrenmelerini

sağlayacaktır. Daha sonra bu bilgiler turizmin sürdürülebilirliği, turizmin çeşitlendirilmesi, etkili tanıtımı ve pazarlanması gibi çok çeşitli alt amaçlar için de kullanılabilir. Ayrıca, bilimsel olarak ortaya konulacak bulgular sayesinde siyasetçiler ile endüstri uygulayıcıları arasında etkili iletişim kanalları oluşturulmasına katkıda bulunulması hedeflenmektedir. Çünkü Türkiye dahil birçok ülkede özellikle turizm endüstrisindeki girişimciler tarafından, hükümetin ve karar mekanizmalarında yer alan siyasetçilerin endüstri için önemi bilinmekte ve bunlar etkilenmeye çalışılmaktadır.

Siyasetçilerin turizm endüstrisi algılamaları, karar verici mekanizmalar ve endüstriye yön verecek yasa, politika ve stratejileri belirleyenler oldukları için oldukça önemlidir. Bu konuda yapılan çok kısıtlı araştırmalarda da ifade edildiği gibi siyasetçilerin turizm endüstrisi hakkındaki algısı bu denli önemli olmasına rağmen uluslararası literatürde çok az araştırma yapılmıştır. Haziran 2014-Ocak 2015 tarihleri arasında EBSCO Host, Academic Search Complete, Business Source Complete veri tabanlarında ve Google Scholar arama motorunda yapılan ayrıntılı aramada Literatür Araştırması bölümünde yer verilen uluslararası araştırmalara ulaşılmıştır. Türkiye’de ise Haziran 2014 - Ocak 2015 tarihleri arasında EBSCO, Ulakbim veri tabanlarında Google Akademik’de, YÖK Ulusal Tez Merkezi’nde ve Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, SOİD (Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi), Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi gibi süreli yayınlarda yapılan ayrıntılı aramada 11 adet paydaş grubu olarak siyasetçilerin/karar vericilerin algı ya da görüşlerine ilişkin çalışmaya, 6 adet ise yasa yapıcıların/siyasetçilerin algı ya da görüşlerine ilişkin çalışmaya ulaşılmıştır. Ulusal ve uluslararası literatürde örnekleme bir ülkenin parlamentosunda yer alan tüm milletvekilleri ve parlamentoda grubu bulunan siyasi partilerin il başkanları ve il belediye başkanları olan bir çalışmaya ulaşamamıştır. Literatürde bu boşluğu doldurmak ve siyasetçilerin karar süreçlerinin başını oluşturan algılamalarını ve



turizm ile ilgili bilgi düzeylerini ortaya koyabilmek, bu algıları yöneterek gelecekte yeni ve daha faydalı stratejiler geliştirebilmek için yol gösterici ve zemin oluşturu bulgular ortaya çıkarılmasını sağlayacaktır. Böylelikle siyasetçilerle endüstrideki kişi, örgüt ve akademisyenlerle yeni ve etkin iletişim kanalları oluşturabilmek mümkün olabilecektir. Bu konuda yapılan araştırmaların sınırlılığı ise tezde elde edilecek bilgilerin önemini arttırmaktadır. Bu araştırmalar sayesinde turizm endüstrisine karar verici mekanizmaların bakış açısını ortaya koyarak, hem endüstrinin hem de ülkenin turizm alanında rekabet gücünü arttırabilecek stratejiler oluşturmaya zemin hazırlanabileceği düşünölmektedir.

### **I. 3. Tanımlar**

Tezde en sık kullanılan kavramlar aşağıda tanımlamaları verilen şekliyle değerlendirilmiştir.

**Turizm:** Turizm Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği (AIEST) tarafından, “insanların sürekli ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan gereksinimlerini karşıladıkları yerler dışında, yerleşmek ve ekonomik anlamda gelir elde etmemek koşuluyla dinlenme, eğlenme, merak, spor, sağlık, kóltür deneyim kazanma, akraba ziyareti, kongre ve seminerlere katılma, dini gereklerini yerine getirme vb. nedenlerle kişisel veya toplu olarak yaptıkları seyahatlerden ve gittikleri yerlerde en az bir geceleme yaparak turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep etmelerinden ortaya çıkan bir ilişkiler bütünüdür.” şeklinde tanımlanmıştır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2011:3).

**Turizm Endüstrisi:** Turizm endüstrisi, turizmin tanımından yola çıkarak, “Turistlerin, ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak tekrar aynı yere dönönceye kadar gečen süre içerisindeki seyahatleri sırasında gereksinim duydukları ulaşım, yeme-içme,

eğlence ve diğer ihtiyaçlarını karşılayan faaliyet alanlarının tümüdür” şeklinde tanımlanabilmektedir (Milli Eğitim Bakanlığı, 2007:3).

Turizm endüstrisi bu tanımdan da anlaşılacağı üzere birbirinden farklı birçok üretim alanından oluşan çok daha geniş boyutlarda bir faaliyetler dizisini temsil etmektedir. Dünya Turizm Örgütü, turizm talebine bağımlı, turizm sektörü ile ilgili alanları belirlemekte, buna göre, ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence gibi gereksinimlerin karşılanmasına yönelik turizm ile doğrudan veya dolaylı olarak ilgili olan yaklaşık 185 faaliyet alanı olduğunu vurgulamaktadır (Boz, 2006:11).

**Karar Alma/Karar verme:** Karar verme, “belli amaçlara yönelik olarak birden çok davranış ya da eylem biçimi arasından birinin bilinçli olarak seçilmesi” şeklinde tanımlanabilmektedir. Yönetimin esası karar vermeye dayanmaktadır. Hatta Simon (1972) yönetimle karar vermeyi eş anlamlı olarak kullanmaktadır. Tezde literatüre dayanarak karar alma ve karar verme kavramları eş anlamlı olarak kullanılmıştır.

**Karar Alma/Karar Verme Süreci:** Karar verme bir süreçtir ve bu süreç genel olarak; durum hakkında bilgi ve durumun algılanması, durumun değerlendirilmesi ve yorumlanması, kararın verilmesi ve uygulanması şeklinde gerçekleşmektedir (Arı, 2004: 187-192; Sönmezoğlu, 2005: 215-222):

**Karar:** Karar, karar verme süreci sonrasında ortaya çıkan sonucu ifade etmektedir (Işık, 2003:15).

**Karar verici:** Kararı verme süreçlerinde rol oynayan kişi ya da kişilerdir.

**Algı:** Duyu organları aracılığıyla alınan uyarıların (duygusal sinyal, simge, sembol) anlamlı bütünlük oluşturacak şekilde örgütlenmesi ve yorumlanmasıdır (Tutar, 2008:75).

**Algı yönetimi:** Farkına varılan ve idrak edilen uyarımların, beyine ulaşan görüntülerinin yönetimidir (Tutar, 2008:105).

**Siyaset:** Günümüzdeki kullanımıyla genellikle hükümetle ya da devletle ilgili faaliyetleri ifade eden veya bu tür faaliyetlerle ilgili olan bir kavramdır ve “İnsanların hayatlarının bazı kesimlerinin geçici veya daimi olarak ortak olması veya zaman zaman kesişmesi yüzünden alınması gereken ve uyulmaları bir ahlaki müeyyideden ziyade hukuki bir yaptırımla veya buna benzer maddi temeli olan yaptırımlarla desteklenen kararları alma sürecidir” şeklinde tanımlanabilir (Yayla, 2013:177). Siyaset, “Devlet işlerini düzenleme ve yürütme sanatıyla ilgili özel görüş veya anlayıştır” ve “politika” ile eş anlamlıdır (TDK, t.y.).

**Siyasetçi:** TDK’na (t.y) göre “politikacı” ile eş anlamlıdır. “Politika ile uğraşan kimsedir.”

**Siyasi/siyasal:** Siyaset ile ilgili olan. Tezde; siyaset bilimleri alanında ve TDK’nda kullanıldığı üzere siyasi ve siyasal kavramları eş anlamlı olarak kullanılmıştır (TDK, t.y.).

**Siyasi İktidar:** Bir ülkenin ve toplumun bütünü üzerinde geçerli olan iktidardır (Turan, 2013:50).

**Hükümet:** Dar anlamıyla Bakanlar Kurulu, geniş anlamıyla, bir devletin yasama, yürütme ve yargı organlarını ve bunlara bağlı olarak devlet yetkisini kullanan tüm devlet organlarını içine alan siyasal yönetim biçimidir. Ülkeler farklı hükümet sistemleri kullanabilmektedir. Bu sistemler yasama ve yürütme kuvvetlerinin aynı elde toplanması veya ayrı organlar şeklinde tasarlanması bakımından, “kuvvetler birliği sistemleri” ve “kuvvetler ayrılığı sistemleri” olmak üzere ikiye ayrılmakta olup, Türkiye’de kuvvetlerin ayrılığı prensibine dayanan parlamenter hükümet sistemi uygulanmaktadır (Kahraman, 2012:433).

**Bürokrasi:** En yüksek ve en düşük derecelileri, seçilmiş ve atanmış olarak hükümetin bütün memurlarını kapsayan, bir devletin kalıcı yönetimini oluşturan büro ve ofislerin tümüdür (Shafritz ve Russell'den akt. Oszlak, 2010:532).

**Kamuoyu:** Belirli sorunlar ya da olaylar karşısında toplumda oluşan genel eğilim ya da belirli zamanlarda oluşan, o grup ya da grupların eğilimi, yaklaşımı ve kanaatidir (Öztekin, 2011:127)

**Baskı grupları:** Grubun ortak çıkarlarını algılayan üyelerden oluşmuş, amaçlarını gerçekleştirmek için siyasal sistemi etkilemeye yönelik eylemlerde bulunan topluluklardır (Turan, 2013: 274).

**Milletvekili:** Temsili demokrasilerde halkın kendisini karar süreçlerinde parlamentoda temsil etmesi için yetki verdiği siyasetçilerdir. Anayasaya göre millet meclisine seçimle giren millet temsilcisi, mebus, parlamenter, vekil olarak tanımlanabilmektedir (TDK, t.y.).

**Siyasi Parti:** Düzenli ve devamlı bir örgüt içinde kişilerin iktidar olmak, yani onu elde etmek ve korumak amacıyla birleşmesi olayıdır (Turan, 2013:207).

**Siyasi Parti İl Başkanı:** Siyasi partilerin il teşkilatından sorumlu kişidir. İl teşkilatı; il kongresi, il başkanı, il yönetim kurulu ve il disiplin kurulundan oluşmaktadır. İl başkanı il kongresince 3 yıl süre için seçilmekte olup, seçimin şekli ve merkez karar ve yönetim kurulunca hangi hallerde ve nasıl işten el çektirileceği ait olduğu siyasi partinin tüzüğünde gösterilmektedir (Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü, 2014). Örneğin Adalet ve Kalkınma Partisi Tüzüğü'ne (2013) göre il başkanı "il düzeyindeki çalışma ve faaliyetlerinin koordinasyon ve yürütümünü sağlayan, denetimini gerçekleştiren ve il teşkilatını temsil eden kişidir ve aynı kişi, kesintisiz en fazla üç olağan dönem il başkanı seçilebilir."

**Belediye Başkanı:** Belediye, toplumun ihtiyaçlarını karşılamakla görevli devlet mekanizmasının, yerel ihtiyaçları karşılamak amacıyla yerel düzeyde örgütlenmesi ile oluşan kurumdur. Belediye başkanı ise belediye yönetiminin başı olup, belediye tüzel kişiliğinin temsilcisidir. Belediyenin etkin ve verimli çalışmasından birinci derecede sorumlu kişi olarak belediye sınırları içerisindeki halkın oyları ile seçilmektedir (Plato Danışmanlık, 2014). Türkiye’de 81 adet il Belediyesi’nin başkanı olup, 5393 Sayılı Belediye Yasası ile bu kişilerin görev ve yetkileri belirlenmiştir.

## II. BÖLÜM: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### II.1. Karar Kavramı ve Karar Verme Süreci

“Karar verme, çeşitli amaçlar, bunlara ulaştıracak yollar, araçlar ve imkânlar arasından seçim ve tercih yapmakla ilgili zihinsel, bedensel ve duygusal süreçlerin toplamıdır” (Eren, 2009:197). Karar verme, kamu yönetimi sözlüğünde “belli amaçlara yönelik olarak birden çok davranış ya da eylem biçimi arasından birinin bilinçli olarak seçilmesi” şeklinde tanımlanmıştır (Bozkurt, Ergun ve Sezen, 2008:140). Karar, karar verme süreci sonrasında ortaya çıkan sonucu, karar verme ise mutlaka bir süreci ifade etmektedir (Işık, 2003:15). Karar verme sürecini akademisyenler farklı şekillerde sıralamışlardır. Eren (2009:198); amaç veya sorunların belirlenmesi, alternatiflerin saptanması, alternatiflerin karşılaştırması ve değerlemesi, alternatifler arasından seçim yapılma/karar verilme, kararın uygulanması, elde edilen sonuçla kararın karşılaştırılarak düzeltici önlemlerin alınması şeklinde sıralamıştır. Gore (1956), karar verme sürecini dört aşamaya ayırmaktadır (akt. Onaran, 1975: 88-89). Bu aşamalar; algılama, yorum, kuvvet kazanma ve kesin kararın verilmesi aşamalarıdır.

Genellikle karar verme süreci bilgi ve davranış olarak iki boyutta ele alınmaktadır. Bilgi boyutu, sayısal değer ve değerlendirmelerin olduğu, davranışsal boyut ise bu bilgilerin her aşamada süzgeçten geçirildiği boyuttur (Halis, 2002: 51-52). Karar verme bir anlamda bilgiyi işlemektir (Koçel, 2010:131). Güncel, doğru ve yeterli bilginin karar verme ve problem çözme için gerekli olması bilgi boyutunun önemini ortaya koymaktadır. Bilgilendirilen kişinin kişilik, algılama, duygu, alışkanlık, değer yargısı, inanç, çıkar vb. özellikleri ise davranış boyutunu oluşturmaktadır. İnsanlar bilgileri sahip oldukları özellikler doğrultusunda bir süzgeçten geçirerek kararlarını oluşturmaktadır (Halis, 2002: 51-52). Buradan hareketle karar verme sürecinin genel

olarak aşağıdaki şekilde gerçekleştiği söylenebilir (Arı, 2004: 187-192; Sönmezoğlu, 2005: 215-222):

- Durum hakkında bilgi ve durumun algılanması
- Durumun değerlendirilmesi ve yorumlanması
- Kararın verilmesi
- Kararın uygulanması

Öncelikle bir konuya ilişkin karar sürecinin başlaması için o konunun varlığından haberdar olmak, konuyla ve durumla ilgili bilgi sahibi olmak ve algılamak gerekmektedir. Karar vericinin durumun farkına varmasıyla süreç başladığından, durumun ilk etapta ne şekilde algılandığı doğru kararın verilmesi açısından önemli bir başlangıçtır. Ardından durum değerlendirilerek ve algılamaya göre yorumlanarak çeşitli karar seçenekleri arasından bir tercih yapılmakta ve alınan karar uygulanmaktadır (Arı, 2000:29).

Çok çeşitli kararlar vardır ve bunların önemi farklılıklar göstermektedir. Karar vericilerin kendileri ve ilgilileri için; bazı kararlar oldukça basit, rutin ve önemsizken bazı kararlar ise hayati öneme sahip olabilmektedir. Hele ki bu kararlar ülke yöneticileri tarafından makro düzeyde alınan stratejik kararlarsa tüm toplumu hatta dünyayı ilgilendiren çok önemli kararlar olmaktadır. Örneğin; turizm hareketlerinin yaklaşık yarısını alan Avrupa Birliği üyeleri arasındaki teşvik, ulaşım, tek kur sistemi vb. kararlar üye ülkeleri turist çekmede olumlu yönde, Türkiye'yi ise olumsuz yönde etkilemektedir (Karakuş, 2003). Literatürde karar çeşitleriyle ilgili yapılan sınıflamalarda genellikle; kararların rutin olup olmaması, kişi ya da grup kararı olması, hangi kademeye ait olduğu, izlenen yöntem, belirlilik ve belirsizlik kriterleri kullanılmaktadır. Bu sınıflamalarda örtüşme olsa da vurguladığı özellikler farklı

olmaktadır (Koçel, 2010:111). Kararlar, karar vericilerine ya da karar aktörlerine göre bireysel ve örgütsel/yönetimsel olarak da ayrılabilir (Işık, 2003:12):

### **II. 1. 1. Bireysel Karar Verme**

Bireysel karar verme süreci özünde psiko-sosyal bir süreçtir. “Bireysel kararları veren kişidir ve karar verme süreci örgütün diğer üyelerinden fiziki bakımdan soyutlanmış olarak verilebilir” (Cubbertson, Jacobson ve Reller, 1971:142). Kişilerin karar süreçlerinde benzeşen yönler bulunmakla birlikte, kişiler kendi hayat tecrübeleri doğrultusunda kendilerine özgü bir karar verme süreci tarzına sahiptir. İnsanın hayata başlamasıyla birlikte ortaya çıkan bu süreç, bütün hayatı boyunca değişik şekillerde ve ortamlarda devam etmektedir (Işık, 2003: 17-18).

### **II. 1. 2. Örgütsel/Yönetimsel Karar Verme**

Bir yönetim sürecinde karar vermenin ne kadar önemli bir yer tuttuğunu ilk kez ortaya atan bilim adamları Chester Barnard ve Herbert A.Simon’dur (Bozkurt vd., 2008:140). Günümüze kadar ise örgütsel kararın ne kadar önemli olduğunu vurgulayan çok sayıda bilimsel araştırma yapılmıştır. Örgüt kararları “bir sonuca varmak üzere kişilerin birbirini etkilemesi süreci” olarak tanımlanabilmektedir (Cubbertson vd., 1971:142). Örgütler açısından, yönetim sürecinin bir işlevi olan karar verme, etkinliklerin yönünü belirlemesi ve istenen hedeflere ulaşmayı gerçekleştirecek eylemleri tetiklemesi nedeniyle örgütün hedefine ulaşmasında hayati bir önem taşımaktadır (Yılmaz ve Talas, 2010:198).

Yönetimin temel işlevi; amaçlara ulaşmak için etkin kararlar vermek ve bu kararların yerine getirilmesini sağlamaktır. Bu nedenle karar verme mekanizmasının olmadığı bir yönetim düşünülememektedir (Yozgat, 1994:7). Buradan hareketle örgütlerin devamını sağlayan temel unsurun yöneticilerin aldıkları etkili kararlar olduğu söylenebilir. Yöneticiler bu kararları alırken bireylerin ve grupların kararlarını



etkilediği gibi kendisi de kararlarında onların etkisinde kalır. Dolayısıyla yöneticinin karar vermedeki rolü çevresinden soyutlanmış bir durumda yapılan seçimler olarak değerlendirilmemelidir (Cubbertson vd., 1971:143). Tezin konusu itibariyle Türkiye’de karar mekanizmaları ele alındığından ve Devletin yasama organı meclis olduğundan “örgütsel/yönetimsel” karar verme tipolojisi içinde yer aldığı söylenebilir (Işık, 2003:20).

## **II. 2. Karar Verme Yaklaşımları**

Karar verme sürecine olan ilgi 2. Dünya Savaşı’ndan sonra daha çok artmış olsa da aslında karar alma yaklaşımlarının kökleri çok eskilere dayanmaktadır. Öyle ki; Machiavelli’nin Prens kitabında, hükümdara verdiği tavsiyeler, çeşitli davranış seçenekleri içinden tercih edilmesi gereken doğru kararı göstermektedir (Gönlübol, 2000:15).

Karar verme/alma yaklaşımı 1960’lardan itibaren, 1950’lerde büyük etkinlik kazanan davranışsalcı teorilerle gündeme gelmiştir (Kışlalı, 1994:14; Akçay, 2010:2). Bu yaklaşım önceleri siyaset bilimi dışındaki bilim alanlarında ortaya konmuş olsa da sonraları, oy verenlerin, parlamento üyelerinin, yöneticilerin, siyasetçilerin, çıkar grubu önderlerinin karar verme davranışlarını incelemek üzere siyaset bilimciler tarafından da kullanılmaya başlanmıştır (Gönlübol, 2000:15). Karar alma sürecini açıklamaya yönelik birçok model ortaya atılmıştır. Tezin konusu itibariyle bu bölümde siyaset biliminde en çok üzerinde durulan yaklaşımlar ele alınmıştır. Bu bağlamda, genel olarak karar alma yaklaşımları üç başlık altında incelenmektedir (Altunok ve Metin, 2003:95; Saybaşılı, 1999:48; Çevik, 2010: 123-129; Erat ve Kaçer, 2015: 62-64):

### **II. 2. 1. Weberci Ussal Davranış Yaklaşımı**

Bu yaklaşımın kurucusu ve en önemli savunucusu Herbert A. Simon’dur. Yazar rasyonelliğin verilen şartlar ve kısıtlamalarla dayatılan sınırlar içinde, verilen hedeflere ulaşmada uygun bir davranış tarzı göstermek olduğunu belirtmektedir (Simon,

1972:161). Rasyonel (akli/ussal) kavramı, akla uygun olma ve akıl tarafından yönlendirilme anlamına gelmektedir (Yayla, 2013:168). Simon, rasyonalitenin klasik iktisat teorisi ve onun “ekonomik insan” modelini eleştirmiş, rasyonellik yerine “sınırlı rasyonellik” (bounded rationality) teorisini geliştirmiş ve yönetsel insan kavramını ortaya atmıştır (Wandling, 2011:5). Klasik karar modeli amaçların başarısını maksimize edecek en iyi seçeneğin karar vermede belirleyici olmasını öngördüğünden, siyasal anlayışta evrensel bir kabul görmemiştir (Uluğ, 1996:10; Heywood, 2012:141-142).

Simon’a göre karar vericiler sınırlılıklar nedeniyle rasyonel davranmamakta, insan davranışı ussallık açısından sınırlı olmaktadır. Çünkü her zaman tüm veriler elde tam olarak bulunmamakta, bilgiler eksik ve parçalı olmaktadır. Sonuçlara ilişkin bilgi geleceğe yönelik olduğu için deneyimlere dayalı kestirim değerlendirmeleri yapılacak bu da sınırlı ve eksik olabilecektir. Ussallık tüm seçenekler arasından tercih gerektirmekte ancak insanın aklına sadece bazı seçenekler gelmektedir (Saybaşılı, 1999:50). Bu nedenle karar vericinin davranışı sınırlı ussallık davranışıdır.

Simon’un ortaya attığı diğer bir kavram “doyum” dur (Öğüt ve Öztürk, 2007:44). Seçimini yapan yönetsel insan olarak tanımladığı karar verici, tüm etkenleri dikkate alarak “doyurucu” olanı seçmekte ve bu seçimde değer, güdü, inanç gibi kişisel özellikleri etkili olmaktadır (Tural, 1988:502). Dolayısıyla elde edilen sonuç tatminkâr bir sonucu yani bir alternatifin kabul edilebilmesi için minimum şartları taşımayı ifade etmektedir (Öğüt ve Öztürk, 2007:44).

Yazar, insanın örgüt içindeki davranışının büyük oranda amaca yönelik olduğunu ve bu davranışın bir kararlar hiyerarşisi oluşturduğunu belirtmektedir. Her adım bir sonraki amaç için atılmakta ve davranışlar genel ilke ve amaçlara yönlendirildiği ve daha önce belirlenen amaçlara ulaşılabilirdiği oranda ussal olmaktadır (Saybaşılı, 1999:50).

Simon, “karar verme” ile “yönetme” yi eş anlamlı olarak kullanmaktadır. Simon’a göre karar vermenin aşamaları: karar verilmesi gerekli konu ile ilgili ekonomik, teknik, sosyal ve siyasal koşulların gözlemlenmesi yani bilgi toplama, olası eylem seçeneklerinin bulunması, geliştirilmesi ve doğuracakları sonuçlar açısından değerlendirilmesi, yani planlama ve eylem seçeneklerinden birinin seçimidir. Kararı uygulama da bir karar etkinliğidir ve geniş kapsamlı bir politika kararının uygulanması daha ayrıntılı bazı politika kararlarının verilmesi demektir (Tural, 1988: 498-499). “Hükümetler toplum açısından maliyetlerden daha çok getirisi olan ve sonuç veren kamu politikalarını tercih etmelidirler (Dye, 2002’den aktaran Çevik, 2010:213). Weberci ussal yaklaşım kapsamında James March da Simon’un teorisine önemli katkıda bulunmuştur (Wandling, 2011:5). Ayrıca B.M. Gros ve Yehezkel Dror da bu yaklaşımı benimsemektedir (Saybaşılı, 1999:53).

### **II. 2. 2. Smithci Ussal Davranış Yaklaşımı**

Weberci Ussal Yaklaşımın eleştirisinden yola çıkılarak oluşturulan bu yaklaşımın en önemli savunucuları; Charles Lindblom ve David Braybrooke’dır. Aynı zamanda artırmacı ya da ilaveci yaklaşım olarak bilinen bu modelde öncekinin aksine araç-amaç ilişkisi benimsenmektedir (Erat ve Kaçer, 2015:62). Amaçlarla araçlar birbiri ile iç içe olup, birbirinden ayırmak da anlamsızdır (Altunok ve Metin, 2003:97). Yaklaşımın savunucuları, amaçların ve amaçlara ulaşmak için gereken uygulamaların birbirinden bağımsız olmadığını, yakın bağlantı içinde olduğunu belirterek, araç-amaç ilişkisini savunmaktadır (Erat ve Kaçer, 2015:62).

Yazarların önceki yaklaşımla ilgili eleştirileri; bu yaklaşımın insanın sınırlı olan sorun çözme yeteneğine, bilgi yetersizliğine, sürecin yüksek bedelli oluşuna, yeterli bir değerlendirme yönteminin oluşturulamayışına ve değişkenlerin fazlalığına uygun olmaması nedeniyledir. Ayrıca önceki yaklaşım, politika kararlarının

alınmasında bilgi ve değer arasında bulunan bütünselliğe ve bu kararlara ilişkin sorunların gerçekte ortaya çıkma durumuna ve politika kararları alacak kimselere yol gösterecek bir çerçevenin kurulamamış olmasına da uymamaktadır (Saybaşıllı, 1999:54).

Önceki yaklaşımın aksine yöneticinin deneyimleri çok önemlidir ve karar alma sürecini yalnızca amaçlar değil değerler ve yöneticinin birikimi de belirlemektedir (Altunok ve Metin, 2003:97). Dolayısıyla politikalar devamlı ve birikimli bir süreçtir (Eriçok, 2009:54) ve gelecekte karar vericilerin benzer nitelikteki politika adımlarının sonuçlarını tahmin etmelerinde, geçmişte alınmış politik kararlar ile elde edilen deneyim dayanak olarak kullanılabilir (Lindblom, 1985'den akt. Yüce, 2012:41). Lindblom, politika yapımında entelektüel bileşenin de önemini vurgulamaktadır (Airey ve Chong, 2010:296).

Modelin temel varsayımları şu şekildedir: sınırlı politika seçenekleri vardır ve sınırlı sayıda sonuç göz önüne alınmaktadır. Amaçlara uygun araçlar yerine eldeki politikalara uygun amaçlar saptanmaktadır. Çözümleme ve değerlendirme birlikte ve adım adım yapılır ve sistemdeki belirli amaçları gerçekleştirmek yerine aksaklıklar saptanarak bunlardan uzaklaşılabilir ve değişikliklere uyum sağlanır. Karar alma süreci sürekli olarak toplumun her düzeyinde yürütülmektedir (Saybaşıllı, 1999:55). Bu yaklaşımda karar süreci ilaveci/artışsal bir süreçtir ve riskli ve potansiyel masraflı yeni politikalarla sıfırdan başlamak yerine karar vericiler bir kamu politikası haline gelen mevcut politikalar üzerinde küçük, adimsal düzeltmeler yapmalıdır, bu uygulamalar sırasında çevreyle ilgili değerli bilgiler de edinilebilir (Jervis, 1976:77; Eriçok, 2009:59). Böylece bir sorunla ilgili olarak siyasal anlamda bile sadece uygulanan politikaların ilaveleriyle uğraşılacağından karar alırken görüş birliğine varmak daha kolay olmaktadır (Çevik, 2010:125). Nitekim bu yaklaşımda, bir politika kararının alınıp uygulanmasında ortak bir anlaşma ve uzlaşma sağlanmışsa o politikanın yeterince

iyi bir politika olduğu düşüncesi hakim olduğundan, yaklaşımın çatışmaların azaltılması, istikrar sağlanması ve siyasal sistemin kendini korumasında önemli olduğu söylenebilmektedir (Altunok ve Metin, 2003:97).

Çevik (2010:125), bu yaklaşımda geçmiş hükümetlerin politikalarının ek düzenlemelerle devam ettirilmesinin savunulduğunu, karar vericinin yeni bir ideal amaç yerine yürürlükte olan politikalarla işe başlaması gerektiğini vurguladığını belirtmektedir. Türkiye’de ise siyasal iktidarın değişikliklerinde eskiden verilen kararların yok sayılıp yeniden karar verme düşüncesinin var olduğunu belirterek, mevcutsorunların yeni kararlarla çözülmeye çalışıldığını ifade etmektedir. Kamu kurumlarında da siyasiler kadar olmasa da benzer bir durum olabilmekte, bürokratlar da genellikle göreve geldiklerinde hep yeni bir sayfa açma eğiliminde olup eskiden alınmış kararları yok sayabilmektedir. Yazar, bunun ülkenin siyasal ve idari kültürüne bağlı bir durum olduğunu belirtmektedir. Bu konuda Adalet ve Kalkınma Partisi Hükümeti’nde son 10 yılda Milli Eğitim Bakanı’nın 5 kez değişmesi ve hükümetin aynı olmasına rağmen eğitim sisteminde büyük değişiklikler yapılarak bir önceki dönemlerdeki kararların bile yok sayılması örnek olarak verilebilir.

### **II. 2. 3. Orta Yol (Karma Model) Bulma Girişimi**

Hem Weberci hem de Smithci ussal davranış yaklaşımlarının ortak yanı liberal kapitalist ekonomik sistem ve çoğulcu demokrasi temelli olmalarıdır (Saybaşı, 1999: 59-60). Karma modelde, bir orta yol bulma girişimi olarak her iki yaklaşımın eksikliklerini vurgulamakta, artımlı yaklaşımın “tutucu”, rasyonel yaklaşımın ise “ütöpik” olduğu iddia edilmektedir (Kalyon, 2008:13). Charles Schultz ve Amitaj Etzioni bu yaklaşımın en önemli savunucularıdır ve geliştirilen karma model önceki iki yaklaşımın bir sentezi şeklindedir (Altunok ve Metin, 2003: 98-99). Bu yaklaşımda, karma modelin özellikleri sayesinde her iki modelin tek başına sahip olduğundan daha

etkili ve gerçekçi bir yaklaşım olduğu savunulmaktadır (Müftüler, 2013:303; Erat ve Kaçer, 2015:63).

Rasyonel yaklaşımlar, siyasal aktörlerin kendi arzu ettikleri sonuçları yani yararlarını en çok güvence altına alabilecek tercihleri yapan akılcı bir şekilde kendi çıkarını düşünen kişiler olduklarını varsaymaktadır (Heywood, 2012:56). Etzioni ise siyasetçiler ya da üst düzey bürokratlar olarak kamu karar alıcılarının özel çıkar güdüsüyle hareket etmelerini devlet başarısızlığının temel sebebi olarak görmektedir. Yazara göre kişi bazen rasyonel olsa da, alışkanlıklarını ve önyargılarını yansıtan, rasyonel olmayan davranışlar sergilemektedir ve ekonomik davranış kalıpları sırf teorik varsayımlardan hareketle rasyonel sayılamaz; değerlendirmelerde ekonomik verilerle birlikte toplumsal, kültürel, psikolojik ve siyasal veriler de dikkate alınmalıdır (Müftüler, 2013: 303-304).

Etzioni, modelinde kararları temel kararlar ve ilave kararlar olarak ikiye ayırır. Temel kararlar temel politikanın yönünü belirlemektedir. Örneğin; savaş kararı, uzay programının başlatılması vb. kararlar köklü ve temel kararlardır. İlave kararlar ise bu temel kararların verilmesini ve uygulanması sağlayan kararlardır (Çevik, 2010: 216-217). Bu yaklaşımda temel kararları ilave kararlardan ayırt etmek oldukça önemlidir. Temel kararlar, karar alıcıların amaçları doğrultusunda kendi bakış açılarına uygun olan karar seçeneklerinin incelenmesiyle alınmaktadır. Örneğin giriş bölümünde değinildiği gibi Atatürk döneminde sanayi temelli kalkınma benimsenmiş ve karar ve politikalar bu yönde oluşturulmuş, Menderes hükümetinde ise tarım temelli kalkınma benimsenmiştir. Bunlar alınan temel kararlardır. Modelde, ilk yaklaşımdan farklı olarak bu seçeneklerin değerlendirilmelerinde detaylar gözardı edilmektedir. İlave kararlar da temel kararlar tarafından ortaya konulmuş çerçeve içerisinde değerlendirilmektedir (Eriçok, 2009:56). Böylece sorunun tamamı gözlemlenebilmekte ve gözlem sonucunda ilgilenilen bölümle

ilgili detaylar üzerine ağırlık verilebilmektedir. Ussal yaklaşımda olduğu gibi sorunun tamamına odaklanarak çabaları dağıtmamak ya da sorunun sadece bir kısmını dikkate alıp diğer yönlerini gözden kaçırmamak hedeflenmektedir (Kalyon, 2008:13). Bu durumda Weberci Ussal yaklaşım modelinin gerçekçi olmayan yönü azalırken Smithci Ussal Yaklaşım modelinin muhafazakar özelliğinin değişeceği iddia edilmektedir (Erat ve Kaçer, 2015:63).

Modelin uygulamada ne kadar başarılı olacağı konusunda şüpheler bulunmaktadır. Çünkü karar vericilerin her iki yaklaşımı kullanma konusunda hangi kararı ne zaman verecekleri açık değildir. Karar vericilerin çevrelerinden bağımsız olmadıkları, kararlarını etkileyen kişisel özelliklerinin ve ortam koşullarının aldıkları kararlardaki büyük etkisi düşünüldüğünde (Çevik, 2010:217) kuramsal açıdan mantıklı da olsa uygulamada pek gerçekçi bulunmamaktadır (Altunok ve Metin, 2003:100).

Bu yaklaşımların dışında, çoğunlukla dış politika kararları ile ilgili araştırmalarda konu edilen modeller de bulunmaktadır. Bunlar arasında en çok ele alınan modeller Rasyonel Aktör Politika Modeli, Örgütsel Süreç Modeli, Bürokratik Siyaset Modeli, Devlet Kimliği Modeli, Şelale Modeli'dir (Sönmezoğlu, 2005: 209-214; Brummer, 2009:501; Akçay, 2010:27; Wandling, 2011: 7-8; Doğan, 2012:91; Erat ve Kaçer, 2015:63).

Arı (2004: 92-93) uluslararası ilişkiler ve dış politikada karar verme modellerini ele alırken modelleri kriterlere göre farklı grup başlıkları altında incelemiştir. İdealist ve realist, büyük ve ortaboy, tümdengelimci ve tümevarımcı, davranışsal ve geleneksel, normatif ve ampirik, plüralist (çoğulcu) ve globalist teoriler olarak ayırım yapmıştır. Realistler devleti uluslararası politikanın temel aktörü olarak görmekte ve devletlerarası çatışmaları kaçınılmaz ve doğal bulmaktadır. Devlet adamlarını ve karar vericileri rasyonel davranan kişiler olarak kabul eden bu

yaklaşımlarda temel amaç, anarşik bir yapıda devletin varlığını sürdürmektir. Bu amacı gerçekleştirmek için devlet olabildiğince güçlü olmalıdır ve özellikle devletin çıkarına olan kararlardan önemli görülen tercih edilmektedir. Plüralist yaklaşımı benimseyen karar modelleri ise realist yaklaşımdan farklı olarak devlet merkezli olmayıp; birey, çıkar grupları gibi aktörlere de yer verir. Realist yaklaşımda, devlet rasyonel aktör olarak görülürken; bu yaklaşım modellerinde kararların kamuoyu, çıkar grupları, bürokrasi ve siyasal liderler gibi çeşitli aktörler arasındaki bir rekabet ve uzlaşma süreci sonunda alındığı kabul edilir. Realistler uluslararası politikanın ana konusunun güvenlik olduğunu iddia ederken, plüralistler ticaretten tüm ekonomik, ilişkilere spordan turizme kadar tüm toplumsal ilişkileri içeren bir gündem çeşitliliği olduğunu savunmaktadır (Arı, 2004: 107-108). Örneğin rasyonel politika modeli realist bir düşünce modelidir. Allison tarafından geliştirilen bu model, ulus devleti temel aktör olarak kabul etmiş ve devletin, amaçlarını net olarak ortaya koyabildiğini, bütün alternatifleri algılayabildiğini, alternatiflerin sonuçlarını tam olarak tahmin edebildiğini ve elde edilecek faydayı maksimum yapacak seçenekleri ortaya koyduğunu ve doğru seçeneğe yöneleceğini iddia etmiştir. Bu konuda Adalet ve Kalkınma Partisi Hükümeti'nin “komşularla sıfır sorun politikasını” hedefleyip bunun sonuçlarının beklediği düzeyde gerçekleşmemesi, aksine komşu ülkelerle büyük sorunlar yaşanması örnek gösterilebilir. “Karar alma sürecinde yer alan bireylerin devlet adına karar vermelerinden dolayı bireyler ayrıca ele alınmamış ve devletle özdeşleştirilmiştir (Allison ve Zelikow, 1999'den akt. Onur, 2010:38).

Ortaya atılan bu modellerin mutlak doğru ya da en geçerli yaklaşım olduğu söylenemez. Çünkü her yaklaşım olumlu ve olumsuz yönlere ve diğerlerine göre avantajlara ve dezavantajlara sahiptir. Hatta yöneticilerin birçoğu bu modellerin farkında bile olmadan karar almaktadır (Altunok ve Metin, 2003:101).



Yöneticiler mümkün olduğu sürece faaliyette buldukları örgütlerin amaçları ve bu amaçlara ulaştıracak yol, yöntem, araç ve imkânlarının neler olduğunu bilmeli ve birer alternatifler dizisi ortaya koyarak bunlar arasından sağlıklı bir seçim yapmalıdır. Alternatifler arasından değerlendirmeye alınarak tercih edilen, örgütün içinde bulunduğu koşullar ve yöneticinin bilgi, yetenek, kişilik ve eğilimi bakımından en uygun olanı olmaktadır (Eren, 2009:197). Karar verme sürecini etkileyen kararların türü, önemi, kişisel, örgütsel, çevresel gibi çok yönlü unsurlar da göz önüne alındığında bu modellerin tam anlamıyla durumu yansıtmadığı söylenebilir (Altunok ve Metin, 2003:101-102). Dolayısıyla karar verme süreçlerinde, karar alternatifleri hakkında doğru ve yeterince bilgi sahibi olma, bunlar arasında seçim yapma konusunda oldukça önemli olmaktadır. Ancak “bilgi” faktörü dışında karar verme süreci başka faktörler tarafından da etkilenmektedir.

### **II. 3. Karar Verme Sürecini Etkileyen Faktörler**

Literatürde karar verme sürecini etkileyen faktörlerin araştırmanın konusuna göre araştırmacılar tarafından farklı şekillerde ele alındığı görülmektedir. Eren (2009:203), kararın etkinliğinde rol oynayan faktörleri; örgüt içi imkân ve koşullar, çevresel etkenlerin değişim ve gelişim niteliği ve hızı, kararın ilgili bulunduğu örgüt düzeyi, karar vericinin bilgi, tecrübe, yetenek, duygu ve eğilimleri şeklinde sınıflandırarak incelemiştir. Yılmaz ve Talas (2010: 202-203), karar vermeyi olumlu veya olumsuz şekilde sürekli etkileyebilen faktörlerin başlıcalarını kültürel, psikolojik, sosyal, ekonomik, matematiksel ve istatistiksel faktörler olarak görmektedir. Bunları, genel olarak, kişisel faktörler ve çevresel faktörler olmak üzere iki gruba ayırmış ve kişisel faktörlerin; yöneticinin kültürel, sosyal ve psikolojik durumuyla doğrudan ilişkili olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, yöneticinin eğitim ve deneyimlerle elde ettiği bilgi

seviyesi, kültürel değerler, örgüt politikası, çalışanlar, iç ve dış çevre gibi faktörlerin de yöneticilerin karar verme durumlarını etkileyebildiğini vurgulamıştır.

Onaran (1975:110)'a göre karar verme davranışını, kişilerin olayları algılama, güdüleme, kavrama gibi psikolojik özelliklerinin yanı sıra, örgütte gruplar içinde bulunmalarından doğan kişilerarası ilişkiler ve etkileşimler de etkilemektedir. Burada kişinin tek başına, bağımsız bir birey olarak değil, bir örgüt içinde bulunan ve güdülere, algıları, tutumları, değerleri örgüt tarafından yönlendirilen kişiler olmaları üzerinde durulması gerektiğini vurgulamıştır (akt. Yılmaz ve Talas, 2010:203). Yöneticiler çoğu zaman mantık dışı unsurlar olan duyguların ve kişisel değerlerinin etkisinde kalabilmektedir. Nitekim, Nicholas Nicholaidis (1960) kamu görevlileri tarafından verilen 332 idari kararı analiz etmiş ve bu kararların tamamen mantığı temellere dayanan kararlardan öte, duyguların, güç siyasetinin, diğer insanların etkilerinin ve karar veren kişinin kendi değer yargılarının bir karışımı olduğu bulgusuna ulaşmıştır (akt. Adair, 2005:11-12). Adair (2005: 142-144) bunlara ek olarak; zaman, bilgi/enformasyon ve kaynakları yöneticinin kararlarını etkileyen faktörler olarak görmüştür. Halis (2002: 49-50) de “örgütsel ve yönetsel kararların her zaman düzgün, mantıklı, akılcı ve duygulardan arındırılmış olmadığını, karar almayı sınırlayan bazı unsurlar olduğunu” ifade etmiştir. Bu unsurlar teknik bilginin niteliği ve düzeyi, yetersiz bilgi, zaman ve kaynak kısıtlaması, çelişen bilgiler, örgütsel hedeflerin sınırlayıcılığı gibi unsurlar ile algılar, önyargılar, subjektif mantık gibi davranışsal unsurlardır.

Eriçok (2009: 56-68), yerel yönetimlerde karar alma sürecini konu aldığı araştırmasında karar alma sürecinde rol oynayan unsurları; kamu bürokrasisi, siyasi partiler, seçmenler, baskı grupları, medya organları, yönetim birimi dışı unsurlar olarak incelemiştir. Sakal (1998: 211-223) ise siyasal karar alma sürecinde yer alan aktörlerin karar alma sürecini oldukça fazla etkilediğini vurguladığı çalışmasında, bu aktörleri ise

siyasi partiler, çıkar grupları, seçmenin ve seçimlerin rolü ve bürokrasinin rolü şeklinde gruplandırmıştır. Kışlalı (1994: 259-271) siyasal kararlarda etkili olan güçlerin; siyasi partiler, baskı grupları, kamuoyu olduğunu, ayrıca siyaset biliminde toplumsal sınıflar ve seçkinlerin de siyasal kararları etkilediğini belirtmektedir. Arı (2004: 166-187) uluslararası ilişkiler ve dış politika ile ilgili eserinde karar vermeyi etkileyen faktörleri kişisel özellikler, dışsal çevre ve içsel çevre olarak üç bölümde incelemiştir. Buna göre kişisel özellikleri; konuya ilişkin ilgi ve bilgi düzeyi, deneyimi, rolü, liderlik özellikleri, siyasal kültür oluştururken, içsel çevreyi devletin ve hükümetin yapısı, yasama, bürokrasi ve kamuoyu oluşturmaktadır. Dışsal çevre ise küresel sistemi ve bunun içindeki güç ilişkilerini kapsamaktadır. Ülkelerin iç yapıları ve dış politikaları arasındaki ilişki de birçok yazar tarafından önemle vurgulanmaktadır. Araştırmacılar dış politikaların iç politika kararlarının birer uzantısı olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla dış politika uygulamalarındaki kararları etkileyen faktörler iç siyasal ortamı oluşturan; siyasal rejim/devletin örgütleniş biçimi (hükümet yapısı, idari yapı ve bürokrasi, hükümet ideolojisi, yasama organı), siyasi partiler, iletişim, baskı grupları ve kamuoyudur (Sönmezoğlu, 2005: 611-639). Siyasal karar alma sürecini etkileyen bu unsurlardan en çok üzerinde durulan roller “Siyasi Güçler” başlığı altında incelenmektedir.

Etik karar verme konusunda araştırma yapan Akbaba ve Erenler (2011: 448-449) ise bireyin karar verme davranışına etki eden faktörlerin genellikle iki ana kategoriye ayrıldığını belirtmiştir. İlk kategori bireysel karar verici ile ilgili değişkenlerden (cinsiyet, yaş, uyruk, kişilik, tutum, değerler, eğitim, din vb.), ikinci kategori bireyin karar verdiği durumu şekillendiren ve tanımlayan değişkenlerden (referans alınan grup, örgüt büyüklüğü, endüstri türü, rekabet gücü gibi) oluşmaktadır. “Kişisel, sosyal, ekonomik ve kültürel özellikler karar verme sürecinin tamamını

doğrudan veya dolaylı olarak etkileyebilmektedir”. Karar verme sürecini ve bu süreçte etinin önemini konu alan diğer bir çalışma da Sağır (2006) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada faktörler; algı, karar vericiye bağlı olan kişilik, değerler, riske karşı tutum, grup olarak karar verme özellikleri, kararın önemi, çevresel koşullar, zaman faktörü, seçenekler, kısıtlar ve sonuçlar şeklinde ele alınmaktadır.

Siyasetçilerin kararlarını etkileyen en önemli kişisel faktörlerden birisi olarak ve karar verme sürecinin başlangıcı olarak algılama kavramı ön plana çıkmaktadır. Öyle ki Halis (2002:31), algılamanın karar verme sürecinin yalnız başındaki değil, her aşamasındaki karşılıklı ilişkisini vurgulamaktadır. Karar vericilerin, süreç sonunda bazen uygun olmayan ya da yanlış karar verdikleri halde bunu değiştirmeyi ya da düzeltmeyi otoritelerini eksilten bir davranış olarak algılamaları bunun çarpıcı bir örneğidir (Koçel, 2010:138). Ayrıca karar verme sürecini etkileyen birçok faktör algılamayı da etkilemektedir. Algılar, bireyler ve toplumların duygu ve davranışlarının biçimlenmesi ve eyleme dönüşmesinde en önemli belirleyicilerden biri olduğundan (itlioğlu, 2013: 3-4) ve karar verme sürecine, öncelikle durumun ne olduğunu anlama, yani onu algılamayla başlamak gerektiğinden (Arı, 2004:187), tezde algılama kavramı üzerinde ayrıca durulmaktadır.

### **II. 3. 1. Algılama Kavramı**

Algılama kavramı, çevredeki uyarıcıların farkına varma ve bu uyarıcılara uygun davranışlarda bulunma “duyum” ve “algı” adı verilen, birbirini tamamlayan iki süreçten oluşmaktadır (Özkalp, 2004:215). “Duyum; duyu organlarının (gözler, kulaklar, burun, ağız ve parmaklar) maruz kaldığı ışık, renk, ses, koku ve dokunma ile ilgili temel uyarıcılara verilen anlık tepkileri ifade etmektedir” (akır, 2010:41). Algı ise duyu organları tarafından kaydedilen bu uyarıcıların beyin tarafından örgütlenip, yorumlanmasıdır (Özkalp, 2004:215). Algı, duyumdan daha ileri bir adım olmaktadır.

Baymur (1994:127), duyumların algılama fiilinin fiziksel ve fizyolojik yanları olduğunu ve her duyumla birlikte bir algılama yapıldığını ifade etmektedir. Dolayısıyla algılama “duyumsal bir bilgilenme” olarak da tanımlanabilmektedir (Özer, 2012:149).

İnsanlar duyu organları vasıtasıyla aynı şeyleri görmekte ya da duymaktadır. Ancak çeşitli etkenlerle farklı şekillerde algılamaktadır. Dolayısıyla algılama, kişiden kişiye değişen, son derece subjektif bir zihinsel işlemdir. (Koçel, 2010:121; İnceoğlu, 2010:107). Algılamalar ile gerçekler arasında çoğu zaman ciddi uçurumlar bulunmaktadır (Arı, 2011). Çünkü; “Algılama süreci, kişilerin sahip oldukları değer yargıları, içinde yetiştikleri kültürel ortam, amaç ve hedefleri, ihtiyaçları, bilgileri, duyguları, geçmişteki deneyimleri ve biyolojik ve fiziksel özellikleri gibi çok sayıda faktör tarafından etkilenmektedir” (Eren, 2010:355). Baymur (1994: 130-134) algılamayı etkileyen faktörleri; uyarıların gruplama ve bütünleme eğilimi, içinde bulunulan ortamın etkisi, geçmiş yaşantının, duyguların, tavırların ve güdülenmenin etkisi ve telkinin etkisi olarak ifade etmiştir.

Kişi bu faktörlerin etkisiyle uyarılara değişen ölçülerde önem atfetmekte ve bu önemin derecesine göre bir anlam vererek, belirli bir davranış göstermektedir (Eren, 2010:355). Dolayısıyla algılama kişinin bir konu ya da sorun konusundaki davranışını ya da tavrını etkilemekte, kişilerin algılamalarına bağlı olarak davranışları oluşmaktadır (Koçel, 2010:524). Buradan hareketle karar vericilerin karar verme sürecini ya da davranışını onların algılamalarının şekillendirdiği söylenebilmektedir. Her bireyin algılama ve yargılama yeteneğinin birbirinden farklı olması da kişilerin benzer durumlarda farklı kararlar verebilmesine ve farklı davranışlar sergileyebilmesine neden olmaktadır (Akbaba ve Erenler, 2011:449). Algılama sadece problemin gözlemlenmesini değil, aynı zamanda çözüm üretilmesini de etkilemektedir. Bilinçli ya da bilinçsiz önyargılı değerlendirmeler karar alternatiflerinin seçilmesinde büyük ölçüde

rol oynamaktadır. Benzer şekilde yanlış ya da farklı algılama istenilmeyen sonuçlara da neden olabilmektedir. Hatta bu algılamalar önemli kararlarda ciddi sonuçlar da doğurabilmektedir. Öyle ki devletlerin niyetleri hususundaki farklı algılamalar önemli politik tartışmaların temelini oluşturmaktadır (Jervis, 1976:59).

Algılama kültür tarafından da önemli oranda etkilenmektedir. “Kültür: bir toplumda öğrenilen ve paylaşılan değerler, inançlar, davranış özellikleri ve anlam taşıyan semboller toplamıdır” (Koçel, 2010:135). Kültür; kişisel, sosyal, ekonomik özelliklerle birlikte karar verme sürecinin tamamını doğrudan veya dolaylı olarak etkileyebilmektedir (Akbaba ve Erenler, 2011:449). Algılama süreci anlamlandırmayla eşdeğer olduğundan kültürel etkenlerin önemli bir rolü olmaktadır. Çünkü, anlamlar kültürel simgelere göre de belirlenmektedir. Değişik kültürlerdeki insanların da bu nedenle nesne ve olayları anlamlandırma, dolayısıyla algılama biçimleri arasında çeşitli farklılıklar bulunmaktadır. Ortak kültüre sahip bireylerin ise algılama biçimlerinde, bir yakınlık söz konusu olmaktadır (İnceoğlu, 2010: 89-90).

Belirli bir anda uyarıcılardan hangilerinin seçilerek algılanacağını belirleyen en önemli süreç ise “dikkattir” ve genellikle üzerinde dikkatin yoğunlaştırıldığı uyarıcılar algılanırken, diğer uyarıcılar ya hiç algılanmamakta ya da belli belirsiz bir biçimde algılanmaktadır (Özkalp, 2004:216). Çevik (2013:49)’e göre “algılama önce kişisel değerler ile belirlenen “dikkat” ile başlar. Kişi kendi değerleri doğrultusundaki olay, kişi veya durumlara ilgi göstermektedir. Bu nedenle bir uyarının algı ile sonuçlanması için kişinin dikkatini çekecek bir uyarıcıya ihtiyaç vardır”. Dikkatin hangi uyarıcılar üzerinde yoğunlaşacağı ise iç ve dış unsurlar tarafından belirlenmektedir. Kişinin, dikkatini bir konu üzerinde tutabilmesinde; onun ihtiyaç, ilgi, istek ve kişilik özelliklerinden oluşan iç etmenleri daha önemli rol oynamaktadır (Baymur, 1994:126).

Dikkati belirleyen dış etmenler ise uyarıcının şiddeti, tekrarı, değişiklik, yenilik, hareket gibi özelliklerdir (Baymur, 1994: 125-126; Özkalp, 2004:216).

Dikkat unsurunun dışında tutum ve algı arasında da sıkı bir ilişki bulunmakta, değerlendirmeye ilişkin yargılar içeren tutumlar, algılamaya etki eden önemli bir kavramı oluşturmaktadır (İnceoğlu, 2010:7). Tutum genel olarak kişinin bir obje, kişi, konu ya da olay hakkındaki değerlendirmesidir (Ünal, 2008:51). Dolayısıyla duygu, düşünce ve davranışlardan oluşmaktadır (Özkalp, 2004:281). Tutumlar; dolaysız olarak gözlemlenememekte, yalnızca açığa vurulmuş davranışlarda görülebilmektedirler (İnceoğlu, 2010: 14-87). Örneğin her devletin kendi güvenliğini sağlamak için silahlanma gibi girişimler ya da önlemler diğer devletler tarafından kendilerine yönelikmiş gibi algılanarak onları da benzer bir tutuma sevk etmektedir (Arı, 2004:93).

Tutumlarda değişim ortaya çıkabilmekte, önyargılar, dolaylı ve yanlış bilgilenmeler sonucunda belli bir konu, durum ya da kişiye ilişkin tutumlar, doğru ve yeterli bir bilgilenme süreciyle birlikte değiştirilebilmektedir. Öyle ki kişinin, içinde yer aldığı siyasal, toplumsal, ekonomik yapıya, kısacası sisteme ilişkin tutumunda bile değişiklik olabilmektedir. Doğal olarak bu değişiklik algıyı da değiştirmektedir (İnceoğlu, 2010:14). Dolayısıyla karar süreçlerinde algılama ve bilgi ilişkisinin karar sürecinin başlangıcından uygulanmasına kadar oldukça önemli unsurlar olduğu söylenebilmektedir.

Arı (2011), uluslararası ilişkiler ve dış politikada karar verme sürecinde algılamanın rolünü Jervis'in varsayımlarına dayandırarak açıklamaktadır. Bu varsayımlar şu şekilde özetlenebilir: karar vericilerin yaklaşımları ve imajları edindikleri bilgileri belirlemekte ve etkilemektedir. Dışarıdan kendilerine gelen bilgileri kendi teori ve imajlarına uydurma ve kendi teorilerini değiştirebilecek yeni bilgilere karşı kapalı davranma eğilimindedirler. Bilgiler toplu olarak değil de parça parça

geldiğinde bunu, mevcut bilgi ve imajlarıyla çatışsa bile özümseyebilir. Karar vericinin imajı, eski deneyimlerden ve öğrendiklerinden etkilenmektedir ve uluslararası ilişkilerin geçmiş tarihi de karar vericinin algılanmasını etkileyen önemli bir faktördür. Karar vericilerin geçmiş deneyimlerini çağrıştırmaları dolayısıyla aynı olay farklı karar vericiler tarafından farklı algılanabilir ve bu algılamaların kendi istediği biçimde olduğunu düşünür. Karar vericiler kararların karşı taraf üzerinde öngörülen etkiyi yapabileceğinin farkında olmayabilmekte ve diğer ülkelerin kendilerine yönelik düşmanlığını abartabilmektedirler. Diğer ülkelerin büyükelçisinin tutum ve davranışlarının o ülkenin politikasını tamamen yansıttığını düşünmekte ve diğer ülkelerin davranışlarını ve tepkilerini tamamen kendi politikalarının bir sonucu olduğu noktasında abartılı bir değerlendirme içinde olurlar.

Görüldüğü gibi her şey algıya dayanmaktadır. Algı, toplum mühendisliğinin temeli olarak toplumun en değerli hazinesi olarak görülmektedir. İnsanlar dünyayı algıladıkları şekilde görüp, yaşamaktadırlar (Yeşilçimen, 2007). Algı, dış dünyadan akan bilgi birikimi ile oluşmakta, bu bilgi birikimi ise her zaman gerçeği göstermemekte ya da gerçek gösterilmemektedir. Algılar, değişik uygulamalarla yönlendirilebilmekte, değiştirilebilmekte yani yönetilebilmektedir (Çitlioğlu, 2013:4).

### **II. 3. 2. Algılama Yönetimi**

Dış dünyadan gelen veri akışını kontrol etmek ve geliştirmek anlamına gelen “algılama yönetimi” günümüzde o denli önemli bir hale gelmiştir ki; özellikle siyasetçilerin kullandığı oldukça popüler hale gelen bir yönetim tekniği olmuştur (Özer, 2012:147). Algılama yönetimi hedef bireyler ve toplulukların, gerçekler yerine yalnızca görmesi gerekenleri veya görmesi istenilenleri görmelerini sağlamak olarak açıklanabilmekte (Çitlioğlu, 2013:4) ve “gerçekler, yansıtma, yanıltma ve psikolojik operasyonların bir bütünü” olarak tanımlanabilmektedir (Ersaydı, 2011).



Algılama yönetimi, kavramsal açıdan olumsuz çağrışımlar uyandırmakla birlikte, bireyler ve toplumların olumlu davranışlar geliştirmesine yönelik olarak da kullanılmaktadır (Çitlioğlu, 2013:4). Bir akıl ve bilim oyunu olarak görülmekte ve bu teknikle kötü alışkanlıklardan sağlıklı yaşama, ekonomiden milli güvenliğe her şey zor kullanmadan yönetilebilmektedir (Yeşilçimen, 2007).

Algılama yönetimi, bu konuda lider kabul edilen ABD'nin, siyasal kararlarının ülkede ve tüm dünya kamuoyunda benimsenmesi için kullanılan bir teknik olarak, ilk kez Savunma Bakanlığı içindeki birimlerince kullanılmıştır (Özer, 2012:148). Özellikle 2. Dünya Savaşı'nda uygulanan psiko-politik yöntemlerin ne denli etkili olduğunun görülmesi algılama yönetimi kavramının önemini giderek arttırmıştır (Çitlioğlu, 2013:4). Günümüzde ise özellikle gelişen internet, medya ve küresel film sektörü algılama yönetiminin en etkili araçları olarak kullanılmaktadır (Çağlar, 2013:36). Siyasetçiler halk ile özellikle medya yoluyla iletişime geçmeye yönelmişlerdir. Siyasetin kamuoyuna daha fazla ağırlık vermesiyle haber medyasının partiler, adaylar ve hükümet yetkilileri için önemi doğal olarak artmakta, önceleri adaylara yakın kişilerin yürüttüğü seçim kampanyaları bile reklam, halkla ilişkiler basın danışmaları vb. uzmanlarca yürütülmektedir (Schudson ve Waisbord, 2010:387). İnternet ve medyanın etkili bir araç olarak kullanılmasıyla gelinen noktada, “algı ve gerçeklik arasındaki uçurum gitgide genişlemiş ve sosyal, siyasal ve ekonomik hayatın içerisindeki karmaşıklık kitle iletişim araçlarının insan zihnindeki imgeleri değiştirmesi ile hız kazanmıştır” (Çevik, 2013:50).

Algı yönetimiyle genellikle siyasetçilerin, kendi toplumunun davranışlarını istenilen yönde değiştirmeyi ya da yönlendirmeyi amaçladığı gibi başka ülkelerin gözünde imaj oluşturmada da kullanabildiği söylenebilmektedir. Algılamayı değiştirerek davranışın istenilen şekilde ve ikna yoluyla yönlendirilmesi oldukça

benimsenen bir yöntem haline gelmiş ve birçok kişi ve örgütün de algılama yönetimine başvurmasına neden olmuştur (Yalçınkaya, 2013). Öyle ki günümüz koşullarında algılama yönetiminde kaynağın çeşitliliği, yani aktörlerin sayıca artması, çeşitlenmesi ve bunun etkileri nedeniyle algılayıcı açısından kaynağı, yani bilginin kimin tarafından üretildiğini tespit etmek oldukça zordur (Tanrıverdi, 2013: 178-179). Artık uluslar, ülkeler, hükümetler, kurumlar ve işletmeler gibi çok sayıda aktör tarafından kullanılabilen bu yöntem, son dönemde özellikle işletmelerin sundukları ürün ve hizmetlere ilişkin hedef kitlelerine yönelik olumlu yargının oluşmasında ve bununsürdürülmesinde kullanılmaktadır (Bakan ve Kefe, 2012:27). Hedef kitle müşteriler ya da potansiyel müşteriler, ortaklar, yatırımcılar, rakipler, hükümet, çalışanlar ve yerel topluluklardan oluşabilmekte ve herbiri ile ilgili mesaj ve iletişim teknikleri ulaşılmak istenen amaca uygun olacak şekilde yapılmalıdır (Reid, 2002: 51-56'den akt. Bakan ve Kefe, 2012:30). Dolayısıyla günümüz koşullarında bir sektör hakkında da özellikle sektörde öne çıkan kurumlar ve örgütler tarafından algılama yönetiminin yapılabileceği söylenebilir. Örneğin, tekstil sektörünün algısının kamuoyunda son derece olumsuz olduğunu belirten Dal (2014)'e göre bunun temel sebebi; "algı" noktasında herhangi bir çalışma yapılmamış olmasıdır. Yukarıda da belirtildiği gibi algı dikkatin çekilmesi ile başlamaktadır. Dolayısıyla algı oluşturmada önce dikkati çekmek daha sonra da davranışı istenilen yönde planlı bir şekilde değiştirmek esastır. Buradan hareketle turizm sektörünün zaten ülkede uygulanan politikalarla siyasetçilerin dikkatini çektiği ancak siyasetçilerin turizmi nasıl algıladıklarının ise belirsizliğini koruduğu söylenebilir. Bu nedenle öncelikle siyasetçilerin algılarının belirlenmesi gerekmektedir.

## II. 4. Siyaset Kavramı

Siyaset kelimesi Arapça'dan Türkçe'ye geçen bir kelime olup, Arapça'da "siyasa" şeklinde kullanılmaktadır (Dursun, 2008:29). Osmanlı Devleti'nde "siyaset", padişahın devlet ve toplumun iyiliği gereği aldığı tedbirler olarak tarif edilmektedir ayrıca siyaset kelimesinin sözlük anlamlarında "ölüm cezası" kavramı da bulunmaktadır (Katgı, 2013:183). Modern dönemde Arapça literatürde siyasa ve siyasi kelimeleri, Batı dillerindeki politika, politik ve policy kelimelerinin anlamlarını kazanarak onların yerine kullanılmıştır (Dursun, 2008:29). Günümüzde ise Türkçe'de siyaset kelimesi Batı dillerindeki karşılığı olan "politika" ile aynı anlamda kullanılmaktadır (Dursun, 2008:29). Politika ile uğraşan kimseye ise eş anlamda kullanılan politikacı ya da siyasetçi denilmektedir (TDK, t.y.).

Siyasetin üzerinde herkesin fikir birliği ettiği bir tanımı bulunmamakla beraber (Öztekin, 2011:23), genel olarak "ülke, devlet, insan yönetimidir" şeklinde tanımlanabilmektedir (Kışlalı, 1994:15). Siyasetin babası olarak kabul edilen Aristoteles siyaseti; "yurttaşların toplumu ilgilendiren işlerle ilgili olarak yaptığı her şeydir" şeklinde tanımlamaktadır (Aybek, 2013:3). Demir (2009:3)'e göre siyaset; "toplumun en genel adıyla devlet olarak tanımladığı ortak gücün nasıl karar alacağını belirlemektedir. Siyasi iktidarı elde etmek, toplumun ortak gücünü meşru olarak kullanma hakkı elde etmektir. Siyasal süreç, toplumun ortak işlerini görme amacıyla bu işleri kimlerin ve hangi kurallara göre yerine getireceğini belirlemektedir." Bu noktada devlet ile hükümet arasındaki ayrımı vurgulamak gerekirse; devlet, hükümetten farklı olarak hukuksal bir kurum ve tüzel bir kişilik olarak soyut bir kavramdır ve süreklilik arz eder. Hükümet ise siyasi iktidarı ve otoriteyi kullanan, kontrolü sağlayan, kadrolarının geçici olduğu daha somut bir kavramdır (Turan, 2013:114). Diğer bir

deyişle hükümet, devlet denen tüzel kişiliği belirli bir süre yönetme yetkisi alan kurumdur denebilir.

Yayla (2013: 177-178) siyasetin genellikle hükümetle ya da devletle ilgili faaliyetleri ifade eden veya bu tür faaliyetlerle ilgili olan bir kavram olduğunu belirtmekte ve operasyonel anlamda tanımını; “İnsanların hayatlarının bazı kesimlerinin geçici veya daimi olarak ortak olması veya zaman zaman kesişmesi yüzünden alınması gereken ve uyulmaları bir ahlaki müeyyideden ziyade hukuki bir yaptırımla veya buna benzer maddi temeli olan yaptırımlarla desteklenen kararları alma sürecidir” şeklinde yapmaktadır. Yazara göre siyaset bir yönüyle de bir uzlaşma/uzlaştırma sanatıdır.

Duverger’e göre (1974); “Siyaset, gerçekte hem bir çatışma ve iktidar kavgasıdır, hem de bir ölçüde toplumun tümüyelerinin yararına olabilecek bir düzen yaratma amacıdır. Kışlalı (1991:9) da her siyasal sistemin aynı zamanda bir çatışma ve uzlaşma içerdiğini belirtmektedir. Kapani (2008:17-18) siyasetin bir görüşe göre toplumda yaşayan insanlar arasında bir çatışma, bir mücadele, bir kavga olduğunu belirtmiştir. Kişiler arası düşünce, çıkar ve psikolojik eğilim farklılıklarından doğan bu çatışma siyasetin temelini oluşturmakta ve bu çatışmanın hedefi ise iktidarın ele geçirilmesi olmaktadır. Böylece siyasi iktidarı ele geçirerek ve onu kullanarak kendi görüşlerini ve çıkarlarını gerçekleştirebileceklerdir. Siyasi iktidar en genel anlamda bir ülkenin ve toplumun bütünü üzerinde geçerli olan iktidardır (Turan, 2013:50) ve bir muhalefetin varlığına rağmen veya bir muhalefetle karşılaşmaksızın, ulaşılmak istenen herhangi bir sonuca ulaşma yeteneği” (Yayla, 2013:177-178) olarak tanımlanan bu kavram gerçek toplumsal yaşantılarda, çatışma olgusu ile girişik bir bağlantı içerisindedir (Piven ve Cloward, 2010:20). Dursun (2008:33)’a göre ortak çıkarların belirlenmesi sürecinde nihai karar verme noktasında etkin olmak isteyenlerin iktidar için bir mücadele vermeleri doğaldır. Bu doğrultuda düşünen pek çok düşünür ve toplum bilimci siyaseti

bir iktidar mücadelesi olarak ortaya koymaktadırlar ve tanımı da “nihai karar verme yetkisine sahip olmak için verilen mücadeleler” olmaktadır. Öyle ki bir siyasetçinin başarısını belirleyen en önemli etken, onun kişilik özelliklerinden ziyade iktidarı ede etmekte ve tutmakta gösterdiği maharet ve ustalık olarak görülmektedir (Daver, 1972:21).

Diğer görüş ise; siyasetin amacının öncelikle toplumda bütünlüğü sağlamak, özel çıkarlar yerine insanların “ortak iyiliğini” gerçekleştirmek olduğudur. Siyaseti, bir toplumun içinde yer aldığı tarihsel ve toplumsal ilişkiler belirlemektedir ve siyaset gücün uygulamaya konulmasıdır. Siyasal davranışlar güç uygulama davranışlarıdır (Bahar, 2008: 222-224). Siyasi iktidarın tüm toplumu etkileyen ve kapsamına alan etkileme ve yaptırım gücü vardır. Aynı zamanda güce, özellikle de zor kullanma gücüne sahiptir ki başka hiçbir güç bu yola başvuramamaktadır (Öztekin, 2011:33). Duverger (1974:45), bilimsel gelişmeler nedeniyle hükümetlerin tarih boyunca hiçbir tiranın hiçbir zaman elde edemediği bir gücü ellerine geçirdiklerini ifade etmektedir. Buradaki güç, genel anlamda bireyin grupların ya da toplumsal kurumların değişik alanlarında hukuksal ve meşru olduğu yaygın olarak benimsenen etki gücü olan yetki türüdür. Weber yasal yetkiyi, gücünün meşruluğunu herkes için bağlayıcılığı bulunan akılcı kurallardan alan ve bunlara dayanan yetki olarak görmüştür (Bozkurt vd., 2008:256).

Genel olarak tanımlamalarda “çıkar çatışması, iktidar mücadelesi, güç, ortak iyilik” kavramlarının ön plana çıktığı görülmektedir. Öztekin (2011:24), siyasetin çıkar çatışması, iktidar mücadelesi, toplumun iyiliğini gerçekleştirme çabalarını içeren bu farklı tanımlardan hareketle siyaseti; “hem bir çeşit çıkar çatışması, hem iktidar olma, hem de bir ölçüde uzlaşma ve toplumun genel çıkarlarının gözetilmesi çabasıdır” şeklinde tanımlamaktadır.

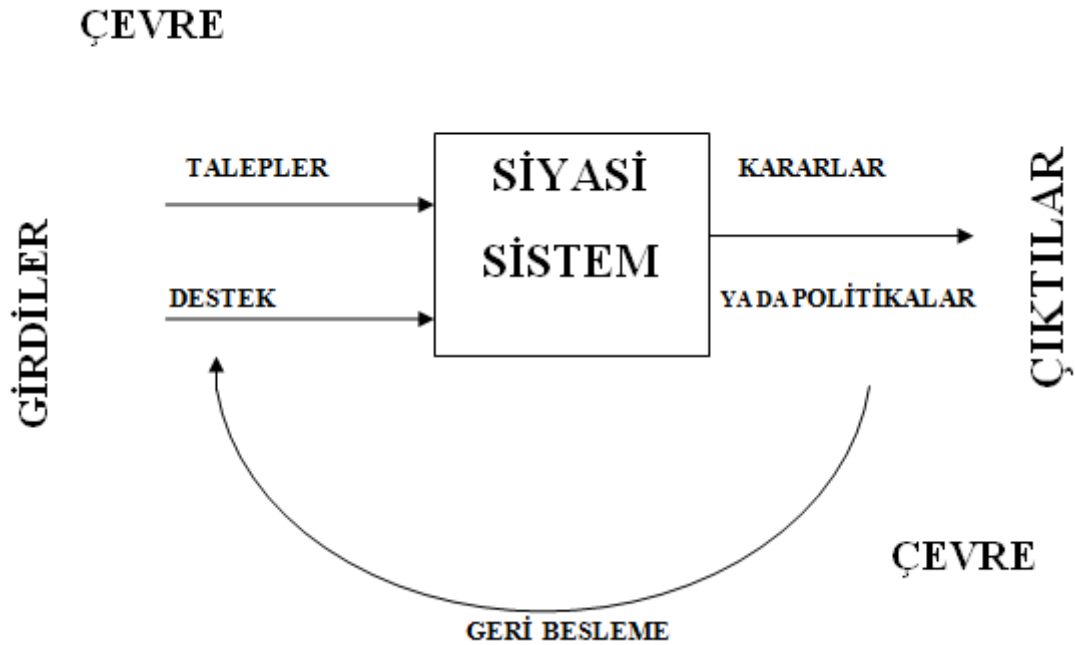
Siyaset sadece siyasetçilerin ne yaptığıyla ilgilenen bir olgu değildir; toplumda denetim, sınırlama ve baskı uygulama süreçleriyle de ilgili bir kavramdır (Bahar, 2008: 223). Siyaset bilimi içerisinde siyaset olgusu bir süreci ifade etmektedir ve toplumsal sistemin bir parçasını oluşturan eğitim sistemi, üretim ve tüketim sistemi, haberleşme sistemi gibi diğer sistemlerle karmaşık ilişkileri bulunan bir alt sistemdir (Kışlalı, 1994:18). Siyasal sistem “bir ülkenin siyasi ortamını teşkil eden ilişkiyi, süreci, kural ve kurumların bütününe ifade eden bir kavram olup, bir toplumun kolektif amaçlarının siyasetle alakalı olanlarını belirleyen ve gerçekleştiren sosyal kurumlar manzumesidir” (Yayla, 2013:177). Siyasal sistem girdi ve çıktılardan oluşan bir süreçtir ve girdiler ile çıktılar öncelikle sistemin iç yapısı tarafından belirlenmektedir. Kaynaklar elbette doğal çevreye bağımlıdır ancak bu kaynakların etkili bir biçimde işletilmesi giderek siyasal sisteme bağlı olmaktadır. Örneğin çağdaş bir ulus-devlette gelirin büyük oranda ulusal korunma için tüketilmesi, özellikle sosyalist devletlerin sahip oldukları ekonomik kaynakların bu amaçla kullanılması durumun göstergeleridir (Saybaşı, 1999:159).

Siyasal sistemi, sistem yaklaşımının siyaset bilimindeki öncüsü olarak görülen David Easton bir modelle açıklamaktadır. Easton Modeli denilen bu modelde; sistem yaklaşımından hareketle siyasal sistem girdilerden ve çıktılardan oluşan bir süreç olarak görülmektedir Easton (1957: 384-385), bu modelin çok basit olduğunu ve modelin girdilerden, siyasi sistem ya da siyasi süreçler aşamasından ve çıktılardan oluştuğunu belirtmektedir. Yazara göre siyasi sistemler belirli özellikte olmalarıyla bir sistemdirler. Çünkü tanımlanabilir özellikleri, girdi ve çıktıları ve bir sistemin içerisinde ayırt edilebilirlikleri ve bir bütün oluşturmaları ile bir sistem özelliği göstermektedirler.

Şekil 1. de görüldüğü gibi sisteme toplum içi çevre ve toplum dışı çevreden birtakım girdiler alınmakta ve bu girdiler “talep” şeklinde ve “kaynak” şeklinde

olabilmektedir (Easton, 1957:387). Örneğin bir sendikannın yasa yapıcılardan bir yasa çıkarmalarını istemeleri bir talep girdisidir (Çam, 1998: 148-160). Girdiler halkın genelinden karar vericilere gelen talepler olarak, daha yüksek yaşam standartları, yüksek istihdam olasılığı vb. bir dizi baskıyı içerirken, destekler; halkın vergi ödeyerek, riayet ve kamusal hayata iştirak etme istekliliği göstererek siyasal sisteme katkı sağlaması şeklinde olmaktadır (Heywood, 2012:145). Talep girdilerinin çokluğu ya da çelişkili olması kaynak girdilerinin sınırlılığı nedeniyle hepsinin karşılanamamasına neden olmaktadır. Bu nedenle sistemin “sınırları” bulunmaktadır. Kaynak biçimindeki para, personel, enerji vb. girdilerdir. Burada önemli olan noktalardan birisi de her talebin siyasal sisteme girememesidir. Bu aşamada da “baskı grupları” gibi talebin sisteme girmesi için toplum grupları etkili olabilmektedir (Çam, 1998: 148-160).

**Şekil 1.** Easton Siyasi Sistem Modeli



**Kaynak:** Easton, 1957:384

Siyasal sistemin ise asgari düzeyde bile olsa diğer sistemler tarafından benimsenmesi gerekmektedir. Bu anlamda siyasal sistemin çevresinde bir de “destek”

girdisi bulunmaktadır. Kaynakları harekete geçirmede otoriteler; talebin karşılanmasıyla sağlanacak faydaya verdikleri değerle, sunulacak kaynak arasında karşılaştırma yapmaktadır. Siyasal sistem içerisinde taleplerin bir kısmının ayıklanması, benzer taleplerin birleştirilmesi, öncelik sırasına konması gibi işlemler gerçekleştirilir. Sonuç olarak çıktı niteliğinde siyasal kararlar oluşmaktadır. Siyasal kararların uygulanması ise yönetimin etkinliğine, çevrenin karara uyma ve iktidarın kararlarını uygulamasındaki benimsetme ya da zorlama yeteneklerine bağlıdır. Tüm bu süreç toplumun diğer birçok sistemiyle ilişki içerisinde. Örneğin siyasal sistemin vergi olarak aldığı parasal çıktı, ekonomik sistemin bir çıktısıdır. Sistemin “geri besleme” şeklinde dönüşümü de siyasal sistemin kesintisiz devamını, yeni girdiler oluşturulmasını, kararlar alınmasını sağlamaktadır. Siyasal sistemin etkinliği ise, karar verme sürecinde önemine değinildiği gibi, bilgiye bağlıdır. Bu nedenle sistemin işleyişinde çevre ve alt sistemlerle etkin bilgi iletişim kanalları oluşturmak oldukça önemlidir (Çam, 1998: 148-160).

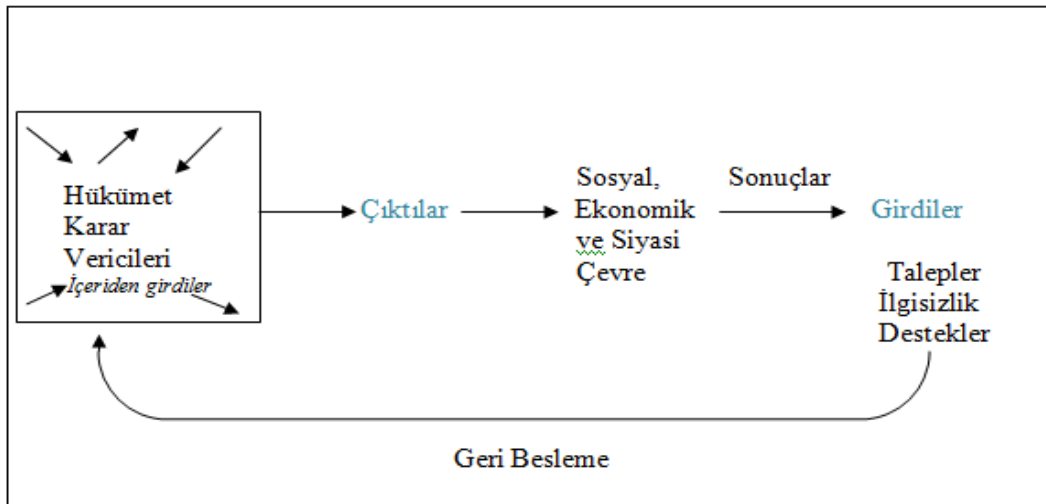
Topbaş (2010:88) siyasal sistemde, talep girdilerinin siyasal sisteme yönelmiş olan çok sayıda etkinin özet bir biçime indirgenerek algılamayı sağladığını belirtmektedir. Yazara göre; talep girdilerinin rekabet ve çatışmaları siyasal sistemlerde siyasetin özünü oluşturmaktadır. Toplumun çeşitli kesimlerinde meydana gelen gereksinimler, istekler, sorunlar ve siyasal sistem otoritelerinin bunları algılamaları, kendi düşünce ve eğilimleri, kısa ve uzun dönemli amaçları, siyasal kararların alınmasında etkili olmaktadır.

Roskin ve arkadaşları (2010: 32-33) Easton modelinde değişiklikler yaparak Şekil 2’de yer alan modeli oluşturmuşlardır. Yazarlar çok az değişiklik yaptıklarını belirterek, bu şekilde modelin gerçeği daha iyi yansıttığını belirtmişlerdir. Şekil 2’de görüldüğü gibi aynı geri bildirim ağını muhafaza etmiş, ama hükümetin dönüşüm sürecini başa koymuşlardır. Çünkü çoğu kararı hükümet almakta, halk daha sonra tepki



göstermektedir. Irak Savaşı'nda ABD halkı tarafından 2003'de verilen güçlü destek 2006'da yaşanan hayal kırıklığı ve memnuniyetsizlik bunun bir örneğidir. Yazarlar bu değişikliğin modeli daha karmaşık bir hale getirerek gerçeğin karmaşık doğasını yansıttığını iddia etmektedirler. Ayrıca, bir sonraki adımda yalnızca dış talepler işlenmemekte, Easton'ın içeriden girdiler adını verdiği ve daha sonra önerdiği, hükümetin çeşitli parçalarından baskılar da bu aşamada söz konusu olmaktadır. Görüldüğü gibi hem Easton modeli ve hem de uyarlaması siyasal sistemi teorik bir zemine oturtmaya çabalamıştır.

## Şekil 2. Uyarlanmış Siyasi Sistem Modeli



**Kaynak:** Roskin vd., 2010:33

Siyasi iktidarın en önemli işlevi, çevresinden gelen talep ve destekler doğrultusunda kaynaklar ve değerleri dağıtmak için tüm toplumu bağlayıcı kararlar almak ve kurallar koymaktır ve bu “siyaset belirleme işlevidir (policymaking)” (Dursun, 2008:117). Bir başka anlatımla, temel toplumsal ihtiyaçların giderilmesine yönelik işlerin yapılması ve hizmetlerin görülmesi siyasi iktidarların işlevidir (Gönenç, 2010:1). Hangi tür siyasal sistem olursa olsun siyasal bakımdan örgütlenmiş her toplumda, iktidarın iki önemli işlevi ve bunlara karşılık veren kurumsal yapısı daha vardır. Alınan

bu kararları uygulama işlevi, “siyaset uygulama” ve uygulamayı kontrol etme işlevi ise “siyaset denetimi” işlevidir. Siyaset belirlemeyi yasama, uygulamayı hükümet ve bürokrasi ve denetimi ise yargı kurumları gerçekleştirmektedir (Dursun, 2008:117). Siyasal sistemde iktidarın en önemli işlevi olan karar alma işlevi yerine getirilirken süreçlerin işleyişinde yer alan roller de oldukça önemlidir. Bu roller siyasal sistemin önemli birer parçasıdır.

#### **II. 4. 1. Siyasi Güçler**

Bir bireyin siyasal hayatta etkili bir aktör olarak rol oynamasını sağlayan temel unsur siyaseti algılaması ve anlamlandırmasıdır. Siyaset ve bu çerçevedeki her türlü gelişme, kişinin kendi hayatından bağımsız, ilgisiz ve etkisiz olarak görülmesi durumunda kişi siyasete yönelmemektedir (Dursun, 2008:209). Toplumsal ilişkiler ve süreçler bireylerin siyasi yaşam içindeki yeri ve önemini belirlemekte ve bireyleri siyasi aktörlerin en başına yerleştirmektedir (Yüksel, 2014:256). Ancak bir toplumun siyasal hayatında siyasetle ilgili sadece bireysel roller yoktur. Siyasal hayatta belli roller üstlenen, etkide bulunan, siyasal iktidar ilişkileri ve süreçlerinin işleyişine katılan ve bu çerçevede belli işlevler üstlenen örgütler de vardır ve bunlara “siyasi güç” denilmektedir (Dursun, 2008:253).

Kışlalı (1994:227) bu örgütlerin başında siyasi partiler ve baskı grupları geldiğini belirtmektedir. Birincisi iktidarı ele geçirmek, ikincisi iktidarı etkilemek amacıyla yönelik örgütlerdir. Öztekin (2011:95) siyasi güçleri; siyasi partiler, baskı ve çıkar grupları ve kamuoyu olarak incelemektedir. Dursun (2008:253) siyasal hayatta öne çıkan örgütlerin başlıcalarının siyasi partiler, baskı grupları, kamuoyu, bürokrasi ve uluslararası sistem olduğunu ifade etmektedir.

Çam (1998:415) ise siyasi güçleri örgütlü ve örgütlenmemiş-dağınık gruplar olarak ele almaktadır. Seçmenler kitlesi, kamuoyu gibi gruplar örgütlenmemiş gruplar

olup, siyasi partiler ve baskı gruplarıçağımızda en yaygın ve en etkili örgütlü siyasal güçlerdir. Aşağıda siyaseti, dolayısıyla siyasal kararları etkileyen en önemli siyasal güçler olarak görülen; siyasi partiler, baskı grupları, kamuoyu ve bürokrasi kavramları ele alınmaktadır.

#### **II. 4. 1. 1. Siyasi Partiler**

Siyasi toplumu oluşturan kişiler arasında, toplumun yönetimi konusunda çeşitli görüş ve çıkar ayrılıkları olması ve aynı görüşü paylaşan ya da aynı çıkar çevrelerine sahip olan kişilerin birleşmesi ve siyasi iktidarı ele geçirme çabası göstermeleri, siyasi partileri doğuran temel nedenlerdir (İbrahimoglu, 2010:9). Siyasi partiler, yurttaşların iktidara erişimi ve iktidarı yönlendirmesinde, siyasetin işleyişinde en eski ve en önemli araçlardır (Uysal ve Topak, 2010:12). 18. yüzyılın sonlarında Amerikan ve Fransız devrimleriyle yaşanan değişimler sonucunda ortaya çıkan siyasi partiler (Duverger, 1993: 16-24), özellikle demokrasi rejimlerinde hükümeti organize etmenin ana aygıtlarıdır (Roskin vd., 2010:155). Hatta Demokrasiyi yaratan siyasi partiler olmuştur. Bu nedenle partilerin demokrasi içerisindeki siyasi sistemdeki yapıları ve işlevleri sisteme damgasını vurmakta ve onun işleyişini yakından etkilemektedir (Özbudun, 1964:1).

#### **II. 4. 1. 1. 1. Siyasi Parti Kavramı**

Çoğulcu demokratik sisteme sahip ülkelerde, toplumdaki benzer çıkarlara, taleplere ve düşüncelere sahip bireylerin temsilcisi konumundaki kurumsal aktörleri olan (Samur, 2007:17) ve çağdaş siyasal toplumun en önemli siyasal gücünü oluşturan siyasal partiler (Dursun, 2008:253), bir program çerçevesinde siyasal kararları etkilemek ve bu amaçla siyasal iktidarı ele geçirmek üzere örgütlenmiş kuruluşlardır (Kışlalı, 1994:227). Siyasetçi, genellikle bireysel olarak kaldıkça siyasi hayat içerisinde görüşlerini duyurmakta ve toplumu etkilemede zayıf olacaktır (İbrahimoglu, 2010:9).

Bu nedenle genellikle toplumu yönetmede söz sahibi olmak isteyen siyasetçiler, siyasi partilere yönelerek iktidara örgütlü bir biçimde yürümeyi hedeflemektedirler.

Scwartz ve Lawson (2010:282) siyasi partiyi; “kendi adı altında seçimlere katılması için adayları görevlendiren ve hükümete temsilci yerleştirme arayışında olan bir örgüt” olarak ifade etmektedir. Kapani (2012:175) siyaset sahnesinin baş aktörleri olarak nitelediği siyasi partileri “bir program etrafında toplanmış siyasi iktidarı elde etmek ya da paylaşmak amacı güden sürekli bir örgüte sahip kuruluşlardır” şeklinde tanımlamaktadır. Teziç (2008:310), “siyasi parti üyelerinin düşünce ve menfaatlerini gerçekleştirmek için, iktidarı kısmen ya da tamamen elde etmek amacıyla siyasi hayata katılan teşkilatlanmış bir gruptur” şeklinde tanımlamaktadır. Weber ise “tüzel kişilik halinde siyasi denetim için mücadele eden, çarpışan gruplar” olarak görmektedir (akt. Scwartz ve Lawson, 2010:283).

Heywood (2012:303) siyasi partileri diğer gruplardan (baskı grubu ya da toplumsal hareketler) ayıran dört özellikten yola çıkarak kavramsallaştırmaktadır. Siyasi partiler, bir makamı kazanarak hükümet olarak iktidarı kullanmayı amaçlayan, biçimsel olarak “kart taşıyan” üyeliklerle örgütlenmiş, yönetim politikasının sorun edildiği her konuya değinecek şekilde geniş kapsamlı sorunlara odaklanmayı benimseyen ve paylaşılan siyasi tercihler ve genel bir ideolojik kimlik etrafında birlik ve bütünlüğe sahip olan gruplardır.

Yüce (2009: 2-3), La Palombara'nın dört önemli kriterine göre siyasi partileri tanımlamaktadır. Yöneticilerin ömürleriyle sınırlı olmayan sürekli bir örgütün varlığı, bu örgütün merkezle düzenli ilişkiler içinde faaliyet gösteren yerel kuruluşlara sahip olması, tek başına ya da başkalarıyla ortaklaşa olarak karar alma, iktidarı ele geçirme ve elde tutma hususunda bilinçli bir çabanın gösterilmesi, seçmenler arasında taraftar kazanmaya ya da herhangi bir şekilde halkın desteğini sağlamaya yönelik

girişimlerin yapılması siyasi parti olabilmenin ölçütleridir. Dolayısıyla yukarıda belirtilen örgütlenmeler siyasi parti olarak tanımlanmaktadır. Hiç şüphesiz bu ölçütlerin tamamı siyasi partilerin gücünü şekillendirmekle beraber, siyasi partilerin temel gücünü halk desteği oluşturmakta (Kışlalı, 1994:232) ve siyasi partiler kamuoyunun biçimlenmesinde ve siyasal kararların uygulanmasında önemli bir rol oynamaktadır (Çam, 1998:415).

#### **II. 4. 1. 1. 2. Siyasi Parti Tipolojisi**

Siyasi partiler arasında çeşitli yönlerden farklılıklar bulunmaktadır. Bunlar; örgütlenme, iç taban, sosyal taban, ideoloji vb. farklılıklardır (Kapani, 2012:184). Bu açılardan farklı yazarlar farklı sınıflandırmalar yapmışlardır. Siyaset biliminin en önemli uzmanlarından sayılan Fransız Maurice Duverger'in en önemli ve kapsayıcı genel teori denemesi olan siyasi parti yaklaşımına göre (Özbudun, 1964:23) partiler; kadro ve kütle (kitle) olarak iki türdür. Bu sınıflamadaki ayrım, bir sosyal ve siyasal alt yapı farkına dayanmaktadır (Duverger, 1993:109).

Kadro partileri, siyasi partilerin ilk örnekleridir. Siyasi partilerin oluşumundan önce Parlamentolar içerisinde "hizip" adı verilen içerisinde kalıcı örgütlenmeleri ve üyelik sistemleri olmayan, etkili bir liderin etrafında bir araya gelen gruplar bulunmaktaydı (Durgun, 2014:339). İşte bu parlamento gruplarının hizipleşmeler sonucunda parlamento dışında örgütlenmeleriyle kadro partileri oluşmuştur (Öztekin, 2011: 105). Bunlar, ödedikleri vergilerle bir siyasal ve sosyal ayrıcalık elde ederek siyaset yapmaya hak kazanan ve siyaset yapmasında sakınca görülmeyen varlıklı insanların örgütlediği ve meydana getirdiği partilerdir (Yücekök, 1987:91). Henüz "genel oy" hakkının tanınmadığı, ancak seçkinler olarak belirli bir gelir düzeyine sahip olanların ve belirli bir düzeyde vergi verenlerin oy verebildikleri

bir dönemde doğduklarından (Kışlalı, 1994:228) bu partilere elit-seçkin tabanlı parti adı da verilmektedir (Durgun, 2014:342).

Kadro partilerinde az sayıda fakat seçkin kişiler, dayanışma ile çok sayıda milletvekilini parlamentoya sokmaya çalışmaktadır. Çünkü bu kişilerin oy toplamada yeterli olacakları inancı hâkimdir. Gerçekten de aktif siyasal katılımın düşük düzeyde olduğu küçük siyaset dünyalarında bu partiler başarı kazanmada fazla zorlanmamışlardır. Örgütün zayıf, merkezin güçlü olduğu bu tür partilerde parlamentodaki milletvekili de her zaman seçmenden de, parti üyesinden de daha güçlü ve etkili olmuştur (Yücekök, 1987:91). Çünkü parti disiplini zayıftır ve parlamenterler örgütten bağımsız hareket edebilmektedir ve bunlar diğer parti görevlilerine göre daha saygın ve otoriterdir. Örgütün milletvekillerine ya da adaylarına katkısından çok, tam tersi olarak seçilen parlamenterlerin parti örgütüne katkıları vardır (Öztekin, 2011:106). Batıdaki ilk siyasi partiler bu görüntüde olmakla birlikte, sanayileşme ve modernleşmenin kaçınılmaz olarak ortaya çıkardığı farklı toplumsal boyutlar kadro partilerini zamanla derinden etkilemiş ve onların yapılarını büyük ölçüde değiştirmiştir (Yücekök, 1987:91).

Kitle partileri kadro partilerinden çok daha sonra 20. yüzyıl başlarında kitlelerin oy hakkını elde ederek siyaset sahnesine dahil olmaları sonucu ortaya çıkmışlardır (Kapani, 2012:186). Özellikle işçi sınıfının mücadelesi bu oluşumda etkili olmuştur (Kışlalı, 1987:228).

Kitle partisi için üyelerinin niteliği değil sayısal çokluğu önemlidir. Çünkü ne kadar çok üyeye sahip olursa o kadar çok oy potansiyeli ve finans kaynağı demektir (Öztekin, 2011:105). Kitle partisinin sayı ile sağladığını kadro partisi seçme yoluyla sağlamaktadır. Dolayısıyla kadro partisine üye olmak daha farklı bir anlam taşımaktadır. Burada bir kişinin büyük prestijine, kampanyayı örgütlendirme gibi teknik

yeteneklerine veya özel durumuna dayanan ve salt kişisel niteliklerine göre belirlenen tamamen kişisel bir işlem bir eylem söz konusudur ve bu imkân az sayıda kişiye sunulur (Duverger, 1993:107-108).

Kitle partisi ise zengin bağışçılara, sanayicilere, ticaret adamları vb. kişilere ulaşmak yerine demokratik bir finansman kaynağı olarak çok sayıda üye arasında partiye yapılacak maddi katkıları mütevazı bir şekilde dağıtır. Kitle partisinde, partiyi finanse eden üyelerinden düzenli olarak topladığı aidatlardır ve bunlarla siyasi faaliyetleri ve giderleri için gerekli fonları sağlamaktadır. Böylece diğerindeki gibi seçkin insanlara bağımlılık söz konusu olmamaktadır (Duverger, 1993:106-107). Burada üyeler sadece finansal kaynaklar olarak görülmemekte, onları siyasal olarak da sürekli eğitime ve bilinçlendirme amacı güdülmektedir. Bu amaç, zamanı geldiğinde iktidarı ele geçirebilecek ve ülkenin yönetimine ağırlığını koyabilecek, belirgin ve tutarlı bir ideolojiyle eğitilmiş ‘elitler’ yetiştirmektir (Kapani, 2012:186-187). Kadro partilerinin etkinlikleri seçimlerle sınırlı olup, genellikle tutucu, düzenden yana partilerdir. Aynı zamanda ideolojiye düşük düzeyde önem vermekte iken kitle partilerinin etkinlikleri daha sürekli ve yaygındır. Üyelerin parti ile bağlantıları genellikle daha sıkıdır. Çok sayıda üyeye dayalı bir parti olduğundan daha disiplinli ve bürokratik bir yapıya sahip olup, örgüt üzerinde merkezin otoritesi söz konusudur (Kışlalı, 1987: 228-229).

Kesin bir taahhütname imzası ve yıllık bir aidat ödemesini kapsayan sistem sadece kitle partisinde vardır. Kadro partilerinde bağışlar söz konusu olmakta ve kesin üyelik kriteri bulunmamakta, katılım derecesini ise ancak üyelerin parti içindeki faaliyeti belirlemektedir. Bu nedenledir ki kadro-kitle sınıflaması, sağ ve sol ile burjuvazi ve işçi ayrımına da paralel düşmektedir (Duverger, 1993:111).

Kitle partileri ilk olarak sosyalist partilerle başlamış, zamanla komünist ve faşist partiler de bu parti türünde örgütlenmeye ve çalışmaya başlamışlar (Öztekin, 2011:107). Hatta daha yakın zamanlarda az gelişmiş ülkelerdeki bazı partiler de aynı tekniği benimsemişlerdir (Kapani, 2012:187).

Siyasi partiler konusunda bir başka sınıflama Daver (1972: 230-233) tarafından yapılmıştır. Yazar, şahıs partileri, prensip (doktrin) partileri, iktidar partileri, kitle ve kadro partileri şeklinde bir ayrına gitmiştir. İsminden de anlaşılacağı gibi şahıs partileri bir şahsa bağlı olan, başlangıcı gibi devamı da şahsa bağlı olan partidir. Liderler bu partilerin canalıcı noktası olup, prensipleri ve amaçları partinin de prensipleri amaçlarıdır. Bu partiler geniş siyasi grupların doğmadığı, temsili demokrasiye yeni geçmiş ülkelerde görülmektedir. Prensip partileri belli bir ideolojiye bağlı partilerdir ve ilkeleri hızla yayıldığından şahıs partilerinden daha büyüklüdür. İktidar partileri, amacı münhasıran iktidarı ele geçirmek olan partilerdir. Ana rejimin temel noktaları üzerinde anlaşmışlardır, yöntem ve uygulamada farklılıklar bulunmaktadır. Kitle partileri ile kadro partileri ayrımı ise üye sayılarına dayanmaktadır. Kitle partileri mümkün olduğunca taraftar toplamaya ve bütün seçmenlerini (sempatizanlarını) üye yapmaya çalışan partilerdir. Kadro partileri ise üye toplamaktan çok oy potansiyeli yüksek olan elit kişileri kazanmaya çalışırlar. Ayrıca yazar örgüt yönünden de siyasi partileri sınıflamış, ilk kademe teşkilatlarını oluşturdukları yer ve oluşturma şekillerine göre partileri; komite, seksiyon, hücre ve milis partileri olarak ayırmıştır. Buna göre komite partileri büyük merkezlerde, seksiyon partileri köy, mahalleye kadar dar bölgelerde, hücre partileri işçi ve öğrencilerin yoğun buldukları yerlerde, yarı askeri bir disipline sahip olan milis partileri ise işgal altındaki bölgeler vb. yerlerde kurulurlar.



ABD'nin siyaset bilimcisi Sigmund Neumann ise siyasi partileri “bireysel temsil partileri” ve “sosyal bütünleşme partileri” olarak ikiye ayırmıştır. Sosyal bütünleşme partilerini de kendi arasında “demokratik bütünleşme partileri” ve “toptan (total) bütünleşme partileri” olarak iki başlık altında incelemektedir. Bireysel temsil partileri, dar ve sınırlı bir siyasal katılma ortamına sahip ve sadece seçim zamanlarında faaliyet gösteren, gevşek yapılı bir örgüttür. Sosyal bütünleşme partileri ise kitle hareketlerinin ve siyasal katılmanın genişlemesi sonucunda ortaya çıkan yeni tip partilerdir. Üyelerini ideolojik ve örgütsel bir çatı altında toplayan, onlarla düzenli ilişkiler kuran, onların sosyal hayatlarıyla yakından ilgilenen topluluklardır. Yazar, toptan bütünleşme partilerini ise komünist ve faşist partiler olarak nitelemekte ve parti ile üyeler arasındaki bağın çok kuvvetli olduğunu ifade etmektedir. Bu parti türünde ideoloji faktörü diğerleriyle kıyaslanamayacak kadar çok önemlidir ve ideoloji bu parti türü için adeta ‘iman’ derecesine varan bir sadakat görünümündedir (akt. Kapani, 2012: 189-191).

Roskin vd. (2010: 202-203) partileri sınıflandırmanın temel bir yolunun parti ideolojisine göre sol-sağ yelpazesi şeklinde sıralama olduğunu belirterek bu şekilde bir ayrıma gitmiştir. Bu yelpaze sol kanat partileri, merkez sol partiler, merkez partiler, merkez sağ partiler, sağ kanat partileri şeklindedir. Türkiye’de de genellikle bu ayrımın kullanıldığı söylenebilir. Sol ve sağ, siyasetçilerin siyasi partilerin ve hareketlerin ideolojik duruşlarını özetleyen siyasi görüş ve inançlarını belirten terimler olarak kesin anlamları olmasa da tutumları özetleyebilir. Sağ kanata sahip ideolojiler genellikle otorite, hiyerarşi, düzen, ödev, gelenek, milliyetçilik vb. görüşlere sahipken; sol kanat ideolojiler ise özgürlük, kardeşlik, haklar, ilerleme, reform, uluslararasılık vb. karakterlere sahiptir (Heywood, 2012: 5-6).

Alman siyaset bilimci, Otto Kirchmeimmer ise Türkçe literatürde “Toplayıcı Parti” ya da “Hepsini Yakala Partisi” terimleriyle kullanılmakta olan “Catch-All Party” parti tipini ortaya atmış ve bu modeli büyük yankı uyandırmıştır. 2. Dünya Savaşı’ndan sonra Avrupa’da büyük değişiklikler olmuş ve refahla birlikte toplum ideolojik dar görüşlülüğü reddetmeye başlamıştır. İş adamlarından işçilere, katoliklerden protestanlara kadar herkese hitap etmeyi hedefleyen Hıristiyan Demokrat Partisi’nden yola çıkılan parti modelinde; toplumun belli bir kesimini değil herkesi elde etmeye çalışan bir parti tipi vardır (Roskin vd., 2010:204). Bu parti; sınıf çizgilerini aşarak mümkün olduğu kadar geniş bir seçmen kitlesine hitap etmeye çalışan, ideolojik eğilimi oldukça yumuşak, faydacılık (pragmatik) yönü ağır basan bir parti görünümündedir (Kapani, 2012:192). Bu partilerin; Almanya, İtalya, İngiltere, Fransa, İspanya ve ABD partilerinde popüler örnekleri olup (Roskin vd., 2010:204), Süer (2011:87)’e göre genel olarak ANAP ve kısmen de AKP’nin bu tür partilerin Türkiye’deki örnekleri olduğunu belirtmektedir. Kapani (2012:193) Türk partilerinin çoğunun bir ölçüde kadro parti tipine yakın olmakla birlikte tam olarak ne kadro ne kitle modeline uymadığını, özellikle ANAP olmak üzere belli başlı Türk partilerinin “hepsinin yakala” türüne uygun düştüğünü ifade etmektedir.

Günümüzde yukarıda anlatılan bazı siyasi parti tiplerine doğru bir değişim yani bir tip değiştirme eğilimi bulunduğu iddia edilmektedir. Örneğin Roskin ve arkadaşları (2010:184) modern demokratik partilerin çoğunun “hepsini (her seçmeni) yakala” partileri olduklarını ve birçok grup ile görüşün kombinasyonu olduklarını belirtmektedir. Ancak bu değerlendirmeler yapılırken, bir ülkede siyasi partilerin oluşmasında ya da tür değiştirmelerinde o ülkenin içinde bulunduğu sosyo-ekonomik koşulların, siyasi ortamın, toplum yapısındaki değişme ve gelişme hızının önemli rol oynadığı göz önüne alınmalıdır (Kapani, 2012:193).

Hem siyasi partilerin özellikleri arasında sayılan hem de partilerin kavramlaştırılmasında ve ayırımında kullanılan ideoloji kavramı önemi nedeniyle ayrı bir başlık altında incelenmektedir.

#### **II. 4. 1. 1. 3. Siyasi Parti ve İdeoloji**

İdeoloji kavramı konusunda siyaset bilimciler tarafından herkesçe benimsenen ortak bir tanım bulunmamakta, farklı tanımlamalar yapılmaktadır (Turan, 2013:136). Tanımlar farklı dünya görüşlerine, kültürlere ve inançlara göre değişmektedir (Topakkaya, 2007:178). Adam Schaff değerler sistemi üzerine dayandırarak işlevsel bir tanım yapmakta ve ideolojiyi “bireyin ve sosyal grubun toplumda arzulanan gelişme hedefleri karşısında tutum ve davranışlarını tayin eden fikirler sistemi” olarak görmektedir (aktaran Çam, 1998:231). Her ideolojinin bir insan doğası anlayışı, tarihi anlama ve açıklama biçimi bulunmakta ve her ideoloji “daha iyi” bir sosyo-politik yapıyı önermekte, hedeflemekte veya vaat etmektedir. Dolayısıyla ideoloji, bir inançlar, normlar, değerler bütünüdür ve aynı zamanda “olması gereken”, “ideal” sosyo-politik modeli içermektedir (Örs, 2009:3).

Her ideolojinin siyasi bir boyutu olmayabileceğinden hareketle genel bir tanım yapılabilmektedir. Turan (2013:139-140), Daver (1972)’in tanımından yola çıkarak siyasal ideolojiyi; “Bir ülke, toplum, devlet, millet, siyasi bir parti, ulusal ya da uluslararası bir örgüt tarafından benimsenen belirli siyasi amaçları ve hedefleri olan, bu amaç ve hedef doğrultusunda eylemleri, yolları ve yöntemleri de gösteren, ulusal ve uluslararası toplumsal, siyasi ve ekonomik olayları belirlediği amaç ve hedeflere göre yorumlayan inançlar ve düşünceler bütünüdür.” şeklinde ifade etmektedir. Siyasi partilerin benimsedikleri ideolojiler birbirine zıt olabileceği gibi, bazı yönlerden birbirlerini destekler nitelikte de olabilir. Örneğin ABD’deki iki önemli siyasi parti uzun süreden beri benzer ideolojiyi savunmaktadır (Sakal, 2013:215).

Topakkaya (2007:165) ideoloji kavramının tarihsel gelişim süreci içerisinde bireysel ve toplumsal anlamda gittikçe artan bir öneme ve ağırlığa sahip olduğunu belirtmektedir. İdeolojilerin etkilerinin her zaman doğrudan hissedilmeyeceğini ancak bilinç altında kalsa dahi insanların ve milletlerin davranış kalıplarının arkasında sahip olunan ideolojilerin etkisinin büyük oranda var olduğunu vurgulamaktadır. Günümüzde gerek ülke içindeki bir takım siyasi ve toplumsal tartışmalar gerekse uluslararası tartışmaların kaynağında ideoloji farklılığı yatmaktadır. Kısaca, ideoloji insanların dünyayı nasıl algıladığını ya da algılaması gerektiğini de belirleyen bir değerler bütünüdür denilebilmektedir (Örs, 2009:5).

#### **II. 4. 1. 2. Baskı Grupları**

Siyasetçiler karar alma mekanizmaları olmak ve eldeki kaynakları dağıtma gücünü ellerinde bulundurmak için mücadele etmektedir. Siyasi partilerin bu temel amaç ile birlikte toplumda gerek siyasi gerekse sosyal ve ekonomik alanda ihtiyaç ve istekleri farklılaşan kesimleri temsil etmesi, onların ortaya çıkış amaçlarını oluşturmaktadır (Yüce, 2009:4). Çıkar grupları denilen siyasi iktidarı ele geçirmeden, hükümet kararlarını etkilemeye çalışan bu topluluklar (Sakal, 1998:215) baskı grupları ile aynı anlamda kullanılsalar da aslında takip ettikleri yöntem ve eylemleri itibariyle farklılaşmaktadırlar (Dursun, 2008:288). Çıkar grupları, siyasi iktidara kendi menfaatlerini kabul ettirip, gerçekleştirmek için teşkilatlanıp harekete geçtikleri zaman baskı grubuna dönüşmektedirler (Bilgici, 2010:13).

Baskı grupları; grubun ortak çıkarlarını algılayan üyelerden oluşan, amaçlarını gerçekleştirmek için siyasi sistemi etkilemeye yönelik eylemlerde bulunan topluluklardır (Dursun, 2008:289). Baskı grupları, kendileriyle ilgili siyasi kararları ya doğrudan ya da kamuoyu aracılığıyla dolaylı olarak etkilemeye çalışmaktadırlar (Kışlalı, 1994:258-259). Göksu ve Bilgiç (2003:51) baskı gruplarının, siyasi ve

yönetmel karar alma mekanizmasında bazen siyasi partiler kadar bazen de siyasi partilerden daha fazla etkili olduğunu ifade etmektedir.

Siyasi partiler genellikle baskı grupları ile karıştırılmaktadır. Roskin vd. (2010:178), her iki grubun da benzer şekilde halk politikalarını etkilemeye çalıştıklarını ancak baskı gruplarının amaç ve hedefleri, grup üyelikleri gibi konularla birbirlerinden farklılaştıklarını ifade etmektedir. Siyasi partiler birer iktidar alternatifi iken, işçi-işveren örgütleri, meslek örgütleri vb. baskı grupları üyelerinin ortak amaç ve düşüncelerini savunan, bir yandan siyasi partilerin iktidar mücadelesini destekleyen ya da engelleyen bir yandan da iktidarı örgütlerinin amaçları doğrultusunda etkilemeye çalışan demokratik kurumlar olarak birbirinden farklıdır (Saybaşıllı, 1999:30).

Dursun (2008: 290-292) baskı gruplarını: anomik, örgütlenmemiş, örgütlenmiş, kurumsal baskı grubu olarak sınıflandırmaktadır. Anomik baskı grupları; örgüt, tasarı, hazırlık ve süreklilik olmaksızın herhangi bir siyasi karar için ortak bir baskı kurulmasıdır. Bir kasabada gerçekleşen bir kaza sonucunda halkın sorun olarak gördüğü yolu kapatıp, eylem yapması bu gruba örnek olarak verilebilir. Örgütlenmemiş gruplar ise örgüt yapısına sahip olmadıkları halde ortak menfaat algılayarak; din, dil, ırk, aşiret vb. temelli gruplardan oluşmakta ve siyasal sisteme yönelik kesintili ve istikrarsız özellikte baskıları söz konusu olmaktadır. Örgütlenmiş baskı grupları işçi-işveren sendikaları, meslek odaları, sektör işveren örgütleri, dernekler gibi üyelerinin çıkarlarını gerçekleştirmek üzere kurulmuş ve düzenli faaliyette bulunan gruplardır. Kurumsal baskı grupları; kuruluş amaçları üyelerinin çıkarlarını korumak ve siyasal sisteme baskı yapmak olmamakla birlikte gerektiğinde bunları da üstenebilen ordu, üniversite, bürokrasi, işletme gibi kuruluşlardır. Kışlalı (1994:254) ise baskı gruplarını “kitle baskı grupları (sendika vb.)”, “kadro baskı grupları (TÜSİAD vb.)” ve Türkiye’de

12 Eylül öncesi dönemde görülen “otoriter-totaliter baskı grupları” şeklinde sınıflayarak incelemektedir.

Baskı gruplarının siyasetteki etkinliği değerlendirilirken grubun sayısal büyüklüğü, mali kaynakları, örgütlenme gücü gibi birtakım faktörlere bağlı olduğu göz önünde tutulmalıdır. Çok üyeli veya mali kaynağı çok kuvvetli ya da iyi örgütlenmiş bir baskı grubunun iktidarın siyasi kararları üzerinde etkisi bu özellikleri zayıf olan gruba göre çok daha fazla olacaktır (Kapani, 2008:230). Newton (1976), kurumsallaşmış ve iyi örgütlenmiş grupların karar alma mekanizmasına hızlı, etkin ve kimseye fark ettirmeden etki ederken iyi örgütlenemeyen grupların ise bir sonuç alamadıklarını belirtmektedir. Bunlar kampanyalar düzenlemekte, bağırıp çağırmakta ancak sonuçta pek bir şey elde edememektedir (akt. Göksu ve Bilgiç, 2003:62). Göksu ve Bilgiç bu anlamda Türkiye'nin en etkin baskı grubunun TÜSİAD olduğunu, memurların ise örgütlenememe nedeniyle siyasetçiler ve hükümetler üzerinde baskı oluşturamadığını belirtmektedir.

Baskı grupları amaçlarını gerçekleştirmek yönünde faaliyet gösterirken bir yerde iktidarla karşı karşıya gelmektedirler. Bu aşamada amaçlarının gerçekleşmesi, siyasi iktidarın aldığı bir kararın uygulanmasını önlemeyi ya da iktidarı tam tersi yönde bir karar almaya zorlamayı gerekli kılmaktadır (Sakal, 1998:216). Bazı durumlarda da, örneğin bir yasa tasarısı konusunda, siyasi partiler ile baskı grupları sürekli veya geçici güç birlikleri oluşturmakta ve işbirliği de yapabilmektedirler (Kışlalı, 1994:256). Özellikle medyanın kitleler üzerindeki öneminin artmasıyla, reklam ve propagandaları için katlanması gereken maliyetleri artan siyasi partiler, toplumdaki bazı grupların etkisinde kalarak amaçlarından bile sapabilmektedir. Bu gruplar maddi anlamda partilere destek olmakta, karşılığında da siyasi karar sürecinde etkili olmaktadır (Yüce, 2009:5).

Örneğin ABD’de kaynakların kamusal amaçlara ayrılması çoğunlukla çıkar grupları arasındaki pazarlık yoluyla sağlanmaktadır. ABD’de yapılan bazı araştırmalar, çıkar gruplarının çok etkili olduğunu göstermekte siyasal sistemde kaynakların harekete geçmesinde gerçek odak noktasının yani desteği harekete geçirici rolü oynayanın siyasetçi olduğunu göstermektedir (Saybaşıllı, 1999:157). Baskı grupları ABD gibi özellikle gelişimi birçok ülkede lobicilik şeklinde kendilerini göstermektedir. Bunlar ulusal ve uluslararası ölçekte olabilen, karar verici birimlere ulaşarak, onlara bilgi sağlama ve onları bir tutum ve davranış sahibi kılmaya yönelik en etkili yöntemlerden biri olarak ifade edilmektedir (Yüksel ve Tayfun, 2003). Örneğin; ABD’nin birçok eyaletinde turizm endüstrisinin ekonomik değerinin önemi konusunda yasa yapım sürecinde yer alan siyasetçileri ikna etmek için lobi faaliyetleri gerçekleştirilmektedir (McGehee, Tepananon ve Meng, 2006:684).

#### **II. 4. 1. 3. Kamuoyu**

TDK kamuoyunu: “Bir konuyla ilgili halkın genel düşüncesi, halkoyu” şeklinde tanımlamaktadır (TDK, t.y.). 20. yüzyıl öncesinde kamuoyu terimi bugünkü anlamından farklı olarak kamuya duyurulan düşünceler kültürlü ya da topluma mal olmuş kişilerin görüşleri anlamına gelmekteydi (Weakliem, 2010: 239-240). Zaman içerisinde bu kavramın anlamı değişmiştir. Roskin vd. (2010:137) kamuoyunu, vatandaşların güncel, belirli sorunlara ve olaylara tepkileri şeklinde tanımlamakta ve demokrasilerde çok önemli bir kavram olduğunu belirtmektedir. Key (1963:14), kamuoyunun siyasal süreç içerisindeki yerini belirleyen bir tanım yaparak “hükümet dışı özel çevrelerden hükümete doğru yönelen ve hükümetçe göz önünde bulundurulması doğru bulunan kanaatlerdir” (akt. Temizel, 2008:129) şeklinde tanımlamaktadır. Turan (2013:87) bu tanımın kamuoyunun siyasal süreç içerisindeki yerini tam olarak belirleyen bir tanım olduğunu belirtmektedir. Yazara göre; tüm siyasal

süreç içerisinde kamuoyunun gerçek değeri karar verme sürecine katılma ve bu süreci denetleme olayı olarak belirlemektedir ve kamuoyu siyasal kararı etkileme olanağına sahip girdilerden birisi olarak görülmelidir. Kapani (2008:161) ise benzer şekilde “belli bir zamanda, belli bir tartışmalı sorun karşısında, bu sorunla ilgilenen kişiler grubuna veya gruplarına hakim olan kanaattir” şeklinde tanımlamaktadır.

Kamuoyu, genel anlamda toplumun ortak görüşü olarak algılanmaktadır. Oysa toplumun tamamının aynı şekilde düşünmesi mümkün olmadığı gibi, gruplar bileher ne kadar kendi içinde uyumlu dahi olsa her konuda birebir aynı düşünmeleri beklenmemelidir. Herkesin üzerinde fikir birliği ettiği bir düşünce mümkün olmamakta, grubun üyelerinin çoğunluğunun ortak görüş ya da kanaati hakim görüş olmaktadır (Dursun, 2008:304). Hatta kamuoyu her zaman çoğunluğun kanaati de olmayabilmektedir. Kamuoyu, çoğunluğun kanaatini yansıtabileceği gibi, bazı durumlarda yansıtmayabilmektedir. Öyle ki azınlık durumunda olan toplum gruplarının kararlı bir şekilde benimsediği bir görüş, çoğunluğun gevşek olarak benimsediği bir görüşe ağır basabilmekte ve bu gibi durumlarda, kamuoyu azınlığın etkisi altında oluşabilmektedir (Kışlalı, 1994:339). Bu nedenle çoğunluk ve azınlık kanaatlerinin karşılıklı etkileşiminin bir ürünüdür şeklinde tanımlanması uygun olan kamuoyu (Kapani, 2008:162), diğerlerinden daha “etkin” olarak benimsetilebilen görüş ya da kanaatlerle oluşmaktadır (Dursun, 2008:304).

Kapani (2008:171), kamuoyunun siyasal kararları etkileme gücünü önemsiz gören bazı yazarların azınlıkta olduğunu buna karşılık yazarların büyük bir çoğunluğunun özellikle demokratik sistemlerde kamuoyunun önemli bir role sahip olduğunu düşündüklerini ifade etmektedir. Öyle ki bazı yazarlara göre; hükümet politikası ve gerçekte bütün önemli tarihsel olaylar, kamuoyu tarafından biçimlendirilmektedir. Öte yandan siyasal karar alma sürecindeki etkiyi birtakım



faktörler ve değişkenler nedeniyle kesinlikle ölçebilmenin de son derece zor olduğunu vurgulamaktadır. Bununla beraber, özellikle demokratik toplumlarda iktidardaki siyasetçilerin kamuoyundan gelen istek ve baskılara duyarlı olduklarını ve bunun tarihsel süreçte siyasal olayların gözlemine dayanarak kanıtlanabileceğini ifade etmektedir.

Weakliam (2010:255), ABD üzerinde yoğunlaşan ve diğer ülkelerde çok az yapılmış olan deneysel çalışmalar göz önüne alındığında etkisi ve gücü değişse de kamuoyunun birçok politikayı etkilediğini ifade etmektedir. Bu bağlamda kamuoyunun siyaset bilimi açısından başlıca önemi siyasal karar alma sürecini etkileyen bir faktör olmasıdır (Kapani, 2008:160). Demokrasilerde hükümetler, siyasi partiler, iş ve finans çevreleri tutumlarını ve politikalarını kamuoyunun tepkisine göre ayarlamaktadır (Bahar, 2002:27). Kışlalı (1994:259) ise hem ulusal düzeyde olsun hem uluslararası düzeyde, demokratik bir rejimden baskı rejimine kadar her yönetimde kamuoyunun hükümetleri etkilediğini ve siyasal kararların yönlendirilmesinde rol oynadığını ifade etmektedir. Çeşitli propaganda teknikleriyle kamuoyunun siyasal kararları dolaylı biçimde etkilemenin yolunun her zaman kamuoyundan geçtiğini belirterek; üzerinde “kamuoyu oluşturulan” bir konuda, iktidarların ters yönde karar almalarının ve uygulamaya girişmelerinin zorlaşacağını altını çizmektedir.

Kamuoyu oluşturmada; algılamalar, önyargılar, psikolojik süreçler, içgüdüler gibikişisel faktörler ve bireyin toplumdaki yeri, hakim ideoloji, kültür değerleri, siyasal kurumlar, din, kanaat önderleri, kitle iletişim araçları gibi toplumsal ortamın oluşturduğu çevresel faktörler etkili olmaktadır (Dursun, 2008:305). Bunların bilincinde olan siyasetçiler ve baskı grupları özellikle toplumun algıları, inanç ve değerleri gibi hassas noktalar üzerinde yoğunlaşarak kamuoyu oluşturmada başarılı olmaktadır.

Hem siyasetçilerin hem de baskı grupları için kamuoyunu etkileyebilmenin başlıca tekniği basın yayın araçlarını kullanarak yapılan propaganda çalışmalarıdır (Eryılmaz, 2008:208). Günümüzde teknolojiye yaşanan baş döndürücü gelişmelerle birlikte kitle iletişim araçları, kamuoyu konusunda hem ülke içinde hem de ülke dışında siyasetçilerin vazgeçilmez güç ve silahları haline gelmiştir (Alav, 2001:66). Kamuoyu ancak “bilgi” ye dayalı olarak oluşabilmekte ve bu araçları kullananların, bilgilerin alınması ve algılanması aşamasında kullandıkları yöntem ve teknikler siyasetçiler için çok önemli olmaktadır (Temizel, 2008:141). Algılama yönetiminin en önemli araçları olan bu araçlar, özellikle iktidardaki siyasetçilerin icraatlarını, başarılarını ve başarısızlıklarını başarı olarak gösterme amacıyla kamuoyunu etkilemek ve yönlendirmek için kullanılmaktadır. Ayrıca kendi lehlerinde kamuoyuna karşı propaganda yapma amacıyla çoğu medya kuruluşuyla işbirliği içerisinde olmakta ya da iyigeçinme yoluna da gitmektedirler (Alav, 2001:66).

#### **II. 4. 1. 4. Bürokrasi**

Bürokrasi sözcüğü 18. yüzyıldan bu yana kullanılmakla beraber devlet yönetimi, yönetim ve örgütlenme şekli olarak ilk çağlardan beri mevcuttur (Baransel, 1979:161). Günümüzde yönetim ve organizasyon alanında bürokrasi; belirli özellikleri taşıyan etkin bir organizasyon yapısı olarak ele alınmaktadır (Koçel, 2010:224). Aygün (2008:23) bürokrasiyi; geniş anlamda kamu yönetimi örgütünün ve çalışanlarının oluşturduğu sistem olarak, dar anlamda ise devlet memurları topluluğu olarak tanımlamaktadır. Bir başka tanıma göre ise bürokrasi; en yüksek ve en düşük derecelileri, seçilmiş ve atanmış olarak hükümetin bütün memurlarını kapsayan, bir devletin kalıcı yönetimini oluşturan büro ve ofislerin tümüdür (Shafritz ve Russell'den akt. Oszlak, 2010:532).

Siyaset Biliminde ve Kamu yönetiminde bürokrasi; devlet yönetimi ve devletin örgütü ve personelini ifade etmektedir (Dursun, 2008:321). Bu çalışanlar, uzmanlık bilgisi ve teknik bilgiye sahip, (idealde) siyasi bağlantısı olmayan kamu görevlileridir (Demir, 2011:63).

Kamu yönetimi sözlüğüne göre bürokrasi; “Yasalara dayalı olarak kamu gücünü kullanan ve yasama erkinin koyduğu kurallar ya da onlara dayanarak kendisinin koyduğu kurallar içinde toplumsal yaşamın bazı kesimlerini düzenleyen, yönlendiren ve denetleyen yönetim aygıtı, biçimsel örgüttür” (Bozkurt vd., 2008:43). Genel yönetim aygıtları; hükümet, bakanlıklar ve bunlara bağlı örgütlerin (dışişleri bürokrasisi, maliye bürokrasisi) tümüdür (Bozkurt vd., 2008:43) ve her bürokrasi kendi toplumsal, siyasal, kültürel ve diğer temel yapılarından etkilenmekte, bu çerçevede şekillenmektedir (Dursun, 2008:321).

Bürokrasi “yürütme” işlevinin yapı ve faaliyetlerini oluşturmakta ve kamu politikalarının uygulanmasını ifade etmektedir. Siyasi sistem konusunda da açıklandığı gibi sistemin çıktısı siyasal kararlardır ve bu çıktılar kendi kendilerine toplumda bir etkiye yol açmamaktadır. Ancak bunların bürokrasiyle uygulanması ve yorumlanmasıyla toplumda bir etkiye yol açmakta ve bürokrasi siyasal kararı olduğu gibi değilde yorumlayan, açıklayan bir aktör konumuna gelmektedir. Dolayısıyla bu yasalar, kararlar, talimatlar vatandaşın günlük hayatına bürokrasiyle girmektedir. Bu açıdan bürokrasi devletin vitrini olmaktadır (Dursun, 2008:320; Eryılmaz, 2008:12).

Bürokrasinin en yoğun ve doğrudan ilişkili bulunduğu sistemin başında siyasi sistem gelmektedir (Dursun, 2008:322). Bürokrasi ile siyaset kurumu arasında çatışmalı ve birbirine girişik çok boyutlu bir ilişki vardır. Sistemin işleyişinde bazı durumlarda siyasal sistemden etkilenen, bazı durumlarda ise etkileyen bir siyasal güç olmaktadır. Bu etki döneme göre değişebilmekte bazı dönemlerde bürokrasi siyaseti

etkisi altına almakta bazı dönemlerde ise siyaset bürokrasi üzerinde etkili olmaktadır (Uçman, 2014:220).

Genelde kabul gören düşünce siyasal sistem ile bürokrasinin ilişkisinin; siyasal sistemin karar alması ve bürokrasinin/kamu yönetiminin bunu uygulaması şeklindedir. Ancak bürokrasi ile siyasetin kesin çizgilerle birbirinden ayrılması anlamına gelen bu varsayımın özellikle günümüz koşullarında uygulamada gerçekleştirilmesi imkânsızdır (Dursun, 2008:322-323).

Demir (2011:64), toplumlarda bürokrasiyi siyasi parti politikalarından koruma ve politize olmasını önlemenin oldukça zor olduğunu vurgulamaktadır. Pek çok ülkede bürokrasi politize olmuştur ve iktidardaki siyasi parti, bütçe ve personel politikası gibi gereçler aracılığıyla bürokrasinin işleyişine doğrudan müdahalelerde bulunabilmekte ve kamusal makamlara kendi düşüncesine yakın kişileri getirebilmektedir. Dolayısıyla siyasal karar alma süreçlerinde bürokratlar bir aktör olarak yer almaktadır (Buchanan, 1967'den akt. Sakal, 1998:214). Ripley ve Franklin (1982:30), bürokratların siyasi tercihlerinde tarafsız olmadıklarını, ancak dış güçler tarafından tamamen de kontrol altında olmadıklarını belirtmektedir (akt. Oszlak, 2010:525).

Türkiye'de de en çok tartışılan konulardan birisi olan bürokrasinin/bürokratların siyasetle ilişkilerine ve bürokrasinin tarafsızlığı görüşü Eryılmaz (2008:116-117)'a göre; yönetim biçimlerine göre değişiklik gösterebilmektedir. Yazar, parlamenter ve başkanlık sistemlerine göre bu ilişkileri değerlendirmektedir. Birinci düşünceye göre; parlamenter sistemlerde iktidar değiştiğinde üst düzey bürokratların değişme ihtiyacı pek duyulmaz. Çünkü bürokratların iktidar partisi ya da partilerine karşı sadakatinden çok deneyimlerine önem verilmekte ve bürokratların tarafsız olduğu düşünülmektedir. Ancak bu durum Almanya

ve Türkiye gibi ülkelerde geçerli olmamaktadır. İkinci düşünceye göre ise başkanlık sistemine göre parlamenter sistemde daha çok bürokratların parti sadakati daha önemlidir. Özellikle bürokratların partizan bir hükümetin politikalarına verdikleri yakın destek nedeniyle, hükümet değiştiğinde iktidara gelen siyasetçiler kendi politikalarına uygun yeni bürokratlar getirmektedirler. Bu nedenle de merkez valiliği, danışmanlık gibi aktif görevlerden uzak olarak tutulan kadrolar bekletilmektedir.

Uçman (2014:221) ise bürokrasi ile siyaset arasındaki ilişkinin aslında her ülkede tartışılan bir konu olduğunu vurgulamış ve bu ilişkiyi Türk kamu yönetimi açısından incelemiştir. Yazar'a göre, bunun temelinde siyasi partilerin iktidarı ele geçirmek için yapmış oldukları rekabet yatmaktadır. Siyasetçiler seçmenlerine vaat ettiklerini, seçimi kazandıklarında gerçekleştirmek için kararlar alıp, yasal düzenlemeler yapmak istemektedir. Bu aşamada ise atanma yoluyla göreve gelen bürokratlardan yardım ve destek beklenmektedir. Bu noktada uyuşmazlık olduğunda ise çatışmalar doğmaktadır. Genellikle de bu çatışmanın olmaması için iktidar siyasetçileri kendilerine yakın gördükleri kişileri üst makamlara getirmektedirler. Özellikle Türkiye'de son dönem hükümetleri, siyasi mekanizmaların karar alma süreçlerine bürokratik mekanizmaların sıklıkla dahil olması ya da engelleyici müdahalelerinin önüne geçmek için yasal değişiklikler yapmıştır. Ayrıca diğer dönemlerde siyasi aktörlerin bürokrasi üzerindeki müdahalelerine imkân veren düzenlemeler de varlığını korumaya devam etmiştir.

Dursun (2008:334) ise, Türkiye'de 1980'lerden itibaren dünyada yaşanan gelişmelerle birlikte özellikle bürokrasinin siyasal bir aktör olmaktan çıkarılması ve tarafsız bir yapıya dönüştürülmesi, yerel yönetimlerin güçlendirilmesi, karar süreçlerinde katılımlarının artması, formalitelerin azaltılması hükümetlerin programlarında yer verilmiş olsa da gerçekleştirilemediğini belirtmektedir. Bu durumda

alınan ve uygulanan kararlarda da objektiflikten uzak, siyasal görüş ve tutumların önplanda tutulması durumu söz konusu olabileceği söylenebilir.

#### **II. 4. 2. Yerel Siyaset Kavramı ve Aktörleri**

Yerel siyaset; ölçek bağlamında merkezi yönetimin taşra teşkilatları, belediyeler, muhtarlıklar ve siyasi partilerin taşra teşkilatları ile yerel ölçekte yapılan bir siyasettir. Yerel siyaset, ana unsurunun “kent” olduğu ve kent ölçeğinde faaliyet gösteren kişi ve kurumların, kente ait sorun ve konuları ele alarak sürdürdükleri bir yerel iktidar mücadelesidir (Akdoğan, 2008).

Yerel siyaset yerel yönetim örgütlerinin dışındaki diğer kurum ve örgütlerle, otoriteleri kapsayan süreçleri de içine almaktadır. O yerin merkezdeki milletvekilleri, merkezi yönetimce atanmış idare ajanları ve kamu bürokrasisi, baskı grupları, sendikalar, etkinliğe sahip birey ve ailelere kadar uzanan geniş bir kurum ve aktör yelpazesine sahip bir kavram olarak öne çıkmaktadır (Alkan ve Çiftçioğlu, 2007:2). Yerel siyasetin ana aktörleri; il ve ilçe siyasi parti başkanları, il ve ilçe belediye başkanlarıdır. Bu aktörler siyasi aktörlerdir ve siyasi olmayan aktörler (kamu ve özel kurum temsilcileri, STK’lar, yerel basın vb.) ile bir şekilde yerel siyaseti doğrudan ya da dolaylı etkileyen unsurlar olarak faaliyet göstermektedirler (Akdoğan, 2008).

Akdoğan (2008); siyasetin bir iktidar mücadelesi olarak tanımlandığında, yerel siyasetin yerel ölçekte verilen bir iktidar mücadelesi olacağını ifade etmektedir. 1994 seçimlerinden sonra bir siyasi parti liderinin “Yerel yönetimlerde iktidara geldik” sözünün yerel siyasetin bu anlamdaki ifadesini ortaya koyduğunu belirtmektedir. Demokratik kültürün yerleşmesinde yerel düzeyde demokratik kurumların olgunlaşmasının ve yerel aktörlerin gelişmesinin önem taşıdığını, bu sağlandığında ise merkezle yerel arasında sağlam atılmış bir bina ve o binanın temeli şeklinde bir yapı

olacağını belirtmektedir. Göymen (2014) de bu bağlamda yerel siyasetin daha fazla güçlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir.

Alkan ve Çiftçioğlu (2007:2) yerel siyaset kavramının yerel yönetim kavramından daha geniş bir kavram olduğunu örneklerle belirtmektedir. Yerellik boyutunun siyasetin neresinde varsa yerel siyasetin orada olduğunu; bir hemşerilik derneğinin yerel çıkarlar doğrultusunda Ankara veya AB düzeyinde faaliyet gösterebileceğini, yine bir bürokrat görevinde hemşerilerini kolluyorsa, kamu gücünü kullanarak onlara iş olanağı sağlıyorsa ve bunu ileriki bir tarihte belediye başkanı ya da milletvekilliği gibi siyasal görev edinmede bir yatırım olarak kullanıyorsa, ortaya çıkan bu ilişkinin yerel siyaset süreci ile yakından ilgili olduğunu ifade etmektedir. Bu çerçevede yerel siyaseti; “yerele ait özelliklerin siyaset sürecine çeşitli boyutlarda yaptığı etkiler üzerinde yoğunlaşan, yerel sosyo ekonomik özelliklerin, coğrafik faktörlerin, sosyal farklılaşma yapılarının, çıkar gruplarının, yerel ve ulusal düzeyde otoriteleri belirleme ve kararlarını etkilemeye dönük etkinliklerini, otoritelerle geliştirdikleri etkileşimleri ve bütün bunların siyasetin genel görünümü üzerindeki etkilerini inceleyen bir kavram olarak tanımlamaktadır.

Dünyada, 1980’li yıllardan itibaren yerel siyaseti ve yönetimleri etkileyen köklü ve hızlı bir değişim yaşanmaktadır. Bu değişimin yaratıcı güç alanlarının; küreselleşme, Avrupalılaştırma, ticarileştirme/özelleştirme, yönetsel reform ve demokratikleştirme olduğu belirtilmektedir (Özel, Eren ve 2009:34). Bu değişim doğal olarak merkezden yerele tüm siyaseti, karar ve politikaları ve süreçlerini etkilemektedir. Merkez yerine yerelin daha fazla önem kazandığı ve kararların paydaş odaklı bir yönetim anlayışıyla alınmasının gerekliliğinin vurgulandığı bu süreçte; karar alma sürecinde yaşanan değişimlere paralel olarak yerel yönetimlerin karar alma süreçleri de yerel halkın çıkarlarını daha fazla gözeten ve çeşitli paydaşların katılımını destekleyen

bir anlayışa dönüşmüştür (Eriçok, 2009:26). Özellikle değişim odaklı kararların alınması ve bu karar ve politikaların halk tarafından kabul edilmesi ve uygulanabilmesi için yerel siyaset ve aktörleri oldukça önemli ve gereklidir (Akdoğan, 2008).

Yetkinin ve karar alma sürecinin paylaşılması olarak ifade edilen yerelleşme süreci, bu doğrultudaki yerel politikalar yerel yönetimlerin önemini artırmaktadır. Dolayısıyla yönetimler, coğrafi, siyasi, ekonomik, sosyal ve yönetsel avantajları nedeniyle yerelleşme sürecine uyum sağlamaya çalışmaktadır (Eriçok, 2009:15). Tüm bu gelişmeler ve gereklilikler nedeniyle Türkiye’de de merkez ile yerelin bağlarının kuvvetlendiği ve özellikle siyasi olarak yerel düzeyde temsilciliklerin daha önemli görülmeye başlandığı söylenebilir. Türk siyaseti geleneksel “merkez-çevre” belirgin özelliğinden, değişen koşullarla birlikte sıyrılmaya başlamıştır Oluşturulmaya çalışılan yeni yapıda rekabetçi bir siyasi modele geçilmeye başlanmış, yerel teşkilatlar önem kazanmış, doğrudan seçimle gelen yerel siyasetçiler etkin olmaya başlamış, merkezle çevre arasında değişen bir denge oluşturulmuştur. Merkezin, kapsamlı bir sosyal mühendislik ile yereldeki güçlerle ittifak yapmasıyla, karşılıklı olarak güçlenilmiştir (Göymen, 2014). Özellikle son milletvekilliği seçim döneminde aday belirleme ve seçme süreçlerinde bu önem ve ittifak daha çok hissedilmiştir. Bu derece önemli olan yerel siyaset ve bu siyasetin ana temsilcileri olan siyasi parti il başkanları ve il belediye başkanları yerelde alınan kararlarda doğrudan etkili olmalarının yanında merkez tarafından alınan kararlar üzerinde de ciddi oranda etki edebilmektedir. Bu nedenle yerel siyasetçilerin en önemli temsilcileri olarak kabul edilen siyasi parti il başkanları ve il belediye başkanları tezin amacına uygun olarak örnekleme dahil edilmişlerdir. Aşağıda siyasi parti il/ilçe başkanı ve il belediye başkanı hakkında kısaca bilgi verilmektedir.



- **Siyasi Parti İl ve İlçe Başkanı**

Siyasi partiler merkez ve yerel olarak teşkilatlanmış bir örgüttür. Hatta bir örgütten öte özel bir tür toplumsal ilişki biçimidir. Bu ilişki ağı ve sağlamlığı yalnız genel merkez ve parti lideriyle değil aynı zamanda yerel teşkilat ve yerel parti lideriyle de sağlanmaktadır. Siyasi partileri seçmenle buluşturan, merkezle arada köprü oluşturan ve toplumsal ilişki ağını ören daha ziyade partilerin yerel örgütleridir (Uysal ve Topak, 2010:12-13).

Türkiye’de siyasi partilerin il teşkilatı ile ilgili hükümler 2820 sayılı Siyasi Partiler Kanunu ile düzenlenmiştir. Madde 19’a göre; “Siyasi partilerin il teşkilatı; il kongresi, il başkanı, il yönetim kurulu ve il disiplin kurulundan oluşur. İl başkanı en çok üç yıl için seçilir.” Madde 20’ye göre ise “ilçe teşkilatı, ilçe kongresi, ilçe başkanı, ilçe yönetim kurulu ve belde teşkilatından meydana gelir. Bir ilçede teşkilatlanma, ilçe sınırları içerisindeki beldelerin en az yarısında teşkilat kurmayı gerektirir. Belde sayısı üç veya daha az ise beldenin sadece birinde teşkilat kurulmuş olması yeterlidir.” İl başkanı ile il yönetim kurulu il kongresince seçilir ve ilçe başkanı ilçe yönetim kurulu ilçe kongresince seçilmektedir. Genel hükümler dışındaki uygulamalar parti tüzüklerinde belirtilmektedir (Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü, 2014).

İl ve ilçe başkanlıklarının son dönemde yukarıda aktarılan gelişmelerle birlikte karar alma, yerel danışma vb. konularda etkisi ve önemi dolayısıyla aktif katılımı artmaktadır. Öyle ki başkanların son zamanlarda merkez siyaset ve bürokrasisi nezdinde yerel sorunların çözümüne yönelik müdahaleci adımlar bile atar hale geldiği görülmektedir (Göymen, 2014).

- **İl Belediye Başkanı**

Yerel siyasetin en önemli aktörlerinden birisi de belediyelerdir. Belediye, toplumun ihtiyaçlarını karşılamakla görevli devlet mekanizmasının, yerel ihtiyaçları

karşılama amacıyla yerel düzeyde örgütlenmesi ile oluşan kurumdur (Plato Danışmanlık, 2014). Türkiye’de belediyenin tüzel kişilik organları; belediye meclisi ve belediye encümeni ile birlikte belediye başkanıdır (Atacan, 1995: 16-17). Belediyenin etkin ve verimli çalışmasından birinci derecede sorumlu kişi olarak belediye sınırları içerisindeki halkın oyları ile seçilmektedir (Plato Danışmanlık, 2014). Seçimle iş başına gelen belediye başkanı gücünü halktan ya da halkın temsilcilerinden aldığı için siyasal yönden güçlü bir kimliğe sahiptir (Atacan, 1995: 16-17). Belediye başkanı hem genel yönetmenin memuru (ajanı), hem belediyenin başı hem de, belediye tüzel kişiliğinin temsilcisi nitelikleriyle bazı görevleri yerine getirir. 5393 Sayılı Belediye Yasası ile bu kişilerin görev ve yetkileri belirlenmiştir. Türkiye’de 30’u büyükşehir olmak üzere 81 il dolayısıyla 81 il belediye başkanı bulunmaktadır (İçişleri Bakanlığı, 2014).

Belediyelerde iktidar olmak, iktidar gücünü ele geçirerek yerel topluluğu yönetmek ve yerel düzeydeki kaynakların kullanımı, yeniden üretimi ve dağıtımında karar verici konumunda olmak ve kalmaya devam etmek isteyen siyasi aktörler, yerel halkın memnuniyetine odaklanmak durumundadır (Özel vd., 2009:34). Yereldeki memnuniyetin, yerel halkla bütünleşmenin ve olumlu bir ilişkiler ağı kurmanın önemini bilincinde olan siyasi partiler; yerel düzeydeki temsilcilerini (parti teşkilatı başkanı, belediye başkanı vb.) çoğunlukla yerele özgü bir kimliği olan, yerelde sosyal ilişkiler bütününe sahip, yerelin tanınmış ve zengin kişileri arasından seçmektedir (Ersoy ve Şengül, 2009:455). Yerel örgütlerin temsilcilerinin toplumsal, siyasi vb. profilleri, tutum ve algıları ise partiler hakkında da önemli ipuçları verebilmektedir (Uysal ve Topak, 2010: 12-13).

Yerel siyasi aktörler iktidar mücadelesi yanında yerel ölçekte adaleti sağlama, yerel hizmetleri en adil ve tatminkâr şekilde yerel halka dağıtmak için de mücadele etmelidir. Zaten bunu başarabildikleri ölçüde iktidar mücadelesinde de ivme

kazanacaklardır. Yerel siyasetin ana amacının; yerel kaynakları, imkân ve zenginlikleri en verimli şekilde yöneterek yöre halkının temel ihtiyaçlarını, kentten beklentilerini, ekonomik-sosyal ve kültürel taleplerini gerçekleştirmek (Akdoğan, 2008) olmasından hareketle turizm sektörünün bu bağlamda oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Turizmin, halkın ihtiyaç ve taleplerine karşılık verebilecek, kentin potansiyel olarak zenginliklerinin verimli bir şekilde kaynak olarak kullanılabilmesi bir sektör olduğu söylenebilir. Bu nedenle yerel siyaset aktörlerinin günümüzdeki beklenti ve taleplerin karşılanması, turizmi ilgilendiren genel ve yerel kararlardaki etkin olduğu düşünülen rolü nedeniyle turizm ve etkileri konusundaki algıları, tutum ve görüşleri önem kazanmaktadır.

## **II. 5. Siyaset ve Tutum**

Tutum, algı konusunda da değinildiği gibi algıyı etkileyen önemli bir kavramdır. “Tutum, belirli bir konudaki kanı ve davranışların kaynağını oluşturan, onlar arasındaki bağlantıyı ve bir anlamda tutarlılığı sağlayan bir olgudur” (Kışlalı, 2004:45). Dursun (2008:217)’a göre bir siyasi eylemin gerçekleşmesinden sonra çözümlenmesi ve onun temel nedenlerinin belirlenmesi kadar henüz eylem gerçekleşmeden önce tahmin edilmesi, siyaset olgusunun anlaşılması ve siyasi süreçlerin işleyişi bakımından önem taşımaktadır. Bu nedenle tutum kavramının siyasetin çözümlenmesi konusunda katkı sağlayacağını düşünmektedir.

Siyasi tutum öyle bir olgudur ki; zıt siyasi tutumlara sahip olan insanlar aynı olaya bakarken başka şeyler görmektedir (Kışlalı, 2004:48). Çünkü, siyasal hayatın temel ögesi insandır ve birey siyasi yaşam içinde tek başına rol oynamanın yanında küçük gruplar, toplumsal sınıflar ve toplum boyutunda da rol oynamaktadır. İşte siyasi tutum ve davranışın belirlenmesinde bu her boyutun ayrı ayrı etkisi bulunmaktadır. (Kışlalı 1994:116). Siyasi tutumlar; siyasi davranış ve eylemlerin oluşmasında önemli

rol oynamaktadır. Bu tutumlar ise yaş, cinsiyet, meslek, ekonomik refah, gelir düzeyi, inanç ve değerler, yerleşme yeri gibi birçok faktöre bağlı olup, bu faktörlerin değişmesiyle tutumlarda da değişmeler ortaya çıkmaktadır (Dursun, 2008: 218-219).

Tutumlar farklı özellikler gösterir. Temel tutumlar, gelişmiş ve kalıplaşmış tutumlar olarak çok güçlüdür ve doğuştan kazanılan özelliklerle birlikte aile etkisi ile başlamakta ve toplumsallaşmayla sürmektedir. Bunlar siyasi tutumun da belirleyicileridir. Öyle ki; temel tutumlara ters düşen bir siyasi tutum düşünülemez (Kıslalı, 2004:47).

Siyasi tutumlar da değişebilmektedir. Ancak; neden ve ne zaman değiştiğini net olarak ortaya koymak zordur. “Temel tutumlar” denilen gelişmiş ve kalıplaşmış tutumlar çok güçlü ve değişmesi zor iken, temel nitelikte olmayan tutumlar bazı faktörlerin etkisiyle değişebilmektedir. Inceoğlu (2010:31) bazen bir tutumun yaşam boyu sürdürüldüğünü ifade ederken bazen de bu tutumdan vazgeçilebildiğini belirtmektedir. Siyasi görüşü tutucu olan bir kişinin yaşam boyu bu görüşten taviz vermeden, her seçimde aynı siyasal partiye oy verebileceğini ya da uzun süre belli bir siyasi partiye oy veren birinin o siyasi partinin uygulamalarından hoşnut olmayarak oy kararını başka bir siyasi partiye yöneltmesini örnek olarak vermektedir. Dursun (2008:219) ise güçlü dini inançların ve duyguların temel tutumların oluşmasına yol açtığından bir siyasi partiye oy vermenin temelinde bu temel tutum varsa bu eğilimin kolay kolay değişmeyeceğini vurgulamaktadır.

Çocukluktan itibaren kazanılmış bu temel tutumlar, düşünce ve davranışlardaki değişimi zorlaştıran en önemli engeldir. Ancak bu tutumların değişimi zor iken bazı koşulların değişimi ya da o koşullara bakış açısının değişimi temel tutumların değişimine olanak verebilmektedir (Kıslalı, 2004:47). Bunun en önemli örneği kentleşme sürecinde halkın koşulların değişimine bağlı olarak algı ve

tutumlarının değişimidir. Koşulların ve algılama biçimlerinin değişmesine çarpıcı bir örnek desiyasi iktidarın içinde ya da dışında bulunmakla ilgili olarak verilmektedir. İktidara sahip olan siyasetçiler, iktidarın sorumluluğunu taşıdıklarında ister istemez olaylara farklı bakmaktadırlar. Öyle ki çoğulcu demokraside iktidara ortak olan bir komünist ya da laik bir ülkede karma hükümette yer alan bir dinsel hukuk (şeriat) yanlısı bir siyasetçinin sisteme karşı tutumu eski katılığında sürememektedir (Kışlalı, 2004:48). Siyasi tutumların değişmesinde etkili olan çeşitli faktörlerin başında gelen kişinin bakış açısı ve çevresel koşulların değişmesi ise nesnelere ve olaylara bakış açısının şekillenmesine bağlıdır. Bunda da kişinin toplumsallaşma süreci ve siyasi kültür önemli rol oynamaktadır (Dursun, 2008:219-220).

Kaplan (1999), siyasal toplumsallaşmayı, bireylerin siyasi eğilimlerini ve yönelimlerini, tutumlarını ve davranışlarını edinmelerini sağlayan süreç olarak tanımlamaktadır (akt. Dilber, 2012:2). Dursun (2008:221)'a göre “Siyasal toplumsallaşma, toplumsal-siyasal çevre ile birey arasında yaşam boyu süren dolaylı ve doğrudan etkileşim sonucunda, bireyin siyasal sistemle ilgili görüş, düşünüş, tutum ve değerlerinin gelişmesidir.” Bir toplumda siyasal toplumsallaşmanın gelişmesi için ise en önemli faktörlerden birisi eğitimidir ve siyasi düzeni anlama, bilme, katılma konusu da eğitimle doğrudan ilişkilidir (Sarıbay ve Öğün, 2013:25). Eğitim seviyesi yükseldikçe, politika ile ilgili yeni gelişmeler, yeni bilgiler öğrenildikçe, insanlar kendilerini yöneten eski siyasal sistemdeki düşüncelerini, alışkanlıklarını değiştirmeye ve yeni alışkanlıklar, davranışlar kazanmaya başlayacaklardır (Huntington ve Domiquez, 1985:9'den akt. Dilber, 2012:2).

Siyaset olgusu ancak topluluk halinde yaşayan insanlar arasında doğmakta ve bu toplulukla kendisini çevreleyen doğal koşullar arasında sürekli bir etkileşim bulunmaktadır. Bu etkileşimin ürünü olan teknolojik düzey ve doğal çevrenin sağladığı

olanaklar, o toplumun ekonomik yapısının belirlenmesinde temel etkidir. Bu ekonomik yapı ise siyasi gelişim üzerinde önemli bir etki yapmaktadır. Bunun dışında kültürel etkenler de bireyi ve toplumu dolayısıyla siyasi hayatı belirleyen unsurlardandır. Doğa, insanlar ve bunların etkileşimi sonucu oluşan teknolojik-ekonomik yapı bir bütün olarak siyasi hayatın alt yapı etkenlerini oluşturmaktadır. Üst yapı etkenlerini ise kurumsal ve kültürel etkenler oluşturmaktadır (Kışlalı, 1994:35).

Siyasal kültür genellikle, kültürün siyasi yönleri olarak anlaşılakta ve bunların kendi içinde sistemli bir bütün oluşturduğu düşünülmektedir (Duverger, 1982:128). Bir ulusun siyasi kültürü onun tarihi, ekonomisi, dini ve gelenekleri tarafından belirlenir ve siyasi kültür bir nevi siyasi bellektir (Roskin vd., 2010:119). Siyasi kültür ile ideoloji de doğrudan ilişkilidir (Çam, 1998:230). Bilimsel çalışmalar tüm siyasi gelenekler ve süreçlerin kültürel boyutları olduğunu kanıtlamış ve toplumlardaki tüm kültürlerin siyasitarafını da göstermiştir. Bu önemiyle birlikte son otuz yıl içerisinde kültür bir analiz aracı olarak çok ciddiye alınmaya ve daha yaygın biçimde kullanılmaya başlamıştır (Jasper, 2010:117). Ancak Öğün (2004:1-2), Türkiye’de yapılan pek çok sosyal bilim araştırmasında, siyasi kültür değişkeninin ya gözden kaçırılmış olduğunu ya da yeterince üzerinde durulmadığını vurgulamaktadır. Oysa sosyal gerçekliği ortaya koyarken, onun dinamik doğası olan tarihi ve sosyolojiyi göz önüne almak ve kültür değişkenini de birleştirici bir unsur olarak değerlendirmek gerekmektedir. Bugün siyasetin tarihsel süreçlerden ve kültürden etkilenecek olduğu birçok yazar tarafından vurgulanmaktadır (Kışlalı, 1994; Alexander, 1999; Öğün, 2004; Jasper, 2010:117; Roskin vd, 2010; Heper, 2011; Mardin, 2012; Sarıbay ve Öğün; 2013).

İnsanlar en küçükten başlayarak bir grup kültürü, resmi veya gayri resmi parçası olunan örgüt kültürü ve tüm bunları saran ulusal kültürden oluşan bir kültür

yapısının içinde bulunmaktadır. Bir siyasetçinin grup kültüründen ait olduğu örgüt olan siyasi parti ve siyasi kültüre kadar her unsurdan algılamasının etkilendiği söylenilebilmektedir. Dolayısıyla politikaları ve temelinde yer alan algıya bağlı kararları değerlendirirken her toplumu, ülkeyi ve siyasi yönetimi tarihsel ve kültürel geçmişiyle birlikte ele almak gerektiği söylenebilir.

Aydın ve Ereker (2013:6), bu politikalardan birisi olan Türkiye'nin dış ve güvenlik politikalarının Osmanlı İmparatorluğu'ndan devralınan mirasla tarihsel ve kültürel bağlamın kendine özgü özellikleri ve oluşturucu etkileriyle anlamlandırılabilceğini belirtmektedir. Öyle ki bu miras Türkiye'nin güvenlik algılamasını da derinden etkilemektedir. Bu mirasın, devlet yönetiminde köklü gelenekler, ülkeye ve bekasına verilen önem, yaşanan tecrübelerle dayanarak oluşturulan dış ve güvenlik politikaları gibi olumlu unsurların yanı sıra, komşu ülkelerle yaşanan ihtilaf, Türkiye'nin ve halkının imaj problemi, işgal edilme korkusu sonucu yerleşen güvensizlik sendromu gibi yönleri de bulunmaktadır. Mardin (2012:18) de, Türkiye'nin kendi demokratik geleneğinin; sivil toplum eksikliğinden oluşan bir boşluğa, batı kamuoyunun tarihsel temeli olmadan gelişen biçimine ve bir İslami yapısal unsura dayandığının söylenebileceğini belirtmektedir. Tarihsel süreçte geçmişten gelen alışkanlıklarla, Devlet seçkinleri denilen bürokratik, askeri ve akademik kadrolar toplumun uzun vadeli çıkarlarının korunmasından kendilerini sorumlu görmüşlerdir. Onlar siyaseti kendilerinin belirledikleri norm ve kurallar göre yürütmek zorunda görmüşlerdir (Heper, 2011:216)

Siyasi kültürün aslında değişimi mümkün olmasına rağmen, bu değişim uzun zaman almaktadır (Tekeli, 2011). Heper (2011: 46-106)'e göre; Türkiye'nin siyasi kültürü değişimden ziyade süreklilik göstermektedir. Osmanlı İmparatorluğu'nda ortaya çıkan ve gelişen siyasi norm ve kurallar yüzyıllarca sürmüş ve büyük bir kısmı

günümüzde hala canlılığını korumakta ve Türkiye'nin siyasi hayatını etkilemektedir. Öyle ki Osmanlı'dan gelen mirasla Cumhuriyet'in ilk yıllarında devleti yönetenler sürekli olarak ülkenin her an parçalanabileceği endişesi taşımaktaydılar. Hatta yazara göre Osmanlı Devleti'nin toplumu kendi bildiği gibi yönetme geleneği cumhuriyetin demokrasisinde de belirgin bir iz bırakmıştır. Ancak siyasi kültürün zamanla farklılaştığını düşünen yazarlar da vardır. Örneğin, Öğün (2004:27) Türk siyasi kültürünün 1980 sonrasında kabuk değiştirdiğini ifade etmektedir. Bu düşüncenin, Dünyadaki değişime paralel olarak Türkiye'nin de değişeceğine ve 1980 sonrası turizm, iletişim, bavul ticareti vb. alanlarda yaşanan sınır ötesi tecrübelerin artışına dayalı olarak geliştirilen bir düşünce olduğunu belirtmektedir. Buradan hareketle dünyadaki turizm gelişiminin yarattığı etkinin ve algının Türk siyasi kültüründe de değişime neden olduğu çıkarımı yapılabilir.

## **II. 6. Siyaset ile Algılama ve Algılama Yönetimi İlişkisi**

Algı konusunda da açıklandığı gibi kişilerin kararlarına onların algıları önemli ölçüde etki etmektedir. Bu karar alıcılar yönetici konumunda, hele de bir toplumun üst düzeyinde karar mekanizmalarını oluşturan kişiler ise bu algıların önemi çok daha büyük olmaktadır. Özellikle devleti yönetme hakkını elde ederek iktidarda bulunan siyasetçilerin aldıkları kararlar hem kendi ülkelerini hem de diğer toplumları etkilemektedir. Çevik (2013: 51-52)'e göre algı psikolojik ve sosyal etmenler ile gerçekleşmektedir. Liderler uluslararası ve iç olay ve durumlarda alınacak kararlar, izlenecek politikalar ve propaganda gibi konularda büyük oranlarda veri ve bilgiyi akıl süzgeçlerinden geçirmektedir. Bunlar arasında ulusal bilgiler, halkın istekleri, yabancıların planları ve iç muhalefet olarak algıladıkları şeyler yer almaktadır. Bu bilgilerin açık ve liderlerin iç dünyasının sakin olduğu durumlarda, ruhsal etkiler olmadan akılcı siyasi uygulamalardan bahsedilebilmektedir. Liderin durumu uygun,



güçlü ve ruhsal yönden problemi yoksa dışarıdaki uygulamalar onu daha az etkileyeceğinden daha rahat davranış gösterebilir ve kararlar alabilir. Ancak alınan kararlar gergin, karmaşık bir ortamda alınıyorsa bireysel dürtüler ve ihtiyaçlar ön plana çıkarak verilecek siyasi karara etkide bulunabilmektedir.

Siyasetçiler aldıkları kararların toplumda kabul edilmesi, desteklenmesi için toplumu ikna etmelidirler. Tutar (2008:103)'a göre; algılama tutum ve davranışları etkileyen bilişsel bir süreçtir ve kişileri yönetmeye algılamayı yönetmekle başlamak gerekmektedir. Çünkü algılama yönetimi “bir topluluğu kendi rızası ile ikna etmektir” (Ersaydı, 2011). Siyaset ise, ülke halkının veya çok büyük toplulukların yönetimini konu edindiğinden “algılama yönetimi” ile doğrudan ilişkili bir çalışma alanıdır. İnsanlar tercihlerinde mevcut algı durumlarıyla hareket ettiklerinden günümüzde özellikle siyasetçiler için algılama yönetimi son derece önemli bir konu haline gelmiştir. Günümüzde algılamanın ve algılama yönetiminin farkında olmayan bir siyasetçi veya siyasi parti yoktur (Erol, 2013).

Siyasetin algılama yönetimiyle ilgili kuşkusuz en önemli örneklerinden birisi Amerika'nın 11 Eylül saldırılarıyla sarsılan imajı, gücü ve gururuna yeniden kavuşmak ve toplumsal aşağılanmayı azaltmak için başvurduğu yoldur. ABD iktidarı, küresel medyayı başarılı bir algı yönetimi stratejisi için kullanarak Irak'ın terörist grupla işbirliği içerisinde olduğunu ve bu ülkenin kitle imha silahlarıyla tüm dünyanın barışına bir tehdit unsuru oluşturduğunu vurgulamıştır. Böylece toplumsal tepkilerin önlemi alınarak, Irak işgali ve savaş süresince verilen kayıplar toplum nezdinde “barış için”, “vatan için”, “Amerika için” şeklinde meşrulaştırılmıştır (Ersaydı, 2011).

Algılama yönetiminin başarı derecesini; hedef kitlenin değerleriyle uyum, hedef kitlenin kültürüyle uyum, beklentilerin üzerinde yaklaşım sergilemek, gerçeklere dayanmak, tekrar etmek, farklılaşmak, görselliği doğru yönetmek, düşüncelerden çok

duygulara hitap etmek gibi unsurlar etkilemektedir (Özer, 2012:161-162). Örneğin; siyasal bilimciler, eski ABD Başkanlarından Ronald Reagan'ın halk arasındaki yüksek popülarite düzeyinin, halkın çoğunun desteklemediği politikaları desteklemesine rağmen temel kişilik gereksinimlerini karşılayabilmesinin bir sonucu olduğunu vurgulamaktadırlar (Millburn, 1998: 83-85). Dolayısıyla siyasetçiler halkın desteğini alabilmek için ya halkın gereksinimlerini karşılamalı ya da halkın değer yargılarını önemsemeli, bunu yansıtabilmeli ve desteklemelidirler. Halk desteği alabilmeleri adına, Türkiye gibi işsizliğin yoğun olduğu bir ülkede halkın istihdam gereklerini karşılayabilecek olan turizm endüstrisini desteklemeleri önemlidir. Bu da halkın siyasetçi algısını olumlu yönde etkileyebilecektir.

## **II. 7. Siyasetçilerin Turizm Endüstrisindeki Rolü**

Siyaset toplumun ortak gücünün nasıl karar alacağını belirlediğinden turizm endüstrisi ile yakından ilişkilidir. Tüm endüstrilere yön verdiği gibi turizme de siyaset yön vermektedir. Çünkü, özellikle hükümeti kurma hakkını elde eden siyasetçiler ile yasa yapım süreçlerine katılan siyasetçiler karar mekanizmasının başlıca aktörleridir. Yasa yapma görevi esas olarak parlamentoya ait olmakla birlikte bu süreçte esas rol alan unsurlar siyasi partiler ve hükümettir (Varol, 2011:3). Hangi hükümet sistemi olursa olsun siyasetçilerden oluşan parlamentoların en klasik yetkisi yasa yapma, hükümeti denetleme ve devlet bütçesini kabul etmek iken günümüzde hükümetler yasa yapmayı kontrol altına almış görülmektedir (Pehlivan, 2010: 1-2). Dolayısıyla siyasetçilerin ve özellikle hükümetin, turizm endüstrisinin gelişiminde önemli rol oynamalarının başlıca nedenleri; turizm geliştirme politikaları, turizmin planlanması (pazarlama, tanıtım bütçeleri, teşvikler, imar yasaları vb.), vergi ve ulaşım ile ilgili kararları alan mekanizmalar olmalarıdır (Arnold, 2011: 12-15).

Hükümet, yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde turizm endüstrisinin gelişme, büyüme ve genişlemesinde çok önemli bir faktördür (Arnold, 2011:9). Hükümet, turizm endüstrisi için ekonomik çerçeveyi şekillendirmeye yardımcı olmakta, alt yapı ve eğitim gereksinimlerini sağlamakta, meslek uygulayıcıları için gerekli düzenleyici çevreyi kurmakta, tanıtım ve pazarlamada aktif bir rol oynamaktadır (Hall, 1994:1).

Hükümet, doğrudan ve dolaylı olarak turizm sektörüne yansıtacak olan yasama ve düzenleme güçlerinin geniş bir yelpazesine sahiptir. Turizm mevzuatı (yasaları) turizm sektörünün gelişmesinde ve büyümesinde çok önemli bir faktördür (McGehee vd., 2006:685). Yasa yapıcılar vergi ve teşvik sistemi ve altyapı geliştirme yoluyla turizm sektörünü önemli ölçüde etkileyebilecek politikaları geliştirme ve bu konudaki yasaları yapma ile görevlendirilmiş kişilerdir (Arnold, 2011:4). Turizm mevzuatının endüstrinin gelişiminde ve büyümesinde önemli bir faktör olması yanında direk turizm yasası olmasa da bazı yasalar ve kararlar, endüstri üzerinde büyük bir etki oluşturabilmektedir. Direk turizme yönelik yasa ve politikaların yanı sıra özel havayollarının gelişmesi, özelleştirme, çevre, imar kararları gibi kararlar turizm endüstrisini yakından ilgilendirmektedir (McGehee vd., 2006). Hükümetin seyahatleri caydırıcı pasaport ve vize ile ilgili uygulamaları, uluslararası havacılık anlaşmaları, işgücü ve ücret politikaları gibi kararları ile yerel ve ulusal düzeyde turizm endüstrisi ile ilgili çevre koruma ve vergi politikası gibi genel önlemleri o ülkedeki turizm gelişimini önemli ölçüde etkilemektedir. (Hall, 1994:38). Turizm endüstrisinin birçok sektörle direk ve dolaylı ilişkileri nedeniyle bu alanlarda alınan kararlar turizm endüstrisini yakından ilgilendirmekte ve etkilemektedir.

Hall (1994: 32-45), hükümetin turizm endüstrisinin başarıya ulaşabilmesi için hayati öneme sahip beş temel rolünü; koordinasyon, planlama, yasa ve yönetmelik yapma, girişimcilik ve teşvik olarak ifade etmektedir. Yazara göre bunlar dışında

hükümetin turizmle ilgili önemli rolü daha bulunmaktadır. Birisi sosyal turizm gelişimindeki rolü, diğeri ise ülkede ya da bölgede turizme ilginin sürekliliğinin korunmasıdır. Bu ilginin de canlı tutulması için hükümetin, turizm politikası oluşturulurken özellikle ekonomi, sosyal, refah ve çevre politikalarını dikkate alması gerekmektedir.

Turizmin önemi özellikle de ekonomik önemi birçok toplumda artmaya devam etmektedir. Bu nedenle de yasa yapıcıların turizm endüstrisinin başarısı üzerindeki önemli etkilerini anlamaları oldukça önemlidir (McGehee vd., 2006: 685-686). Kerr (2003) turizm endüstrisinin; siyasi istikrarı, sosyal altyapıyı, güvenliği, turizmin gelişmesi ve sorunsuz ilerlemesi için yasal ve mali çerçeveyi sağlayacak gerekli yasal gücü elinde bulunduran hükümet olmadan ayakta duramayacağını savunmaktadır (akt. Mcleod ve Airey, 2007:6-7).

Turizmden sağlanacak yararlar nedeniyle turizm faaliyeti genellikle devlet mekanizmasının bir parçası durumuna gelmekte ve bundan turist kabul eden ülkelerin siyasi yapıları etkilenmektedir. Ancak turizmin siyasi etkileri yalnız bununla sınırlı kalmamakta ve turizm, siyasi inanç ve tutumları, politik güç ve ilişkilerini, ulusal bilincin artmasını ve diğer ülkelerle ilişkileri de etkilemektedir (Doğan, 2004:137). Öyle ki turizmin öneminin nispeten erken farkına varan Karayipler gibi bazı ülkelerde hükümetler üstlendikleri kampanyalarla vatandaşlarını turistlere karşı daha dostça bir tutum için teşvik etmişlerdir (Wood, 1980:572).

Turizmin bir ülkedeki güç dağılımını etkilediği ve çıkar grupları arasında çatışmaları arttırdığı da düşünülmektedir. Siyasi gücün yer değiştirmesi durumunda gücü azalanlar ve gücü artanlar bulunmakta grupların güç yapısındaki yerlerinin değişmesi sorunlara neden olabilmektedir. Turizm yönetim kadrolarında da benzer şekilde değişime neden olmakta tarıma yönelik bir yönetim kadrosu turizme yönelik

kadroya yerini bırakabilmektedir. Örneğin daha önce aralarında uyum olan Fransız Alp'lerindeki bir yerleşim yerindeki halk, tarım endüstrisini olumsuz etkileyecek turizm endüstrisini geliştirme çabaları sonucu birbiriyle çatışan siyasi gruplara bölünen bir halka dönüşmüştür (Doğan, 2004:138). Dolayısıyla siyasetçilerin kararlarının toplumda da algılanış şeklinin bu kararlar nedeniyle oluşacak gelişim beklentilerinin karşılanması konusuna siyasetçilerin azami dikkati göstermesi gerektiği söylenebilir.

Turizm, devleti yöneten hükümetin toplum yaşamı üzerindeki etkinliğini arttırmaktadır. Bu durum göz önüne alındığında vize politikasından, döviz koşullarına ve gümrük düzenlemelerine kadar alınan kararlarda söz sahibi olması nedeniyle hükümetin turizmi geliştirmede etkin bir rolü vardır. Bu nedenle hükümet dahil tüm paydaşların turizm faaliyetlerinde en azından işbirliği içinde olmaları gerekmektedir. Çünkü gelişim yatırımını yapabilmek ancak devlet düzeyinde karar almayı, planlama ve harcama yapmayı gerektirmektedir (Doğan, 2004: 137-138).

Özellikle Türkiye'de geçmişte yaşanan siyasal istikrarsızlıkların turizm endüstrisine etkisi göz önüne alındığında siyasetin turizmdeki rolü daha net görülebilmektedir. Turizm, kendine özgü çok sayıda özelliği ile diğer sektörlerden ayrılmaktadır ve çok farklı faktörlerden etkilenebilen hassas bir sektördür. Özellikle uluslararası siyasi gerginliklere, savaş, terör gibi olaylara karşı oldukça duyarlıdır. Bu tür olayların ya da siyasal gerginliklerin yaşandığı bölgeler için turizm talebi ani ve hızlı gerilemeler göstermekte ve ülkelerin siyasal sistemleri bile dış turizmi yönlendiren bir etki göstermektedir (İçöz ve Kozak, 1998: 136-137).

Turizmin sağlıklı bir şekilde devamı yani sürdürülebilirliği konusunda da hükümetin önemli rolü göz ardı edilmemelidir. Kitle turizminin teşvik edilmesi ve turizmi plansız ya da uygun olmayan planlarla geliştirme çabaları sürdürülebilirliğe engel olabilmektedir. Oliveria (2003:100-104), merkezi hükümetin girişimleri ve

yatırımlarıyla turizmin geliştirildiği Kuzeydoğu Brezilya'da üç bölgeden yola çıkarak hükümetin turizm gelişimindeki önemli rolünü çevre yönetimi bağlamında açıklamaktadır. Turizmde turizm planlama ve yönetim yoluyla hükümet müdahalesinin ana gerekçesi olduğunu belirtmektedir. Bu etkilerden birincisi turizmin olumlu ve olumsuz çevresel etkileri, ikincisi ise belirli bir bölgede turizmde kontrolsüz rekabetin, çevresel kaynaklara (su, toprak, çevresel güzellikler vb.) zarar vererek tüm endüstriye zarar verebilmesidir. Hükümetler bu olumsuz etkileri en düşük düzeyde tutacak ve olumlu etkileri en yüksek düzeye çıkaracak şekilde çevresel planlama, düzenleme altyapı ve finansman koşullarını oluşturmalıdır. Bunu 4 grup stratejiyle yapabilirler. Bunlar: kurumsal gücün oluşturulması, çevresel proje yatırımları, turizm gelişiminin ve turist akışlarının kontrol edilmesi ve koruma alanlarının oluşturulmasıdır. Turizm yatırımları teşvik edilirken ve planlamalar yapılırken birçok gelişmekte olan ülkede çevresel bozulmalar da söz konusu olabilmektedir. Burada da en önemli görev hükümetlere düşmektedir.

Madrigal (1995: 89-101) hükümetin turizm gelişimindeki rolü ile yerel sakinlerin turizmin algılanan etkileri arasındaki bağlantıyı araştırmıştır. Araştırmada turizm gelişimi için ek vergilerle destek verme, uzun dönemde turizm planlamasının turizmin olumsuz etkilerini kontrol etmede önemi, yerel hükümetin turizm gelişimini düzenleyici rolünün algılanışı ve destinasyonun geleceği konuları bağımlı değişkenleriyle yerel halkın algılamaları belirlenmeye çalışılmıştır. Turist sayıları birbirine yakın olan Amerika'nın Sedona kırsalı ve İngiltere'nin York kentinde kültürler arası karşılaştırmaya dayalı olan araştırma; bu iki bölgede kültürel farklılıklara rağmen turizmde hükümetin rolünün olumlu ya da olumsuz algılanışının benzer olduğunu ortaya koymaktadır. Öyle ki Sedona son 20 yılda hızlı turizm gelişimi yaşamış bir destinasyon iken, York birkaç yüzyıldır gelişen bir destinasyondur. Her iki

destinasyonun sakinleri; hükümetin planlama ihtiyacının en önemli unsur olduğu konusunda hem fikirlerdir. Buradan hareketle özellikle turizm planlamasında hükümetin rolünün öneminin farklı kültürel yapılarda, turizm gelişiminin farklılaştığı destinasyonlardabile “önemli” olarak algılandığı söylenilebilmektedir.

Hall (1994:1) kitabında 25 yıl önceki bir yayına atıfta bulunarak; turizm literatüründe hükümetlerin bu önemine rağmen, siyasi araştırmaların eksikliğinin geçmişten beri vurgulanmasına rağmen ve bu eksikliğin hala devam ettiğini belirtmektedir. Günümüzde ilgili literatür incelendiğinde hala bu eksikliğin yeterince giderilmediği görülmektedir. Genel turizm araştırmalarında; turizm kaynaklarının dağıtılmasının, turizm politikaları oluşturmanın siyasi boyutları ve turizm geliştirme siyaseti konuları ya ihmal edilmiş ya da görmezden gelinmiştir. Bu durum birkaç araştırmacının çabaları dışında siyaset bilimi çalışmaları için de geçerli olmaktadır. Modern toplumlardaki turizmin önemli rolü dikkate alınmamıştır. Tüm dünyada savunma, barınma, sağlık, enerji, çevresel sorunlar ve sosyal politikalar siyaset bilimciler ve politika analistleri tarafından derinlemesine incelenmiş, ancak turizme nadiren değinilmiştir (Hall, 1994:1-2). Oysa Edgell’e göre turizm sadece “siyasetin devamı” değil, dünyanın politik ekonomisinin ayrılmaz bir parçasıdır (akt. Hall, 1994:2).<sup>1</sup>

Ülke genelinde olduğu gibi bölgesel düzeyde hükümet temsilcileri bir bölgenin turizm gelişimi için oldukça önemli bir rol üstlenmekte ve literatürde “paydaş” adı altında değerlendirilmektedir. Freeman (1984:46), paydaş kavramı; “örgütün amaçlarını gerçekleştirme sürecinden etkilenen ya da bu süreci etkileyen birey ya da gruplardır” şeklinde tanımlanabilir. Literatürde genel olarak dört önemli turizm paydaşı;

---

<sup>1</sup> Politik ekonomi, Ekonomi ve siyaset bilimi kurallarını inceleyerek, bu kuralları devletin ekonomik rolünü belirlemek ve düzenlemek amacıyla bir arada kullanan bilim dalıdır.

turistler, bölge sakinleri, girişimciler ve yerel hükümet yetkilileri olarak görülmekte (Byrd, Bosley ve Dronberger, 2009:694; Sheehan ve Ritchie, 2005:721) ve turizm gelişiminin başarısı artık paydaşların turizm geliştirme algılamalarını dikkate almadan uygun görülmemektedir (Çevirgen ve Kesgin, 2007:312). Turizm literatüründe artık birçok araştırmacı turizmin sürdürülebilirliğinin başarısında bu paydaş gruplarının algılamalarını anlamının önemini kabul etmektedir (Quintano, Pagliuca ve Rosciano, 2011:297). Byrd vd. (2009:693), turizmin sürdürülebilir gelişimi için tek anahtarın bir toplumdaki paydaşların dahil edilmesi olduğunu, paydaş desteği olmadan turizmi sürdürülebilir bir şekilde geliştirmenin neredeyse imkansız olduğunu belirtmektedir.

Çevreden, ekonomiye, eğitimden kültüre kadar hem olumlu hem de olumsuz boyutları olan turizmin olumlu etkilerinden en üst düzeyde yararlanmak ve olumsuz etkilerini en düşük seviyede tutmak için çeşitli kararlar alınmakta ve politikalar uygulanmaktadır. Hall (1994) turizm politikası oluşturma sürecinin hükümetin türüne ve turizm geliştirme politikasına, turizm örgütlerinin yapısına ve turizm sektörünün gelişme derecesine dayalı olduğunu savunmaktadır. Politika yapım süreçlerinde siyasal sistem konusunda açıklandığı gibi birçok aktör rol oynamaktadır. Henriques ve Sadorsky (1999: 100-107), merkezi hükümet, yerel yönetimler ve birliklerin düzenleyici paydaşlar olarak, işletme ve çevresi ile ilgili düzenlemelerde öne çıktıklarını vurgulamakta ve merkezi hükümet, yerel hükümet, küçük-büyük turizm işletmeleri, sivil toplum kuruluşları vb. paydaşların politika yapım süreçlerinde en önemli aktörler olduğunu belirtmektedir. Paydaşların konuya ilgileri, verdikleri değer, güçleri ve bilgilerine göre bu süreçte faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Ancak bu noktada da önemli bir paydaş olan merkezi ve yerel hükümet yetkililerinin turizm konusundaki tutum ve algıları boyutu ihmal edilmekte ve literatürde turizm endüstrisinin siyasal bakımdan algılanışına yönelik araştırmaların kısıtlı olduğu görülmektedir (McGehee,



2006 ve Arnold, 2011:11). Oysa gerek iktidarı oluşturan siyasetçilerin gerekse karar mekanizmalarında rol alan merkezi ve yerel düzeydeki siyasetçilerin turizm endüstrisi üzerinde etkisi bulunan kararların altında yatan algıların araştırılması oldukça önemlidir.

## **II. 8. Türkiye’de Karar Alma Mekanizması**

Karar alma mekanizması, “karar alma sürecini oluşturan, devlet içinde farklı siyasal kurumların karar alma süreci içerisinde, alınan kararlara etkiye bulunan ve belirleyiciliği olan siyasal yapı birimlerinin etkileşimiyle oluşan işleyiş bütünlüğüne sahip karar alıcı öğeler, düzeyler ve birimler” olarak tanımlanabilmektedir (Aksu, 2004:10). Karar alma konusunda da açıklandığı üzere, karar süreçleri ülkelerin siyasal sistemlerinden karar alıcıların bireysel özelliklerine kadar çok sayıda unsur tarafından etkilenmektedir. Ancak iktidarlar, kararları birçok faktör tarafından etkilense de, keyfi olarak karar verememektedir. Çünkü, kararlar mutlak bir meşru temele dayanmalıdır. Anayasa, karar alma mekanizmasının hukuksal çerçevesini çizmekte, başka bir deyişle karar alma sürecinin hangi usullere göre, hangi karar alıcı roller ve hangi kurumların yetki ve sorumlulukları ile işleyeceğini belirtmektedir.

Anayasa genel anlamda, “yönetimin çeşitli kurumlarının görevlerini, yetkilerini ve işlevlerini belirleyen, aralarındaki ilişkiyi düzenleyen ve birey ile devlet arasındaki ilişkiyi tanımlayan bir kurallar kümesidir (Heywood, 2012:259). Kamu yönetimi sözlüğüne göre Anayasa: “Devletin şeklini, siyasal rejimini, bu siyasal rejimin gerektirdiği temel hak ve özgürlükleri, devlet birey ilişkilerinin çerçevesini belirleyerek, ayrıca devletin temel örgütlerinin kuruluş ve işleyişine ilişkin kurallar koyarak devlet gücünü sınırlandıran üstün yasadır” (Bozkurt vd., 2008:3). Anayasa bir siyasal sistemin yapısını çizen (Roskin vd., 2010:78) ve siyasi iktidarı sınırlayan yazılı bir belgedir (Çam, 1998:367).

Türkçe de Anayasa, yasaların anası yani yasaların dayandığı temel metin anlamına gelmektedir (Kaynar, 2014:289). Türkiye’de TBMM’nin kuruluşundan itibaren 1921, 1924, 1961 ve son olarak günümüzde hala yürürlükte olan 1982 Anayasaları uygulanmıştır. Anayasa temelinde, ilgili yasalar ve yasama organlarının çalışma şartlarını düzenleyen içtüzüklerle bir devletin karar sürecinin nasıl bir yol izleyeceğini ve hangi aşamalardan oluşacağını ayrıntılı ve titiz bir şekilde düzenlemektedir (Işık, 2003:30).

Devlet, bir toplumu (halk, ulus), bir arazi parçasını (ülkeyi) kuşatan ve o kuşatımda egemen tekeline sahip, en üstün kamusal örgüt (Bozkurt vd., 2008:64) olarak üç temel güce sahiptir. Bunlar yasama, yürütme ve yargı güçleridir. Bu güçlerin nerelerde toplanacağı güçlerin ayrılığı ya da birliğine bağlı olmakta, buna göre hükümet sistemleri oluşmaktadır.

Hükümet kavramı TDK’na göre “devletin görevlerini yerine getirmesini sağlayan, başbakan ve bakanlardan oluşan yetkili organdır” (TDK, t.y.). Devlet ve hükümet kavramları genellikle birbirinin yerine kullanılsalar da farklı iki kavramdır. Devlet kamu alanının bütün kurumlarını kapsayan ve topluluğun tüm üyelerini kucaklayan bir birlik iken hükümet devletin sadece bir parçasıdır. Hükümet, devlet otoritesinin eyleme geçirdiği bir araç olarak geçicidir. Devlet ise sürekliliği ve devamlılığı olan bir yapıdır (Heywood, 2012:30). “Bir devletin yasama, yürütme ve yargı organlarını ve bunlara bağlı olarak devlet yetkisini kullanan tüm devlet organlarını içine alan siyasal yönetim biçimi” şeklinde tanımlanabilen hükümet (Yıldız, 2013), dar anlamda bakanlar kurulunu, geniş anlamda ise egemenliği kullanan bütün kişi ve organları ifade etmektedir (Duverger, 1974:13).

Bir demokratik sistemde, halkın seçtiği temsilcilerin hangi devlet organını veya organlarını oluşturduklarına bakıldığında, farklı hükümet sistemleriyle

karşılaşılmaktadır. Gerçekten, hükümet sistemleri, her durumda bağımsız olması gereken yargı organı dikkate alınmazsa, devletin geriye kalan iki organın, “yasamanın” ve “yürütme” nin oluşumları ve birbirleriyle olan ilişkilerine göre belirlenmektedir (Onar, 2005:71).

Günümüzde, bu organların dağılımı ve düzenlenişi açısından anayasal demokrasilerde farklı hükümet sistemleri bulunmaktadır. Bu sistemler parlamenter sistem, başkanlık sistemi ve yarı başkanlık hükümet sistemleridir. Bu sistemlerin en yaygın olanı Türkiye’de uygulanan sistem olan; bu güçlerin hukuki ayrılığına fakat siyasi birliğine dayanan parlamenter hükümet sistemidir. “Yumuşak kuvvetler ayrılığı sistemi” olarak da adlandırılan bu sistemde yasama ve yürütme yetkileri kural olarak iki ayrı organa verilmişse de, bu organlar birbirinden tam olarak bağımsız değildir, hatta yer yer iç içe geçmiştir (Gözler, 2004: 82-100). Yürütme yetkisi Cumhurbaşkanı ve hükümet arasında bölünmüştür. Cumhurbaşkanının siyasi olarak bir sorumluluğu olmayıp, yetkileri de görece sınırlıdır ve Devletin başı olarak, Anayasanın uygulanması, devlet organlarının düzenli ve uyumlu çalışmasından sorumludur (Kaynar, 2014:319).

Parlamenter hükümet sisteminde “başlıca görevi yasama, devlet bütçesini çıkarma, hükümeti denetleme olan ve üyeleri halkoyu ile belirli bir süre için seçilen kişilerin oluşturduğu kuruma “meclis” ya da “parlamento” denilmektedir (TDK, t.y.). Modern demokrasilerde yasa yapım süreci esas itibarıyla hükümet ve parlamento tarafından başlatılmaktadır (Pehlivan, 2010: 253-254). Demokrasi; “siyasal toplumun birliğini ilgilendiren konularda herbir üyenin karar vermek açısından diğer herkese eşit derecede nitelikli sayıldığı, onlara eşit muamele edildiği ve herkesin temel konulara katılma hakkının garanti altına alındığı bir siyasal sistemdir” (Taşkın, 2013:249). Demokratik devletlerde, kamusal kararlar doğrudan doğruya halk veya halkın temsilcileri kanalıyla alınmaktadır. Demokrasinin doğrudan demokrasi, temsili

demokrasi ve yarı doğrudan demokrasi olmak üzere üç biçimi vardır. Doğrudan demokrasilerde halkın bizzat kendisinin karar alması söz konusudur ve bunun zorluğu nedeniyle temsili demokrasi yaygındır. Temsili demokraside egemenliğin sahibi olan halk, kararları kendi adına alması için, bu yetkisini seçtiği temsilciler aracılığıyla kullanmaktadır (Haydaroğlu, 2011: 12-14). Türkiye’de de temsili demokrasi uygulanmakta olup, Türkiye Cumhuriyeti Anayasası’na göre “egemenlik” kayıtsız ve şartsız millete ait bir haktır ve millet bu hakkını Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) organıyla kullanmaktadır. Milletın temsilci seçimi sonucu oluşan bu organın temel işlevi yasa çıkarmak, değiştirmek ve kaldırmaktır (Çakın, 2008:59). Diğer bir deyişle siyasi kararların değerlendirildiği, görüşüldüğü ve yasaya dönüşme, değişme ya da kaldırılmasında karar verildiği yer TBMM’dir.

Karar sürecinde yer alan aktörler ise karar sürecini oluşturup katılan ve bu süreç sonrasında bir karara varan karar vericiler olup, yasama karar sürecinin yaratıcılarıdır. Bu aktörler; Milletvekili, Meclis Başkanlık Divanı, Meclis Danışma Kurulu, Meclis Siyasi Parti Grupları, Meclis Komisyonları, Bakanlar Kurulu ve Cumhurbaşkanı’dır. Bu aktörler yasa yapım süreciyle birlikte ele alınarak aşağıda incelenmektedir (Işık, 2003:13).

### **II. 8. 1. Milletvekili**

Milletvekilleri milletin temsilcileridir ve yasama karar sürecinin birincil asli unsurlarıdır (Işık, 2003:39). Milletvekili seçimlerine ilişkin ilke ve uygulamalar ile seçim sistem ve usulleri 2839 sayılı Milletvekili Seçim Kanunu’yla düzenlenmiştir. Yasaya göre; milletvekili sayısı 550 olup; seçilme yeterliliğine göre 25 yaşını dolduran her Türk vatandaşı milletvekili seçilebilmektedir. Genel seçimlerde ülke genelinde geçerli oyların %10’unu geçmeyen partiler milletvekili çıkaramazlar. Bir siyasi partiye mensup olsun ya da olmasın seçilme yeterliğine sahip her Türk vatandaşı

yasaya göre milletvekilliğine adaylığını koyabilmektedir (Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü, 2014). Milletvekili adaylarının herhangi bir siyasi partiye üye olmadan bağımsız bir biçimde seçimlere katılması mümkün olsa da genellikle siyasetçiler etkileri ve güçleri nedeniyle siyasi parti örgütlerinin üyeleri olarak meclis çatısı altında yer almayı tercih etmektedir.

Türkiye’de Meclis’in nasıl ve hangi nitelikteki kişilerden oluşacağı Anayasanın 75. ve 100. maddeleriyle düzenlenmiş olup, yasama süreci karmaşık bir prosedürü içermektedir (Kaynar, 2014:312). Yasaların yapılmasında uygulanacak usuller Anayasanın 88. ve 89. maddesinde ve uyulacak ayrıntılı kurallar ise parlamento tarafından oluşturulan içtüzükte yer almaktadır. Buna göre yasa teklif etmeye milletvekilleri ve bakanlar kurulu yetkilidir. Bakanlar Kurulu’nun imzalayarak Meclis’e sunduğu yasa taslaklarına “tasarı”, milletvekilleri tarafından Meclis’e sunulan yasa taslaklarına ise “teklif” adı verilmektedir. Bu iki yasa önerisi arasında bir farklılık olmasa da tasarılar parlamentoda sayısal üstünlüğü sağlayan iktidar partilerince kurulmuş bulunan hükümet tarafından önerilip desteklendiklerinden, teklife göre fiili bir üstünlüğe sahip olmaktadır (Teziç, 2008:40; Çakın, 2008: 59-60).

Yasa tasarılarının hazırlanmasında dikkat edilecek hususlar, tasarıların taşınması gereken nitelikler ile hazırlık süreci “Mevzuat Hazırlama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik” de açıklanmaktadır. İçtüzüğün “Kanunların Yapılması” başlığında ise Hükümetçe hazırlanan yasa tasarılarının bütün bakanlarca imzalanmış olarak ve milletvekillerinince verilen yasa tekliflerinin bir ya da daha çok imza ve her ikisinde de gerekçeleri ile birlikte Meclis Başkanlığına sunulacağı belirtilmektedir (Neziroğlu, Kocaman ve Gökçimen, 2011:103).

Milletvekilleri ayrıca istedikleri her konuya ilişkin gündem içi ve gündem dışı konuşma yapma hakları ile ilgili istedikleri konuyu Meclis gündemine taşımaya

dolayısıyla kamuoyunu etkileyebilme gücüne sahiplerdir (Işık, 2003:40). Yasa teklifi verme konusunda da kendiliğinden harekete geçebildikleri gibi, kendilerine halktan, örgütlerden, STK vb. kişi ve gruplardan gelen talepleri de teklife dönüştürebilmektedirler. Kendi kişisel ve mesleki özellikleri, öğrenim alanları, içinden geldiği sosyal kesim ve ilgi duyduğu özel konularla ilgili bazı yasa değişikliklerini kendiliğinden belirleyerek harekete geçebilmektedir. Ancak temsilden kaynaklanan çalışmaları ve parti görevleri nedenleriyle oldukça yoğun olan milletvekillerinin, vereceği teklifler için zaman, bilgi ve araştırma gereklilikleri nedeniyle teklif hazırlığında Meclis’de görevli uzman kişilerden ve kendi danışmanlarından yardım almaktadır (Neziroğlu vd., 2011: 104-105). Özellikle STK’lar sorunlarını, milletvekillerine iletmekte ve gündem dışı konuşmalarla gündeme getirilmesini isteyebilmektedirler. Doyurucu bilgi ve belgeler sunarak başvurularıyla hem milletvekilinin konuyu sahiplenmesi hem de haklı konuların kamuoyunun gündemine getirilerek tartışılması sağlanabilmektedir. Hatta STK’ların milletvekillerine destekleyici bilgi ve belgelerle sunarak hazırladıkları 5 dakikalık bir metin ile ikna edicilikleri ve konunun Meclis’e taşınması olasılığı güçlenmektedir (Gökçimen, 2009:5).

Buradan hareketle özellikle ağırlıkla hükümetin ve milletvekillerinin turizm sektörünü ilgilendiren kararlarda başrolü oynadıkları söylenebilmektedir. Kararların alınmasında şekil olarak zaten biçimsel kurallar mevcuttur. Ancak özellikle milletvekilleri olmak üzere siyasetçilerin turizm endüstrisi hakkındaki ilgi, bilgi, görüş ve algılarının karar sürecini başlatan kişiler olduklarından bilimsel olarak aydınlatılma ihtiyacı doğmaktadır. Ayrıca turizm sektör örgütlerinin turizm ile turizmi ilgilendiren konu ve sorunlarda meclisin ve kamuoyunun dikkatini çekmek ve gündemde tutabilmek

için örgütlü bir şekilde onları bilgilendirip, karar süreçlerinde etkide bulunmaları gerektiği söylenebilir.

### **II. 8. 2. Meclis Siyasi Parti Grupları**

Siyasi partiler siyasal güçler bölümünde de açıklandığı üzere siyasal hayatın en önemli örgütlerindendir. Siyasi parti örgütleri, siyasi partilerin iktidarı ele geçirmek ve bu amaçla seçmen kitleleriyle bağ kurmak için geliştirdikleri örgüttür (Bozkurt vd., 2008:199) ve siyasal katılmanın en önemli araçlarıdır (Turan, 2013:261). Anayasa, partileri demokratik yaşamın vazgeçilmez bir unsuru olarak görmekle birlikte, 68 ve 69. maddeleriyle siyasal partilerin faaliyetlerine, örgütlenme ve çalışmalarına yönelik sınırlandırmalar getirmektedir (Esen ve Yücel, 2012: 75-76). Ayrıca, Türkiye’de 1984 yılında oluşturulan Siyasi Partiler Kanunu ile partilerin kuruluş, faaliyetler, merkezi ve yerel örgütlenme gibi konulara ilişkin esaslar belirlenmiştir. Bu yasaya göre (Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü, 2014):

“Siyasi partiler, Anayasa ve kanunlara uygun olarak; milletvekili ve mahalli idareler seçimleri yoluyla, tüzük ve programlarında belirlenen görüşleri doğrultusunda çalışmaları ve açık propagandaları ile milli iradenin oluşmasını sağlayarak demokratik bir devlet ve toplum düzeni içinde ülkenin çağdaş medeniyet seviyesine ulaşması amacını güden ve ülke çapında faaliyet göstermek üzere teşkilatlanmış tüzel kişiliğe sahip kuruluşlardır.” “Siyasî partilerin teşkilatı; merkez organları ile il, ilçe ve belde teşkilatlarından; TBMM Grubu ile il genel meclisi ve belediye meclisi gruplarından oluşmaktadır.” Seçim sonucunda en az yirmi milletvekiline sahip olan siyasi partiler, TBMM’de grup kurabilmektedirler.

Siyasi partiler, Meclis çalışmalarına parti meclis grupları aracılığıyla katılmaktadır. Yasama çalışmalarında nasıl bir tavır alacakları genellikle parti

gruplarında kararlaştırılmakta, oy kullanımı konusunda bağlayıcı kararlar alınmakta ve böylece parti milletvekillerinin ortak hareket etmesi sağlanmaktadır (Işık, 2003:44).

### **II. 8. 3. Meclis Başkanlık Divanı**

Başkanlık Divanı, bir Başkan, dört başkan vekili, yedi kâtip üye, üç idare amirinden kurulur. Başkanlık Divanı'nın başkanı TBMM Başkanı olup, genel seçimlerle milletvekili olan başkan adayları arasından oylamayla seçilir (TBMM, 1973).

Yasama karar sürecinde Başkan'ın ve divanın rolü çok önemlidir. Çünkü süreç Başkan'ın gözetim ve denetimi altında gerçekleşmektedir (Işık, 2003:44). Yasa tasarısı ve teklifleri TBMM Başkanlığı'na teslim edildikten sonra Başkanlık bu tasarısı ve teklifleri ilgili komisyona havale etmektedir (Kaynar, 2014:312).

### **II. 8. 4. Meclis Danışma Kurulu**

Danışma Kurulu, TBMM Başkanının veya görevlendireceği bir başkan vekilinin başkanlığında, siyasi parti grup başkanları ya da vekillerinden birisi ya da onların yazılı olarak görevlendirdiği birer milletvekilinden oluşmaktadır (Neziroğlu vd., 2011:32). Kurulun ana görevi parlamento gündeminin belirlenmesidir. Kurul yasama karar sürecinin, anlaşma ve uzlaşma zemininde yürütülmesini sağlamakla, dolayısıyla Meclis Genel Kurulu çalışmalarını hızlandırmayla görevlidir (Işık, 2003:68).

Danışma Kurulu kanun teklif ve tasarılarının komisyona havalesini müteakiben 48 saat geçmeden görüşülebilmesi için tavsiye kararını alır (Eroğlu, 2007:103) ve başkanın istemi üzerine danışma niteliğinde görüş bildiririr, yani öneride bulunur (TBMM, 1973). Bu karar önerileri parti grup başkanlarının uzlaşma noktası olduğundan genellikle TBMM Genel Kurulundan geçmektedir (Işık, 2003: 43-44). Eroğlu (2008:59) parlamenter hükümet sisteminde gündemin belirlenmesinde iktidar partisine yetki verildiğini, bu noktada Meclis Danışma Kurulunun, gündemin belirlenmesinde iktidar partisine kolaylık sağlayan merci olduğunu ifade etmektedir.



### **II. 8. 5. Meclis Komisyonları**

Komisyonlar, uzmanlık alanları dikkate alınarak seçilen belirli sayıda milletvekilinden oluşan kurullardır (Neziroğlu, 2011:42). “Tasarı, teklif veya kanun hükmünde kararnamelerin hangi komisyonlarda görüşüleceği, esas ve tali komisyonların hangileri olacağı Başkanlık tarafından tespit edilmektedir” (TBMM, 1973). Yasa yapım sürecinin mutfağını oluşturan komisyonlar tasarı ve teklifleri inceleme görüşmelerini yaptıktan sonra uygun bulursa bir rapor halinde, Genel Kurul’da görüşmeye hazır hale getirmektedir (Neziroğlu, 2011:42). Eğer komisyon tasarı ya da teklifi uygun bulmaz ve verdiği rapor da kabul edilirse tasarı ya da teklif reddedilir. Örneğin, turizm sektörünc turizmi olumsuz etkileyeceği yorumları yapılan ve AB ülkelerinde, ABD, Japonya gibi ülkelerde uygulanan Konaklama Vergisi Uygulaması Türkiye’de 2008 yılında bir kanun tasarısı içinde yer almış ancak alt komisyondan geçemeyerek kabul edilmemiştir (Bozdoğanoglu, 2013:131).

İçtüzüğün 20. maddesinde 16 adet komisyon ismen sıralanmaktadır. Bu komisyonlarda “turizm” de; Bayındırlık, İmar ve Ulaştırma ile birlikte aynı komisyonda yer almaktadır. Komisyonlar için, bir yasama döneminde iki seçim yapılmakta, komisyon başkanı, komisyonlarda siyasi parti gruplarına düşen üye sayısını tespit etmektedir (TBMM, 1973).

### **II. 8. 6. Bakanlar Kurulu**

Bakanlar Kurulu Başbakan ve hükümet üyesi bakanlardan oluşan kurul olup, yürütme gücünün Hükümet kesimidir (Bozkurt vd., 2008:22). Başbakan ve bütün bakanların imzasının bulunduğu yasa tasarıları Meclis Başkanlığı’na gerekçesi ile sunulmaktadır. Ayrıca Anayasa’ya göre TBMM Bakanlar Kurulu’na kanun hükmünde kararname çıkarma yetkisi de verebilmektedir (TBMM, 1973). Kanun hükmünde

kararname Bakanlar Kurulu'nca yapılan yasa gücünde düzenleyici işlemdir (Bozkurt vd., 2008:138).

### **II. 8. 7. Cumhurbaşkanı**

Cumhurbaşkanı; egemenliğin devletin bütün yurttaşları tarafından kullanıldığı siyasal örgütlenme biçimi olan cumhuriyet rejiminde, parlamenter hükümet sisteminde meclis tarafından belli süreler için seçilen devlet başkanıdır (Bozkurt vd., 2008:53). Türkiye'de bu süre beş yıldır. Ekim 2007 tarihinde yapılan anayasa değişikliği ile cumhurbaşkanını halk seçmektedir.

Cumhurbaşkanı, Bakanlar Kurulu ile birlikte parlamenter sistemin yürütme organıdır ve yasa yapım sürecindeki ana görevi teklif ya da tasarının yürürlüğe girerek uygulanması için onay verme aşamasıdır. Genel Kurul'da görüşülen tasarı ya da tekliflerin, Anayasa'ya uygunluk, yazım tekniği vb. hususlarda uzman görüşü sonucu hata tespit edilmez ve uygun görülürse oylamaya sunulmakta, TBMM'nin yeterli çoğunlukla kabul ettiği yasalar Cumhurbaşkanına gönderilmektedir (Kaynar, 2014: 312-313). Cumhurbaşkanı, yasayı uygun bulup kabul etmesi durumunda, Resmi Gazetede yayımlanmak üzere 15 gün içinde onaylamaktadır. Yayımlanmasını kısmen veya tamamen uygun bulmadığı yasaları ise bir daha görüşülmek üzere gerekçesi ile birlikte 15 gün içinde TBMM'ne geri göndermektedir. Kısmen uygun bulunmama durumunda, TBMM sadece uygun bulunmayan maddeleri görüşebilmektedir (Neziroğlu, 2011:77).

Yasama karar süreci sonrasında ortaya çıkan iki temel karar türü “yasalar” ve “parlamento kararları”dır (Işık, 2003:13). Her ne kadar Türkiye'de yasaların yapılmasında hükümet ve meclisin karşılıklı bir etkileşim ve işbirliği içerisinde olması parlamenter sistemin gereği olsa da; bu sisteme sahip pek çok ülkede olduğu gibi bu işbirliği gerçekte hükümetin parlamentoyu yönlendirmesi şeklinde gerçekleşmektedir. Hükümetin yasa yapım sürecindeki bu etkin gücü, doğrudan kendisine tanınan

yetkilerden, dolaylı olarak da siyasi parti gruplarına tanınan yetkilerden kaynaklanmaktadır. Siyasi partiler başlığı altında da açıklandığı üzere, parlamenter sistemlerin en etkili ve asli unsurları haline gelmişlerdir. Dolayısıyla yasama organında çoğunluğu elinde bulunduran siyasi parti, hükümete de hakim olmakta; böylece hem yürütme gücünü hem de yasama gücünü iktidardaki siyasi parti kontrol etmekte ve çalışmalara yön vermektedir (Pehlivan, 2010: 253-254).

## **II. 9. Türkiye’de Siyasetçilerin Turizm Endüstrisine Yaklaşımı**

Giriş bölümünde de değinildiği gibi Türkiye’de tarihsel süreçte, özellikle ekonomik katkısı ve istihdam etkisi nedeniyle iktidara gelen siyasetçiler turizme önem vermekte ve geliştirmek istemektedirler. Genel olarak turizm, Türkiye’de ekonomik kalkınma için öncelikli bir sektör olarak düşünülmektedir (Yüksel, Çulha ve Yüksel, 2009:80). Seçilerek hükümeti oluşturmak, yasa yapımında rol almak ve parlamentoya girebilmek için mücadele eden toplumdaki çıkar ve beklentilerin önemli temsilcileri konumundaki siyasi partiler (Samur, 2007:1) endüstriler konusunda da halkı ve kamuoyunu etkilemek üzere çalışmalar yapmaktadır. Siyasetçiler Türkiye’de artık önemi anlaşılan ve bacasız sanayi olarak görülen turizm konusunda da yerel ve ulusal düzeyde olmak üzere, yerel ve genel seçimlerde vaatlerde bulunmaktadırlar. Ancak bu vaatler ve turizme gösterilen ilgi turizm uygulayıcıları ve çeşitli yazarlar tarafından tatminkâr bulunmamaktadır. Yüksel vd. (2009:79), turizm endüstrisinin siyasi partiler tarafından yeterince önemsenmemesinin ve medyada bu konuda gündem oluşturulmamasının Türkiye’ye özgü bir durum olmadığını ifade etmektedir. Nitekim 1999’da Yeni Zelanda yapılan genel seçimler öncesi yapılan akademik bir araştırma siyasi parti adaylarının turizm endüstrisi ile ilgili bilgilerinin çok yetersiz olduğunu, turizmin ekonomik katkısına rağmen bu yetersiz bilgidен dolayı turizmin seçimlerde tartışma konusu yapılmadığını ve siyasi partilerin gündemlerinde turizme çok yer

ayırmadıkları sonucunu ortaya koymuştur. Hall ve Padgett (2001)'in yaptıkları bu araştırmada Yeni Zelanda'da genel seçimlerde adaylar tarafından genel olarak turizmin çok önemli bir seçim konusu olarak dikkate alındığını belirtmişlerdir. Ancak siyasetçiler dikkate aldıkları tüm konular bağlamında turizmin sırası gerilerdedir. Turizmin seçim konularının önemi hakkındaki düşünceleri doğrudan adaylara sorulduğunda ise sadece “biraz/kısmen önemli” şeklinde değerlendirmişlerdir. Siyasetçilerin bu tutumları, diğer siyasi partilerin turizm politikaları konusundaki ilgilerinde de görülmektedir. Adayların turizm politikaları konusundaki bilgi düzeyleri düşüktür. Birçok adayın diğer siyasi partilerin turizm politikaları ile ilgili bilgisi de yoktur. Çoğunluğu kamu politika yapımında deneyimi olan adaylar, turizmin Yeni Zelanda'nın ekonomisine önemli ölçüde katkıda bulunan bir sektör olduğunu ve gelecekte ekonominin temeli olacağını öngörmektedirler. Ancak çoğunun son 12 ay içerisinde turizm endüstrisi ile herhangi bir temasının olmaması dikkat çekici bir bulgudur. Ayrıca büyük gazetelerin seçim dönemindeki kampanyalarda kullanılan ifadeleri incelendiğinde; turizmin ekonomi politikaları, yönetim, yasa sorunları ve vergilendirme gibi konuları aynı siyasi çekicilikte değerlendirilmediği anlaşılmaktadır (akt. Hall, 2005:224).

Yüksel vd. (2009:78) de turizm endüstrisinin “siyasi parti programlarında yeri nedir?” sorusuna cevap aramak üzere yaptıkları çalışmada 2002 ve 2007 genel seçimlerine katılan ve 2009 itibarıyla iktidarda ve muhalefette olan partilerin kitapçık ve programlarını incelemiştir. Araştırma 2002 ve 2007 genel seçimlerinin öncesinde iktidar için mücadele eden siyasi partilerin hemen hiç birinin programında kapsamlı bir turizm politikası mevcut olmadığını belirtmektedir. Bazı partilerin programlarında turizm hiç geçmemekte, turizme yer veren partilerin söylediklerinin de yalnızca bir kaç klişe satırdan ibaret olduğu medyada yer almaktadır ve bu da “temenni” olarak algılanmaktadır.

Esen, Emir ve Uyar (2012)'ın yaptığı çalışmada ise Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan (1923) itibaren 2012'ye kadar kurulan 61 hükümetin programlarındaki turizm sektörüyle ilgili bölümleri ve yasal düzenlemeleri ortaya koyarak hükümetlerin turizm endüstrisine bakışlarını belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmaya göre; turizm konusuna 1923'den itibaren ilk kez 1957 yılında 23. Hükümet olan 5. Adnan Menderes Hükümeti programında yer verilmiştir. Programda, turizmin artan önemine dikkat çekilmiş, ülkenin doğal ve tarihi zenginliklerini ve milli değerlerini içte ve dışta tanıtmak üzere turizmin basın yayın ile birlikte bir çatı altında genel müdürlük olarak yapılandırılması gerektiği ifade edilmiştir. Ardındaki iki yıllık Gürsel Hükümeti dönemindeki (1960-1962) programlarında turizmle ilgili herhangi bir konuya temas edilmemiş ancak 8. İnönü Hükümeti'nden günümüze kadarki hükümet programlarında turizm genel olarak ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır.

Sektör temsilcilerinden, siyasetçilerin turizm sektörüne karşı ilgisiz olduğunu düşünen yazarların görüşlerinde mevcut algılar konusunda ipucu vereceği düşünülmektedir. Örneğin 2007 genel seçimleri öncesinde siyasi partilerin seçim bildirgelerinde turizm sektörüne yönelik vaatlerini yetersiz bulan ve siyasi partileri bu konuda eleştiren sektör temsilcilerinden birisi de Bodrum Profesyonel Otel Yöneticileri Derneği (BOYD) başkanı Serdar Karcıoğlu'dur. Karcıoğlu (2007), "Devletin turizme bakış açısı çok dar, fotoğrafı geniş perspektifle göremiyorlar. Böyle olunca turizm de güdük bir sektör olarak kalıyor" şeklinde turizmin hükümet tarafından algılanış biçimini ortaya koymuştur. "Bildirgelerde turizm yok, olanlarda ise turizme hayat verecek hiç bir vaat yok" eleştirisinde bulunarak, partilerin pek çok konuda temelsiz vaatlerde bulunduğunu ve turizm sektörünün ülke ekonomisinin tek kurtarıcı sektörü olduğunu vurgulamaktadır.

Oysa Kışlalı (1994:259); doğrudan etkileme çabalarının, daha seçim kampanyası sırasında başlayabileceğini, bir baskı grubunun, kendi davasını destekleyeceğini peşin olarak açıktan vaat eden bir adayın seçimine yardımcı olabileceğini vurgulamaktadır. Bir meslek grubunun, kendi üyelerinden bazılarının parlamentoya seçilmelerine destek olması da bu çerçevede değerlendirilmelidir. Buradan turizmde örgütlenme gerekliliği ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Çünkü eleştiri konularından birisi de iktidardaki siyasetçiler arasında turizm sektörü hakkında bilgisi olan ve sektör sorunlarını iyi bilen siyasetçilerin olmayışıdır denebilir. Türkiye'nin en önemli turizm beldelerinden birisi olan Kemer'de hem İş Adamları Derneği Başkanı hem de turizmci olan işadamı Nail Kılıç 2009'da verdiği bir röportajda "Türkiye'nin turizmi milli politika olarak algılaması gerektiğini belirtmektedir. O'na göre; turizm endüstrisi, bakanlığı tarafından bile gerektiği kadar önemsenmemekte ve bu göreve getirilen kişiler endüstriye yabancı olan, ilgisiz alakasız kişiler olabilmektedir. Kılıç'a göre, turizm 40-50 sektörü direk ilgilendiren bir yapıya sahip olarak Türkiye'nin geleceği için çok önemlidir. Kılıç Türkiye'de hala hükümetlerin ve devletin turizme okullarda yerli malı kutlanması gibi angarya bir bakış açısıyla yaklaştığını da iddia etmektedir (Habergünebakış, 2009).

Turizm sektöründen ve turizm yazarlarından hükümetle turizmin birbirlerine uzak olduğunu düşünen çok sayıda kişi hükümeti bu konuda eleştirmektedir. Örneğin online bir turizm gazetesinin yazarı olan Yücel (2013)'e göre: Türkiye'nin toplam yatak kapasitesinin yüzde elli beşine, gelen turistlerin yüzde altmışına ev sahipliği yapan Antalya'da yapılan "Resort Kongresi" ne, dünyanın önde gelen tur operatörleri en üst düzeyde yer alırken Kültür ve Turizm Bakanı ve Türk Hava Yolları Yönetim Kurulu Başkanı'nın gelmemesi bu uzaklığın göstergesi niteliğindedir. Bu tepkiyi dile getiren bir başka yazar olan Demir (2013), turizm sektörünün dünyadaki en önemli isimlerinin

katıldığı bu etkinliğe hükümet düzeyinde katılımın olmamasının herkes tarafından eleştirildiğini vurgulamaktadır.

Yücel (2013)'e göre, yine TÜRSAB'ın 21. Genel Kurulu'na Turizm Bakanı'nın katılmaması ama bu etkinliğin yapıldığı yerin hemen yanı başındaki İnovasyon Sergisi'ne, başta Başbakan olmak üzere iktidar partisinin bütün ileri gelenlerinin katılması bu iki etkinliğin hükümet tarafından algılanış biçimini ortaya koymaktadır. Yazar, siyasetçilerin sektörlere duydukları yakınlık konusunda bir araştırma yapılırsa, turizm sektörünün sıralamada en sonlarda yer alacağını iddia etmektedir. Siyasetçilerle sektör arasındaki uzaklığın nedenlerinin ise; turizmin özgün yapısı ve turizmin doğal olarak uluslararası boyutları ve ülkedeki seyri nedeniyle böyle bir anlayışın olabileceğini ifade etmektedir. Yıllar itibariyle yapılan gözlemlerin ve sektörü çok yakından ilgilendiren bu iki etkinliğe hükümetin bu yaklaşımının ise bu düşünceleri doğrular nitelikte olduğu ileri sürülmektedir.

Özkan (2005) ise, "Hükümet turizm sektörünü sevemedi" başlıklı yazısında Türkiye'nin yükselen değer olmasının önemli bir avantaj olduğunu ama önemli olanın bu başarının sürdürülmesi olduğunu belirtmektedir. Başarıyı sürdürmenin temel koşulunun da turizmcilerin önüne engeller çıkarmamak olduğunu söylemektedir. Örneğin hükümetin aldığı kararlar (içkiden alınan verginin artırılması, konaklama vergisi alma konusu üzerinde çalışılması vb.) sektör işletmecilerini dolayısıyla turizmi olumsuz etkilemektedir. Vergi konusunda uzman olan Hürriyet yazarı Şükrü Kızılot (2005) en basit bir örnekle otelde içilen bir bardak sudan 5 çeşit vergi alındığını belirtmiştir. Bunlar: Katma Değer Vergisi (%18), Atık Su Bedeli, Kaynak Suyu ve İşlenmiş Su Vergisi, Konaklama Vergisi, Eğlence Vergisidir<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> 2008'de yapılan Bakanlar Kurulu kararı ile 3065 sayılı Katma Değer Vergisi (KDV) değişikliği yapılmıştır. Buna göre "otel, motel, pansiyon, tatil köyü, lokanta, pastane, kahvehane, kırathane, kır

Turizm örgütlerinin Ekonomiden sorumlu bakanla ve Ekonomik Koordinasyon Kurulu (EKK) ile 2009 yılında yaptığı toplantıda yer alan başlıkların sektörün hükümetten beklentileriyle ilgili fikir verebileceği düşünülmektedir. Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD) Başkanı Turgut Gür bu toplantıdaki talepleri tanıtım bütçesine destek, çalışanlara iş güvencesi için primler açısından destek, ulaşım sektörü için destek ve ÖTV düzenlemesi konusunda destek şeklinde ifade etmiştir. Otelere gelen yabancı turistlerin her şey dahil sistemden yararlandıklarını fakat ithal içkiler üzerinden alınan ÖTV'nin çok yüksek olması nedeniyle turistlerin kazıklandığını hissettiğini belirterek ÖTV konusunda hükümetten destek talep ettiklerini vurgulamıştır. Hükümete alkollü içkiler için alınan ÖTV'nin yerli içkilerde sıfırlanmasını, ithal olanlar için de örnek dört Avrupa ülkesi seviyesinde tutulmasını istediklerini de ifade etmiştir (Turizmdebusabah, 2009).

Yücel (2013)'e göre; yaşanan coğrafyada yeni siyasal sınırların çizilmesi ve iktidarın "muhafazakar demokrat" kavramıyla çerçevelemeye çalıştığı özel yaşam anlayışının turizmcilerin kısa vadede karşılaştıkları yeni duruma ilişkin önemli ipuçları verdiğini belirtmiştir. İlk bakışta iç ve dış siyasetle ilgisiz gibi algılanan turizm sektörünün, bu farklı "dönüşüm" den etkileneceğini beklediğini belirtmekte ve turizm sektörünün önemli değişikliklere gitmek zorunda kalacağını düşünmektedir. Tüm bu gelişmeler göz önüne alındığında günümüzde siyasetçilerin turizm algılamalarının,

---

kahvesi, çay ocağı, çay bahçesi ve kafeteryalarda sunulan hizmetler ile ilgili uygulanan KDV oranları 1 Ocak 2008'den itibaren %18'den %8'e indirilmiştir. Otel, motel, pansiyon, tatil köyü ve benzeri konaklama tesislerinde, "geceleme hizmeti" %8 KDV'ye tabi olacaktır. Bunun dışında verilen ve ayrıca belgelendirilen hizmetler ise(yemek, içki ve benzeri hizmetler), %18 KDV'ye tabi olacaktır. Örneğin, İstanbul'da bir oteldeki geceleme hizmeti %8 iken, bunun dışında yemek, içki ve benzeri hizmetlere %18 oranında KDV uygulanacaktır. Her şey dahil (All Inclusive) hizmet veren turizm işletmelerinde, "her şey dahil" paket fiyat veriliyorsa, KDV oranı %8 olarak uygulanacaktır. Ancak, her şey dahil hizmet veren otel, motel, pansiyon, tatil köyü ve benzeri konaklama tesislerinde, geceleme bedeli içinde sunulan alkollü içkilere ilişkin KDV, %8 olarak değil %18 olarak uygulanacaktır. Ancak alkolsüz birada bu oran %8 olarak uygulanacaktır" (Gelir İdaresi Başkanlığı, 2008).



endüstri hakkında bilgi ve görüşlerinin bilimsel olarak ortaya koymanın ne kadar önemli olduğu görülmektedir.

### III. BÖLÜM: LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Turizm sektörü ve gelişimi ile ilgili algı, görüş, tutum gibi konularda ulusal ve uluslararası literatürde çok sayıda çalışma yapıldığı görülmektedir. Literatürde ağırlıklı olarak bir bölgede yaşayan halk, turizm işletmeleri ve sivil toplum örgütleri gibi belirli bir kesimin algı, tutum ya da görüşleri üzerine yapılan çalışmalar yanında, “paydaş grubu” adı altında gruplararası karşılaştırmalı çalışmalar da yer almaktadır. Bu araştırmalar irdelendiğinde turizmde çok önemli bir role sahip karar verici ve yasa yapıcıların, yerel ve merkezi düzeyde temsilcileri olan siyasetçilerin algılarının öğrenilmesine yönelik çalışmaların çok sınırlı olduğu görülmektedir.

Algı araştırmalarında belirli bir bölgede halkın, işletmelerin ve çeşitli örgütlerin algı ve görüşlerinin belirlenmesine ağırlık verilmektedir. Ancak turizm politikaları oluşturma, uygulama, turizme etki eden yasalar yapma gibi en önemli kararları alan siyasetçilerin turizmi nasıl algıladıkları ve turizm konusundaki bilgi düzeylerini belirlemeye yönelik çalışmalar çok kısıtlıdır (McGehee ve Meng, 2006; McGehee, Tepananon ve Meng, 2006; Arnold, 2011). Özellikle turizmin sürdürülebilirliğinin başarısında paydaş gruplarının en önemlilerinden birisi olarak görülen hükümet yetkililerinin algılamalarını anlamak çok önemlidir (Quintano, Pagliuca ve Rosciano, 2011:297). Çünkü dünyadaki birçok hükümet; sürdürülebilirliği turizm endüstrilerinin içerisine işlemenin ulusal ve bölgesel düzeyde yollarını aramakta ve bu sürecin de yerel yönetimlerin, yerel turizm sektörünün başarısını derinden etkileyebileceği düşünülmektedir (Ayaz, 2012:105). Hall (1994:4-152), yerel yönetimlerin turizmin gelişiminde önemli bir role sahip olduğunu, ancak bu önemine rağmen, hem merkezi hükümetin hem yerel yönetimlerin turizmin gelişimi ve turizm politikalarındaki rolünün bilimsel araştırmalarda dikkate alınmadığını vurgulamaktadır.

Byrd vd. (2009: 693-694), turizm gelişim süreçlerinde paydaş grupların tutum ve algılarının rolünü anlayabilmek ve karşılaştırmak için çok sayıda çalışma yapıldığını, bu çalışmaların girişimciler ve bölge sakinleriyle, turistler ve bölge sakinleriyle, turistler, girişimciler ve bölge sakinleriyle, girişimciler, hükümet yetkilileri ve bölge sakinleriyle olmak üzere farklı paydaşlar üzerinde yapıldığını belirtmiştir. Turizm alanında yapılan bu çalışmalarda özellikle turizm paydaşlarının turizmin etkileri, turizm planlama ve geliştirme stratejileri konularındaki algıları araştırılmıştır (Kayat, 2008:98).

Türkiye’de yapılan çalışmalar incelendiğinde araştırmalarda daha çok bölge halkının ya da sektör işletmelerinin turizm ve etkileri ile ilgili algı ve tutumlarının öğrenilmesine yönelik çalışmalara ağırlık verildiği görülmektedir. Bölge halkı, turizm sektöründeki işletmeler ya da örgütler gibi paydaşların algılamalarının öğrenilmesi siyasetçilerin algılamalarını yansıtmamaktadır. Çünkü onlar, karar verici mekanizmalar olarak, farklı bir pencereden bakmaktadır. Dolayısıyla toplumun turizm algıları homojen olmayıp, turizm paydaşları arasında turizm ve turizm geliştirme algılamalarında farklılıklar bulunabilmektedir. Bu algılama farklılıkları çatışmaya/ihtilafa neden olabilmektedir. Bu çatışma, farklı bireysel ilgilere ve gelişimin genel maliyetleri ve faydaları konularını algılamalarına dayanmaktadır. Çatışmanın etkili bir şekilde azaltılması için bu kişilerin tutum ve algılarının tespit edilmesi ve anlaşılması gerekmektedir (Byrd vd., 2009:694). Yüksel, Bramwell ve Yüksel (1999:359), paydaş görüş ve çıkarlarının birleştirilmesi ile uzun vadede çatışmaların azaltılabileceğini belirtmektedir. Dolayısıyla paydaşların en önemlilerinden birisi olan hükümetin algılamalarını anlamak gerekmektedir.

Literatür araştırması sonucunda, karar verici konumda bulunan yerel/ulusal düzeydeki yetkililerin, turizm ile ilişkili konulardaki algı, tutum ya da görüşlerini

belirlemeye yönelik ulaşılan çalışmalarda şu konulara odaklanıldığı görülmektedir: Sürdürülebilir turizm gelişimi (Kruja ve Hasaj, 2010; Arnold, 2011), turizm endüstrisine yönelik algı ve bilgi düzeyi (McGehee ve Meng, 2006; McGehee, Meng ve Tepanon, 2006; Arnold, 2011) turizmin etkileri (Byrd vd., 2009), turizmin gelişimi ile doğal çevre ve iklim konuları (Byrd, Cardenas ve Dregalla, 2009; Belle ve Bramwell, 2005) turizm gelişimi ve kentleşme (Çevirgen ve Keskin, 2007), yerel turizm planlaması (Yüksel vd., 1999) destinasyonun talep koşulları (Omerzel, 2011), yerleşik turizm modeli algısı (Huete, Mantecon ve Mazon, 2008) ile yerleşik turizm modelinin sosyal ve kültürel yönleri (Mantecon ve Huete, 2009) üzerine algı, görüş ve tutumlar şeklindedir. Bu çalışmalar turizm konularında algı ve görüşlerinin belirlenmesinde odaklandıkları gruplara göre aşağıda incelenmektedir:

### **III. 1. Paydaş Grubu Olarak Siyasetçilerin/Karar Vericilerin Algı ya da Görüşlerine İlişkin Literatür Taraması**

Turizm ile ilgili konularda araştırma evrenine hükümet yetkilileri/siyasetçiler gibi karar vericilerin dahil edildiği ilk çalışmalardan ikisi Murphy (1983) ve Lankford (1994)'a aittir. Her iki yazar turizmi algılamaları konusunda yaptıkları çalışmalarında paydaşlar olarak; bölge sakinleri, girişimciler ve hükümet yetkililerini ele almışlardır. Murphy (1983) turizmin yararları, sorumlulukları, ziyaretçi çekimi gibi konularda üç paydaş grup arasında farklı algılamalar olduğu sonucuna ulaşmıştır. Lankford (1994) ise bölge sakinleri, girişimciler ve hükümet yetkililerinin yerel yollar, teşvik ve destekler, turizmin çevresel etkileri gibi konulardaki algılamaları arasında farklılık olduğunu tespit etmiştir. Girişimciler ve hükümet yetkililerinin turizmin gelişimi konusundaki algılamaları arasında ise farklılık bulunmamaktadır (aktaran Byrd vd., 2009:694).

Yüksel, Bramwell ve Yüksel (1999), merkezi ve yerel hükümet yetkilileri, yerel oteller ve pansiyonların yöneticileri, destinasyon yakınındaki bölge sakinleri ve diğer turizmle ilgili örgütlerden oluşan Pamukkale'nin dört paydaş grubu üzerinde yerel turizm planlaması hakkındaki görüşlerini belirleyebilmek amacıyla bir çalışma yapmıştır. Pamukkale, 1988'de Dünya Miras Listesi'ne alınmış, 1990 yılında özel çevre koruma bölgesi olmuştur. UNESCO, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Denizli Valiliği tarafından Pamukkale Koruma ve Geliştirme Planı hazırlanmıştır. Çalışmada, burada turizmin sorunları ve neden olduğu değişiklikler ile mevcut planla ilgili öneriler, planın uygulanmasında kaydedilen ilerleme ve planlamada kararlara katılma dereceleri konularında katılımcıların görüşleri yüz yüze ve yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle alınmıştır. 32 kişiyle yapılan görüşmeler, turizmin Pamukkale için önemli çevre sorunlarına yol açtığı konusunda katılımcıların hemfikir olduğunu göstermiştir. Ayrıca bürokratik engeller ve gecikmeler konusunda tüm paydaş gruplarından birkaç katılımcı kaygı duyduklarını belirtmişlerdir. Ancak diğer paydaş gruplarının aksine merkezi ve yerel hükümet yetkilileri Pamukkale'nin turizmi ve bunun sonuçlarından kaynaklanan ana sorunlar hakkındaki açık uçlu soruları yanıtlarken bu bürokratik engellere ve gecikme endişelerine neredeyse hiç değinmedikleri görülmüştür. Ayrıca uygulanmakta olan Koruma ve Kalkınma Planı'nın ne kadar etkili olduğu sorusundailgili kamu sektörü eksikliklerinin bir dizi tespitini yapmışlardır. Çeşitli katılımcılar, kamu sektör örgütlenmesinin zorluklarının Pamukkale'nin problemlerinin en önemli nedeni olduğunu vurgulamaktadır. Algılanan bir diğer zorluk ise önemli kararların uzaktan, Ankara'daki yetkililer tarafından yerele danışılmadan alınmış olmasıdır. Örneğin, bir otel yöneticisi Ankara merkezli karar vericiliği eleştirerek, onların bir kez bile kendi gözleriyle bir şeylere tanık olmaları için gelmediklerini belirtmiştir. Genel algı; ilgili kamu yetkilileri arasında koordinasyonun zayıf olduğu ve

çok fazla kararın merkezi hükümet tarafından dayatıldığı yönündedir. Karar verme çok merkezidir ve yerel hükümet yetkilileri merkezi hükümetin sürekli olarak isteklerini göz ardı etmesi nedeniyle memnuniyetsizliklerini ifade etmektedirler. Yazarlar turizm planlamasında işbirlikçi düşüncenin önemini vurgulamakta ve bazı siyasi kültürlerin karar vermede paydaş katılımı için verimli bir zemin hazırladığını belirtmektedir. Ancak Türkiye’de birçok kararın merkezi hükümet tarafından yönlendirildiğini ve bu nedenle de paydaş görüşme bulgularının Pamukkale’nin turizmi ya da planlanmasını etkileyeceğinin beklenemeyeceğini ifade etmektedir.

Belle ve Bramwell (2005:40), bir tropik ada ülkesi olan Barbados’da iklim değişimlerinin adanın turizm endüstrisi üzerine olası etkileri ve buna yönelik tercih edilen politikalar konusunda hükümette yer alan yasa yapıcıların ve turizm endüstrisindeki yöneticilerin görüşlerini belirlemek üzere bir araştırma yapmışlardır. Özellikle turizm bakanlığı, çevre bakanlığı gibi turizme direk ve dolaylı etki eden kararları alan yasa yapıcılar örnekleme dahil edilmiştir. Veriler 14 yasa yapıcı katılımcıdan yarı yapılandırılmış görüşme ve ardından açık ve kapalı uçlu sorulardan oluşan ölçek ile toplanmıştır. Turizm endüstrisindeki 19 yöneticiye de aynı ölçek uygulanarak görüşleri alınmıştır. Söz konusu ölçek 6 dereceli olup olasılıklar ve önem konusundaki algılarını ölçmeye yöneliktir. Bulgulara göre: her iki grup da küresel iklim değişimlerinin bir gerçeklik olduğunu ve ada turizm endüstrisini etkileyeceğini, bu iklim değişimlerinin etkileri konusunda, benimsenmesi gereken en uygun politikanın halkın bilinçlendirilmesi yönünde olması gerektiğini düşünmektedir. Çalışmada etkilerin şiddetini azaltma, etkilerle ilişkili adaptasyon stratejileri, farklı sektörlerle ortak çalışma, formülasyon politikaları gibi önerilerde bulunulmuştur. Araştırma sonucunda katılımcıların en çok tercih ettikleri görüş ise halkın bu konudaki bilincinin artırılması. Yazarlar iklim değişimlerini göz önüne alarak uygulanacak turizm ve çevre

politikalarında ilgili aktörlerin algılarının ve görüşlerinin belirlenmesinin öneminin altını çizmektedir.

Türkiye’de turizm algılarını belirlemede karar mekanizmalarını ele alan sınırlı çalışmalardan birisi de Çevirgen ve Kesgin (2007: 310-319) tarafından yine yerel düzeyde yapılmıştır. Yazarlar; yerel sakinlerin turizm algılamaları üzerine yapılan çok sayıda çalışma olmasına rağmen yerel otoritelerin turizm algılamaları üzerine yapılan çalışmaların sınırlı olduğunu ifade etmektedir. Araştırmacılar, yerel otoriteler ve STK’ların Alanya’nın turizm gelişimi ve kentleşmesini algılamalarını belirlemeyi amaçlamıştır. Entegre bir yönetim yaklaşımı içinde planlı ve sürdürülebilir turizm gelişiminin ve kentleşmenin önemini vurgulayan yazarlara göre; turizm planlamasında iletişim ve işbirliğine verilen önem doğrultusunda ev sahibi yerel algılamaları destinasyon yönetimi ve turizm gelişiminin devamı için hayati önem taşımaktadır. Çalışma Alanya’da 17 belediye başkanı ve 24 STK başkanının katılımıyla gerçekleştirilmiştir. İlgili literatürde teorik ve deneysel araştırmalar incelenmiş ve bölge sakinlerinin turizm gelişimine yönelik algı ve tutumlarını içeren ölçekler bu çalışmaya uyarlanmıştır. Bulgular yerel yönetimler ve STK yöneticilerinin turizmin etkisi konusundaki algılamaları, turizmin geliştiği alanda yaşam kalitesini artırdığı yönündedir. Katılımcılar turizmin Alanya ekonomisinin önde gelen sektörü olduğunu ancak turizmin yaşam maliyetlerini arttırdığını düşünmektedirler. Katılımcılar yerel halkın turistlere karşı olumlu bir tutum içerisinde olduğu algısına sahiptirler. Turizmin ileriye dönük gelişimi ve yönetimi hakkındaki algılamaları konusundaki bulgular ise her iki grubun daha fazla nitel bir turizm gelişimi yerine nicel bir gelişmenin teşvik edilmesi gerektiğini düşündüklerini göstermektedir. Ayrıca hızlı turizm gelişiminin beraberinde yönetim zorlukları getirdiğini ve entegre bir turizm yönetimi yaklaşımının zorunlu olarak kurulması gerektiği yönünde algılamaları bulunmaktadır. Her iki grup da

güvenlik konusunun ve yerel yönetimler arasında işbirliği düzeyinin yetersiz olduğunu düşünmektedir. Yazarlar yerel otoriteler arasındaki işbirliği düzeyini iyileştirmenin önemini vurgulamaktadırlar.

Byrd vd. (2009: 694-697) 4 paydaş grubunu içeren (turistler, girişimciler, bölge sakinleri, hükümet yetkilileri) çalışmasında, bu grupların turizmin bir bölge üzerindeki etkisini algılamalarında farklılıklar olup olmadığını belirlemeyi hedeflemiştir. North Carolina’da Johnston ve Martin kentlerinde yapılan bu çalışmada; turizm gelişimi konusunda tutum ve algıların belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmaya Johnston kentinden 375, Martin kentinden 144 kişi katılmıştır. Sonuçlar girişimciler ve hükümet yetkilileri ile bölge sakinleri ve hükümet yetkilileri paydaş grupları arasında turizmin toplum üzerindeki etkilerini algılamaları konusunda istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunduğunu göstermektedir. Hükümet yetkilileri turizmin etkileri konusunda her iki kentte de diğer paydaşlara göre en olumlu algıya sahiptir. Bölge sakinlerinin, hükümet yetkililerine göre turizm ürünlerinin uzun dönemli negatif çevre etkileri olduğu, turizmin gelişiminin suç oranlarını ve emlak vergilerini arttırdığı konularındaki algıları daha kuvvetlidir. Hükümet yetkililerinin, bölge sakinlerine ve turizm sektör girişimcilerine göre turizm gelişiminin yaşam kalitesini, toplumun görünümünü ve yerel ekonomiyi geliştirmesi, konularındaki algıları daha güçlüdür. Ayrıca hükümet yetkililerinin yerel sakinlere göre, turizm gelişimi sayesinde onların rekreasyonel olanaklarının artması konusunda da daha güçlü algıları vardır. Yazarlar Martin kentindeki turizm gelişiminin toplum üzerindeki etkilerinin Johnston kentine göre daha olumlu algılanmasını ise bu kentteki turizm gelişiminin daha eskiye dayanmasına bağlamaktadır.

Huete, Mantecon ve Mazon (2008), “yerleşik turizm ya da ikamete dayalı turizm” (residential tourism) olarak adlandırılan turizm gelişim modelinin sosyal



algısını analiz etmek üzere İspanya'nın Akdeniz kıyısında yer alan Costa Blanca destinasyonunda bir çalışma yapmışlardır. İspanya'nın kıyıları, ikinci konuta dayalı turizm modeliyle birçok kent için baskın bir model olmuştur. Araştırmacılar buradaki yerel algılamayı tespit etmenin turizm gelişiminde ve politikaların planlanmasında fayda sağlayacağını düşünmüşlerdir. Turizme direk ya da dolaylı etki ettiği düşünülen ve yerel paydaş olarak görülen yöneticilerin algılamalarının karar süreçlerindeki önemine dikkat çeken araştırmacılar, bu turizm modelinin yöneticiler tarafından algılanışını araştırmıştır. Çalışmada otel yöneticileri, seyahat acentaları, emlakçılar gibi doğrudan turizmle ilişkili yöneticiler, ticaret birlikleri başkanları, banka yöneticileri gibi dolaylı olarak turizmle ilişkili yöneticiler ve kent yönetiminde yer alan turist ofisi çalışanları ile tüm siyasi partilerin meclis üyelerinden oluşan 45 katılımcıyla yüz yüze derinlemesine görüşme yapılmıştır. Verilerin nitel analizi sonucunda üç temel tema oluşturulmuştur. Bunlar ekonomik, jeo-çevresel ve sosyo-kültürel boyutlardır. Katılımcıların tümü, ikincil konutların yapımı ve kullanımıyla desteklenen bu turizmi baskın bir turizm türü ve sosyo-ekonomik gelişmenin bir dinamiği olarak görmektedir. Katılımcıların çoğunluğu yerleşik turizmi ve etkilerini olumlu olarak değerlendirmektedir. Özellikle yerel halk iş imkânları yaratmasından ve gelir sağlamasından dolayı memnundur. Sosyo-kültürel ve yaşam maliyetlerini arttırma gibi olumsuz etkilerini de bu nedenle hoş görmektedir. Siyasi parti üyelerinin çoğunluğu, bankalar ve gayrimenkul komisyoncuları gibi süreçten en çok fayda sağlayanlar, modeli en çok savunan kişiler olmaktadır. Otel yöneticileri ise konaklamanın bu konutlarda yapılması nedeniyle ve gelir elde edemedikleri gerekçesiyle olumsuz etkilendiklerini belirtmektedir.

Byrd, Cardenas ve Dregalla (2009: 43-44) North Carolina'nın dört bölgesinde turizmin üç paydaş grubu (bölge sakinleri, iş sahipleri, yerel hükümet

yetkilileri) üzerinde, turizmin gelişimi ve doğal çevre konusundaki tutum ve algılarını belirleme amacıyla bir araştırma yapmıştır. 14 sorudan ve Likert tipinde 5'li (1:kesinlikle katılmıyorum- 5:Kesinlikle katılıyorum) bir ölçek toplam 562 kişiye uygulanmıştır. Bulgular genel olarak bu grupların olumlu bir tutum içerisinde olduğunu ve grupların tutum ve algıları arasındaki bir konu dışında farklılık olmadığını göstermiştir. Hükümet yetkilileri ile diğer iki grup arasındaki tek farklılık, “turizm gelişiminden çevreye zarar verme noktasında vazgeçilmesi” konusundadır. Diğer gruplar güçlü bir şekilde çevreye zarar söz konusu olduğunda turizm gelişiminden vazgeçilmesi gerektiğini düşünürken, hükümet yetkilileri bu konuda kararsız/nötr kalmıştır.

Siyasi partilerin yerel düzeyde temsilcilerini paydaş adı altında örnekleme dahil eden bir diğer çalışma Mantecon ve Huete (2009: 365-372) tarafından yapılmıştır. Amaçlarının yerel karar vericilerin turizmin sosyal ve kültürel yönleri hakkındaki algılarını daha iyi anlamak olduğunu belirttikleri, karar vericilerin bakış açısıyla “yerleşik turizm” de orijinalliği (özgünlüğü) konu aldıkları bu çalışmalarında İspanya-Province of Alicante’de 37 kişiyle derinlemesine yüz yüze görüşme yapmışlardır. Bu kişiler İspanya'nın başlıca turistik destinasyonlarındaki siyasi partilerin temsilcileri, anahtar ekonomik ajanlar olarak görülen turizm sektöründen temsilciler ve akademisyenler ile meclis üyelerinin oluşturduğu uzmanlardır. Görüşme önceden belirlenmiş yerleşik turizmin kavramsal yapısını oluşturan temalardan oluşan sorular şeklinde yapılandırılmıştır. Bunlar: konut turizm sisteminin yapısı: turist, ekonomi, çevre, sosyal etkileşim, turizm modeli ve sosyal değişimdir. Elde edilen bulgulara göre; karar alıcıların yüksek harcama gücüne sahip turistleri çekmede rehberlik rollerinin sürmesi gerekliliğidir. Bölgeye gelecek yüksek hacimde turistleri ağırlamada altyapı ve hizmet yetersizliği ve turizmin çevreye olumsuz etkisi konusunda endişeler bulunması

ise bir başka bulgudur. Görüşmelerin çoğunluğundan elde edilen en dikkat çekici bulgu ise; turizmde sosyo-mekansal ve özgünlüğün psiko-sosyal boyutlarını bir kenara itmiş oldukları ya da çoğu tarafından hiç söz edilmemiş olması olarak görülmektedir. Oysa özellikle günümüzde önemli bir kavram olan otantiklik, doğal ve kültürel çevrenin korunmasında sağlayan önemli bir cazibe unsurudur.

Kruja ve Hasaj (2010: 6-9) Arnavutluk'un Shkodra (İşkodra) kentinde turistler, bölge sakinleri, turizm sektöründeki girişimciler ve turizm/çevre konusunda uzman yerel hükümet yetkililerinden oluşan dört paydaş grubunun sürdürülebilir turizm gelişim ve ilkelerine yönelik tutum ve algılarını belirlemek ve bunları karşılaştırmak amacıyla bir araştırma yapmışlardır. Katılımcıların sürdürülebilir turizm konusundaki algı ve tutumları, 12 maddeden oluşan sürdürülebilir turizm ilkesinin yer aldığı ve Likert tipinde 3'lü olarak derecelendirilmiş (1:çok önemli- 2:biraz önemli- 3:hiç önemli değil) ölçek kullanarak belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın bulguları turizme karşı yerel sakinlerin iş yaratma, gelir sağlama vb. nedenlerle olumlu bir tutum sergilediklerini göstermiştir. Sürdürülebilir turizm gelişimi ve ilkelerinin algılanışı konusunda gruplar arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Önemli bir bulgu olarak; yerel hükümet yetkilileri ile turistler, sürdürülebilir turizm ilkelerine diğer gruplardan daha fazla ve yüksek bir seviyede önem vermektedirler. Bu oranlar yerel hükümet yetkililerinin %70'i, turistlerin %62'si, yerel sakinlerin %40'ı ve girişimcilerin %45'i şeklindedir.

Omerzel (2011: 8-14), bireysel paydaş algıları temelinde destinasyonun turizm talep koşullarını (farkındalık, algı, tercih) etkileyen farklı faktörlerin önemini ölçmeyi amaçlamaktadır. Küreselleşmeyle birlikte turizm sektöründe patlama yaşanmakta ve bu birçok yeni zorluklar sunmakta ve uluslararası turizm koşulları önemli ölçüde değişmektedir. Slovenya'da turizm endüstri paydaşları olarak hükümet

yetkilileri, acenta yöneticileri, konaklama işletmeleri yöneticileri, turizm akademisyenleri, turizm alanındaki lisansüstü öğrenciler ve yerel turizm örgüt çalışanlarının turizm talebini etkileyen bu koşullar konusundaki anlayışları araştırmıştır. 118 kişi üzerinde yapılan araştırmanın bağımlı değişkeni turizm talep koşullarıdır. Bağımsız değişkenler ise; doğal ve kültürel kaynaklar, destek faktörleri (hizmet kalitesi, konukseverlik vb.), yaratılan kaynaklar (altyapı, etkinlikler vb.), yönetim (turizm stratejileri geliştirme, pazarlama, teşvik, çevre koruma yasaları vb.), durumsal koşullardır (ekonomik ve siyasi koşullar, teknolojik gelişme, hükümet teşvikleri vb.). Korelasyon ve Regresyon modeliyle elde edilen bulgular; doğal kültürel kaynakların zayıf ve olumlu olduğunu ancak turizm talebine olan etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığını ortaya koymaktadır. Yaratılan kaynaklar talep koşullarına etki etmemektedir ancak istatistiksel olarak anlamlı değildir. Destek faktörleri negatif etki etmekte fakat bu etki zayıf ve istatistiksel olarak anlamlı değildir. Destinasyonun yönetimi ise güçlü ve turizm talebine istatistiksel olarak anlamlı bir etkide bulunmaktadır. Ekonomik ve siyasi koşulların, hükümet teşviklerinin içinde yer aldığı durumsal koşullar ise talep koşullarına negatif ve istatistiksel olarak anlamlı etkide bulunmaktadır. Bu durum destinasyon yönetimini ve turizm talep koşullarını temsil eden faktörler arasında güçlü bir bağ olduğunu göstermektedir.

### **III. 2. Yasa Yapıcıların/Siyasetçilerin Algı ya da Görüşlerine İlişkin**

#### **Literatür Taraması**

Literatürde özellikle yasa yapıcıların/siyasetçilerin turizm algı ya da görüşlerini belirlemeye yönelik araştırmalar oldukça kısıtlıdır. Bu araştırmalardan ilki McGehee ve Meng (2006: 371-375) tarafından siyasetçilerin turizm endüstrisi hakkındaki algılarını belirleyebilmek amacıyla yapılmıştır. Araştırmacılar turizm endüstrisinin imajı ve bilgi düzeyi ile lobi faaliyetleri konularına odaklanmışlardır.

White (2001), yasa yapıcılarla ilgili çalışmasında; lobi faaliyetlerinin seçim tabanlı, klasik-direk, elektronik ve amaçsız konuşma/sohbet olmak üzere dört tür olan lobi faaliyetleri içerisinde en etkili olanının seçim tabanlı teknikler olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu bağlamda McGehee ve Meng, çalışmalarında algılamalarla birlikte turizm endüstrisine katkı sağlayacak lobi faaliyeti tekniklerinin en etkililerinin neler olduğunu da belirlemeyi hedeflemişlerdir. Bu amaçlarla Virginia ve North Carolina eyaletlerinin parlamentolarında yer alan 83 kişiden (milletvekili ve senatör) veriler; 5 bölümden ve 8 açık uçlu ve kapalı uçlu sorudan oluşan ölçek kullanılarak toplanmıştır. Genel olarak milletvekillerinin ve senatörlerin turizmin ekonomi ve istihdam açısından önemi, turizmde ücretler ve verilen yasal destekler, Virginia ve North Carolina eyaletlerinin turizminin güçlü ve zayıf yönleri, profesyonel imajı, genel endüstri hakkındaki algıları incelenmiştir. Araştırmada elde edilen bulgulara göre; genel olarak Virginia ve North Carolina yasa yapıcılarının turizm algılamaları arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Ancak üç soruda anlamlı farklılık bulunmuştur. Bunlar; turizmin ekonomiye dolar olarak katkısı, turizme yasal öncelik ve genel turizm endüstrisi algısı konularıdır. Sonuçlar, yasa yapıcıların North Carolina'da yarısının, Virginia'da ise %63'ünün son yayınlanan turizm raporundaki gelir katkısını yanlış bildiklerini göstermektedir. Nitel bulgulara göre her iki eyaletin yasa yapıcılarının endüstride organizasyon eksikliği, koordinasyonsuzluk ve yetersiz işbirliğini vurguladıkları, birçoğunun turizmin daha birleşik bir yapı ve yaklaşımla temsil edilmesini önerdikleri görülmüştür. Özellikle tarihi, doğal ve kültürel mirasın korunması için daha etkili koordinasyon gerektiği görüşü ise çalışmanın bir başka bulgusudur. Çalışma bulguları White (2001)'in lobicilik faaliyetleri konusundaki görüşlerini destekler niteliktedir. Bulgulardan bir tanesi, yasa yapıcılar tarafından algılanan en etkili lobicilik faaliyetlerinin seçim tabanlı teknikler (koalisyonlar vb.) olduğudur. Yine araştırmada

yüksek bir oranda bu eyaletlerin turizminin güçlü yönlerinin, yüksek kaliteye sahip kaynaklar ve ürün çeşitliliği olarak algılandığı, zayıflık algılamalarının ise örgütsüzlük ve yetersiz koordinasyon olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca; yasa yapıcıların turizm endüstrisinin istatistiksel verileri hakkında bilgi sahibi olmadıkları, ancak istihdam sayısı, ekonomik etkileri ve bölgelerindeki turizmin ilişkili olduğu diğer endüstrilerle ilişkisi konularına ilgi duydukları anlaşılmaktadır. Bir diğer çarpıcı algı ise turizm profesyonellerinin gerçeği yansıtmayacak şekilde turizmin ekonomik getirisinin abartılı aktarıldığı şeklindedir.

Yasa yapıcıların turizm endüstrisi algılamalarını belirlemeye yönelik bir başka çalışma McGehee, Meng ve Tepanon (2006) tarafından yapılmıştır. Araştırmacılar, 1990 yılında McGehee (1991)'nin North Carolina yasa yapıcı konumda bulunan siyasetçilerin turizm endüstri algılamalarını ve endüstri ile ilgili bilgi düzeylerini ve fikirlerini belirlemek üzere yaptığı araştırmanın bulgularıyla, aynı amaçla 2003'de yapılan araştırmanın (McGehee ve Meng, 2006) bulgularını kıyaslayarak, geçen sürede ve yeni koşullar altında bir değişim olup olmadığını belirlemeyi hedeflemişlerdir. Araştırmada 5 bölümden ve kapalı ve açık uçlu sorulardan karma bir ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek ile bölgelerindeki temel turizm istatistikleri hakkındaki bilgileri, turizm endüstrisinin etkisi ve değeri, endüstrinin güçlü ve zayıf yönleri hakkındaki algıları belirlenmeye çalışılmıştır. 1990 yılındaki araştırmaya 34 siyasetçi, 2003'de 78 siyasetçi katılmıştır. Bulgular; bu iki araştırmadaki siyasetçilerin bağlı oldukları siyasi parti oranları, cinsiyet ve çalışma yılı özellikleri bakımından benzer olduklarını ve karşılaştırılan yıllardaki siyasetçi algılarının genelde aynı eğilimde olduğunu göstermektedir. 2003'de önceki yıllara göre turizmin ekonomik öneminin daha olumlu algılandığını göstermektedir. Ancak turizm endüstrisine yönelik bilgi, imaj ve tutumun hala geliştirilmesi gerekmektedir. Endüstrinin gelişmesi ve başarısında

destek amacıyla sürekli çaba gösterme konularındaki algıları daha güçlüdür. Araştırmacılar 2003 yılındaki siyasetçilerin algılamalarındaki bu duyarlılık artışını turizm raporları konusunda daha sık ve düzenli bilgilendirilmelerine bağlamışlardır. Olumsuz algılama konusunda her iki dönemin siyasetçileri de endüstride daha fazla organize olmaya ihtiyaç olduğunu ifade etmişlerdir. Yine tüm siyasetçiler North Carolina'nın turizm endüstrisinin diğer endüstrilere kıyasla zayıf bir profesyonel imaja sahip olduğunu vurgulamışlardır. 1990 yılından 2003'e değişen siyasetçi algısı en çok ücretler konusunda olmuştur. Geçmiş dönemde yasa yapıcıların %15'i turizmde ücretlerin düşük ve ortalamanın altında olduğu düşüncesini ifade ederken, 2003 dönemi yasa yapıcılarının %35'i ücretleri bu şekilde algılamaktadır. Diğer bir farklılık da yasal destek önceliğinde görülmüş, 1990 dönemi siyasetçilerinin daha yüksek bir oranı turizme yasal destek konusunda düşük öncelik verildiğini düşünürken, 2003 siyasetçilerinde bu oran düşmüştür.

Türkiye'de siyasi otoritenin turizm endüstrisine yaklaşımını bilimsel açıdan ortaya koymaya yönelik önemli çalışmalardan birisi Yüksel, Çulha, Epik ve Efendi (2009: 7-20) tarafından yapılmıştır. Turizm politikasının belirlenmesinde önemli bir siyasi otorite olarak görülen 2001-2009 yılları arasında görev yapmış olan beş Kültür ve Turizm Bakanı'nın basında yer alan söylemleri analiz edilmiştir. Yazarlara göre; bakanların turizm odaklı açıklamalarının incelenmesi bakanların ve temsil ettikleri siyasi partinin turizme yönelik önceliklerini ve bu önceliklere atfedilen önem seviyelerini ortaya koyabilecektir. Bir nitel araştırma tekniği olan söylem analizi ile bakanların demeçlerine internet arama motorlarına anahtar kelimeler (turizm bakanı, Kültür ve Turizm Bakanı ve bakanların isimleri) yazılmak suretiyle demeçlerine ulaşılmıştır. Tarama, ayıklama, tasnif, kodlama, gruplama ve grup içi karşılaştırma aşamaları sonucu elde edilen bulgular şunlardır: Bakanların ekonomi odaklı bir turizm

politikasını benimsedikleri, daha çok planlama, yatırım (alt ve üst yapı), tanıtım ve pazarlama, turizm çeşitlendirilmesi, vergiyasal düzenlemeler, turizm gelirleri ve turist sayılarına ağırlık verdikleri anlaşılmaktadır. Bakanlar Turizm gelirleri ve turist sayısını oldukça önemsemekte ancak son yıllara doğru bunun bahsedilme sıklığı göreceli olarak azalmakta, ürün çeşitlendirmesi ve eko turizm bölgeleri konuları önem kazanmaya başlamaktadır. Bakanlar söylemlerinde istihdam, hizmet kalitesi, eğitim, araştırma geliştirme ve iç turizm konularına diğerlerine göre daha az sıklıkta değinmişlerdir. Türkiye’de en çok dile getirilen konulardan birisi olan turizm politikası ve önceliklerinin hükümetlerin değişmesiyle değişimi bulgularda ortaya konmakta, hatta aynı hükümet döneminde göreve gelen bakanlar arasında bile bu değişim görülmektedir. Ayrıca bakanlar, örgütlenmenin önemine değinmekte, ancak yerel yönetimin önemini göz ardı etmektedir. Oysa örgütlenme, yerel ve ulusal düzeyde kurumların koordinasyon ve uyumu turizm sektörünün başarısı için çok önemlidir. Yazarlar; turizm sektöründe yer alan işletmelerin örgütlenmesinin ve diğer paydaşlarla birlikte kararlarda yer almalarının önemine dikkat çekmektedir. Bakanların daha çok vaatkar bir demeç tarzı benimsediklerini vurgulayan yazarlar, duygusal iletilerle topluma ulaştıklarının da altını çizmektedir.

Yüksel vd. (2009:78) turizm endüstrisinin “siyasi parti programlarında yeri nedir” sorusuna cevap aramak üzere Türkiye’de bir araştırma yapmışlardır. Çalışmalarında 2002 ve 2007 genel seçimlerine katılan, 2009 itibariyle iktidarda ve muhalefette olan partilerin kitapçıklarını ve programlarını incelemişlerdir. Yazarlar, 2002 genel seçimlerinin öncesinde iktidar için mücadele eden siyasi partilerin hemen hiç birinin programında kapsamlı bir turizm politikası mevcut olmadığını belirtmektedir. Bazı partilerin programlarında turizm hiç geçmemekte, turizme yer veren partilerin söylediklerinin de yalnızca bir kaç klişe satırdan ibaret olduğu medyada



yer almaktadır. Adalet ve Kalkınma Partisi'nin programında turizm konusu, ekonomi için ayrılan bir bölümün içinde çok az bir yeri kapsamakta ve klişe ifadelerin rakip partilerinkinden farklı olmadığı görülmektedir. Bu da “temenni” olarak algılanmaktadır. 2007 genel seçimlerinde de benzer bir durum söz konusudur. Örneğin Cumhuriyet Halk Partisi 2002'de turizmi “kentleşme” başlığı altında küçük bir konu olarak ele almakta, 2007'de ise “turizm ve çevre” yi aynı başlık altında biraz daha detaylı ancak diğer partilerle benzer tasarı ve öneriler sunmaktadır.

Arnold (2011) ise, North Carolina yasa yapıcıların turizm endüstrisi ve turizmin sürdürülebilirliği hakkındaki algılarını ve bilgi seviyelerini öğrenebilmek için McGehee vd. (2006)'nin ölçeğini sürdürülebilir turizme uyarlayarak North Carolina parlamento üyelerine uygulamıştır. Ölçek turizme yönelik bilgi düzeyi, ekonomik önem, destek, yatırımlar, endüstri imajı ve demografikler olmak üzere 6 bölümden ve açık ve kapalı uçlu toplam 34 sorudan oluşmaktadır. Araştırma bulgularına göre en çarpıcı sonuç yasa yapıcıların turizm endüstrisi hakkında genel bir bilgi eksikliği bulunmasıdır. Şaşırtıcı bir şekilde North Carolina turizm istatistikleri konusundaki sorulara yasa yapıcılar doğru cevap vermemişlerdir. Ancak bu bilgi seviyesi endüstriye verdikleri desteği etkilememiştir. Genel olarak turizm hakkında olumlu imajları ve nispeten yüksek destekleri bulunmaktadır. Sürdürülebilir turizmin eyalete yarar sağlama konusundaki algıları siyasi görüşlere göre farklılaşmaktadır. Demokratlar sürdürülebilir turizm anlayışının etkilerinin ekonomik, çevresel ve sosyal bakımdan katkısına önem verirken, cumhuriyetçiler sosyal etkilere önem vermemektedirler. Önemli bir bulgu da yasa yapıcıların bilgilerindeki sürdürülebilir turizm tanımı konusundadır. Sürdürülebilir turizm konusunda yüksek destek taahhüt edilirken, bunun tanımında olması gereken anahtar terimler mevcut olmamaktadır. Uzmanlık konusu olan bu terimin gerçekte ne anlama geldiğini uygulayıcılar ve akademisyenler yardımıyla yasa yapıcılar

öğrenmelidir. Aksi takdirde gerçek anlamını bilmeden bu konuda destek vermek mümkün olamamaktadır. Bu sonuçların endüstri ve yasa yapıcılar arasında gelecekte iletişim için fikir vereceği ifade edilmektedir.

Ayaz (2012) doktora tezinde, kırsal bölgelerde turizm gelişimi ve yönetiminde önemli bir paydaş olan ve siyasi partilerin önemli temsilcilerinden olan belediye başkanları üzerinde çalışmıştır. Belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının, kırsal turizm alt boyutları üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamıştır. Araştırmada Türkiye’de turizm gelişiminde öncelikli gelişim bölgesi olarak gösterilen 28 il içerisinde yer alan 460 belediye başkanının tutumlarını belirlemek için 3 bölümden oluşan ve Likert tipinde 5’li ölçek (1:hiç katılmıyorum- 5:Tamamen katılıyorum) uygulanmıştır. Belediye başkanlarının temsil ettikleri parti; İktidar Partisi, Ana Muhalefet Partisi, Muhalefet Partisi, Bağımsız ve diğer şeklinde sorulmuştur. Çalışma bulguları, belediye başkanlarının yörelerinin kırsal turizm gelişiminde orta düzeyde etkili olduğunu göstermektedir. “Belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları kırsal turizmi olumlu yönde etkiler”, “bilişsel tutumları, kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturmayı, organizasyonel yapı geliştirmeyi, ürün pazarlamayı olumlu yönde etkiler, duygusal tutumları toplumsal farkındalık oluşturmayı, organizasyonel yapı geliştirmeyi, ürün geliştirmeyi, ürün pazarlamayı olumlu yönde etkiler araştırma hipotezleri doğrulanmış, “Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları kırsal turizmde ürün geliştirmeyi olumlu yönde etkiler” araştırma hipotezi ise kabul edilmemiştir. Araştırmada başkanların görüşlerinden yola çıkılarak, kırsal belediye başkanlarının turizm konusunda güçlenmesinde etkili olabilecek 6 boyutu kapsayan bir model oluşturulmuştur. Bunlar: paydaş kurumlar (Kültür ve Turizm Bakanlığı, il turizm müdürlükleri, üniversiteler, valilikler, kaymakamlıklar, Türkiye Belediyeler Birliği, Kalkınma Bakanlığı ve Çevre ve Şehircilik Bakanlığı), güçlendirme araçları (seminer,

konferans, panel, görsel-işitsel yayınlar, projeler, teşvikler), belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları (bilişsel, duygusal), sosyal sorumluk, turizme katılım araçları (YG-21, Eko-Belediyecilik) ve kırsal turizmin alt boyutlarıdır (toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme ve ürün pazarlama). Yerel örgütlenme, yerel katılım ve özel sektör ile devlet işbirliğinin özellikle kırsal turizmin sürdürülebilirliği açısından önemi vurgulanan çalışmada kırsal bölgelerde turizm gelişiminde süreç hızlandırıcı bir lider olarak belediye başkanlarından yararlanılabileceğinin altı çizilmektedir. Bununla birlikte kırsal turizm geliştirme sürecinde etkili sonuçlar elde edebilmek için orta düzeyde yeterliliğe sahip bulunan belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının güçlendirilmesi gerektiği ifade edilmektedir.

Siyasetçilerin turizm endüstrisi ve turizmle ilgili konulardaki algılamalarına ve bilgi düzeylerine yönelik literatür genel olarak değerlendirildiğinde; bunları belirlemeye yönelik çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Paydaş grubu olarak çalışmalarda karar vericileri/siyasetçileri/hükümet temsilcilerini evrene dahil ederek bu grupların algılamalarını belirlemek üzere yapılan çalışmalarda genel olarak paydaş grupların turizm algılamaları arasında farklılıklar olduğu dikkat çekmektedir. Özellikle siyasetçilere odaklanan ve algılarını ortaya koymayı hedefleyen 6 çalışmaya ulaşılmıştır. Bu araştırmaların çoğunun ABD'nin North Carolina eyaletinde yapıldığı dikkat çekmektedir. Çalışmalardan elde edilen bulguların en dikkat çeken; özellikle karar süreçlerinde önemli rol oynayan siyasetçilerin turizm konusunda yetersiz bilgiye sahip olmaları, turizmle ilgili temel istatistikî verileri eksik bilmeleri ya da hiç bilmemeleridir. Sürdürülebilir turizm örneğinde olduğu gibi turizmle ilgili kavramlar konusunda da bilgi eksiklikleri mevcuttur. Oysa “Karar ve Karar Verme Süreci” bölümünde ve “Kararı Etkileyen Faktörler” bölümünde de açıklandığı üzere karar

verme süreci durum ile ilgili bilgi sahibi olma ve algılama ile başlamaktadır. Dolayısıyla doğru ve yeterli bilgi karar verme süreçlerinde ve algılama konusunda çok önemli bir faktördür. Ulusal literatürde ise siyasetçilere ya da hükümet temsilcilerine odaklanan üç önemli çalışmaya ulaşılmıştır. Bu sınırlı sayıdaki çalışmaların birisi belediye başkanlarının kırsal turizm hakkındaki görüşlerini ele almaktadır. Diğer ikisi ise; kültür bakanlarının söylemlerine dayanan bir analiz ile siyasi partilerin seçim çalışmaları olmak üzere ikincil verilerden “tarama” türünde araştırmalardır.

## IV. BÖLÜM: TÜRKİYE’DE SİYASETÇİLERİN TURİZM ALGILAMALARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

### IV. 1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Türkiye’de yasa yapmaya yetkili tek organ olan TBMM’nin 550 milletvekilinin tümü ile yerel siyasette yer alan ve karar alma süreçleri ile merkez teşkilatı etkileme sürecinde etkin bir rol oynayabileceği düşünülen ya da oynaması beklenen TBMM’de grubu bulunan siyasi partilerin tüm il başkanları ve tüm illerin belediye başkanları oluşturmaktadır. Tez dönemi itibariyle çalışma evreni 2011 milletvekili seçimlerinden oluşan 24. dönem milletvekillerinden oluşmaktadır ve araştırma döneminde Ahmet Davutoğlu Başkanlığındaki Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) tarafından 29 Ağustos 2014’de tarihinde kurulan 62. Türkiye Hükümeti görevdedir. Muhalefette ise Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) ve Halkların Demokratik Partisi (HDP) bulunmaktadır.<sup>3</sup> Tezde, evrende yer alan bu siyasi partilerin kısaltması, baş harfleri alınarak yapılmıştır.

Çalışma evreni Tablo 1’de yer almaktadır. TBMM 550 milletvekilinden oluşmaktadır ve bunların siyasi partilere göre dağılımı tabloda verilmiş olup, 12 sandalye boş durumdadır. Türkiye’de 81 il bulunmakta olup, TBMM’nde grubu bulunan siyasi partilerin il başkanlıkları aynı tabloda verilmektedir. İl başkanlıklarının mevcut durum bilgisi siyasi partilerin merkez teşkilatlarından elde edilmiştir. Buna göre bağımsız siyasetçilerle birlikte 935 siyasetçiyle anket uygulamasının gerçekleştirilmesi planlanmıştır.

---

<sup>3</sup>2008’de kurulan **Barış ve Demokrasi Partisi** (BDP) milletvekilleri Haziran 2014’te aldığı kararla 15 Ekim 2012 tarihinde kurulan Halkların Demokratik Partisi’ne katılmıştır

**Tablo 1:** Çalışma Evreni Tablosu

<b>Siyasi Partiler</b>	<b>Milletvekili Sayısı</b>	<b>İl Belediye Başkanı Sayısı</b>	<b>İl Başkanı Sayısı</b>
Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP)	313	48	81
Cumhuriyet Halk Partisi (CHP)	130	14	81
Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)	52	8	80
Halkların Demokratik Partisi/ Barış ve Demokrasi Partisi (HDP/BDP)	29	10	62
Bağımsız	13	1	-
<b>TOPLAM SİYASETÇİ SAYISI</b>	<b>550</b>	<b>81</b>	<b>304</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>935 siyasetçi</b>		

**Kaynak:** 551. Vekil, 2013

Veriler, Milletvekillerinden Cumhurbaşkanlığı seçimi nedeniyle meclisin açıldığı 1 Ekim 2014 tarihinden, diğer siyasetçilerden ise Temmuz 2014 tarihinden itibaren toplanmaya başlamıştır. Başta milletvekilleri ve belediye başkanları olmak üzere ulaşmanın zor olacağı düşüncesiyle verilerin toplanmasında Mersin Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Birimi'nden proje desteği alınarak hizmet alımı yoluna gidilmiştir. Verilerin toplanmasında şirket, yüz yüze anket uygulamasını hedeflemiş ise de katılımcı sayısını arttırmak için, internet ortamında e-posta yoluyla parti merkezlerine ve milletvekillerine ulaşma yollarını da denemiştir. Ayrıca her milletvekiline ve belediye başkanına posta yoluyla da anketler gönderilmiştir. Şirketin tüm uğraşlarına karşın ulaşılabilen özellikle milletvekili ve belediye başkanı çok sınırlı sayıda kalmıştır. Bu durumu aşabilmek için araştırmacı olası tüm bağlantılarını harekete geçirmeye çalışarak şirketin çabasına katkı vermeye çalışmıştır. Bu çabalar sonucunda araştırmacı anketleri ulaşabildiği tüm vekillere yüz yüze doldurabilmek için Ocak 2015

ve Nisan 2015 tarihlerinde olmak üzere 4 kez Ankara'ya gitmiştir. Toplamda 10 günü Ankara'da geçirerek ve mümkün olduğunca çok milletvekiline ulaşma çabaları sonucu şirket ve araştırmacı ancak 160 milletvekili ile anket yapabilmişlerdir. Belediye başkanları konusunda da araştırmacının kişisel çabaları da şirketin çabaları gibi çok iyi sonuç vermemiş ve anket yapılabilen belediye başkan sayısı 33'de kalmıştır.

#### **IV. 2. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama Tekniği**

Literatür taramasından anlaşıldığı üzere siyasetçilerin algılamalarına ve bilgi düzeylerine yönelik sınırlı çalışmalarda elde edilen bulgularda en dikkat çekici tespit; özellikle karar süreçlerinde önemli rol oynayan siyasetçilerin turizm konusunda yetersiz ya da yanlış bilgilere sahip olduklarıdır. Oysa siyasetçilerin turizm endüstrisi ve endüstriyi yakından ilgilendiren kararlarda, sürecin durum hakkında bilgi ve durumun algılanmasıyla başladığı göz önüne alındığında öncelikle bu durumun ortaya konmasına yönelik sorulara cevap aranmak istenmiştir. Bu amaçla oluşturulan anketle, TBMM'nde grubu bulunan siyasi partilerin 24. dönem milletvekilleri ve il belediye başkanlarından veriler toplanmıştır.

Tez ile ilgili verilerin toplanmasında, veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. McGehee (1991)'nin turizm endüstrisi konusundaki algı ve bilgi düzeylerini belirlemeye yönelik, kapalı ve açık uçlu sorulardan oluşan anketi çalışmanın amacına uygun olarak uyarlanmıştır. Ayrıca aynı ölçeği uyarlayarak kullanan Arnold (2011)'un araştırmasından da faydalanılmıştır. Literatürden de yararlanarak Türkiye özelinde cevabı aranan ve belirlenme ihtiyacı bulunan araştırma sorularını içeren bir anket geliştirilmiştir.

McGehee (1991)'nin soru formu beş bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm yasa yapıcıların turizm ile ilgili temel istatistiksel veriler olarak turizmin ekonomik değeri, istihdam sayısı, ulusal sıralama vb. hakkındaki bilgi düzeylerini belirlemeye

yönelik açık ve kapalı uçlu sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölüm turizmin ekonomik ve istihdam açısından önemi ve ücretler hakkındaki algılarını tespit etmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Üçüncü bölümde ise turizmin güçlü ve zayıf yönleriyle ilgili görüşlerini, turizmin imajı ile ilgili algıları ile turizmde ne tür programlara destek olduklarını öğrenmeye yönelik sorular sorulmuştur. Beşinci bölümde ise turizme yasal destek konusundaki algıları ve önerileri ile etkili lobi teknikleri ile ilgili siyasetçilerin görüşlerini belirleyebilecek sorulara yer verilmiştir (akt. McGehee vd., 2006:688).

Doktora tezinde genel olarak McGehee vd., (1991)'nin ölçeğinden yararlanılmış olmakla beraber, söz konusu araştırmanın ABD'nin North Carolina eyaleti özelinde yapılmış olması nedeniyle Türkiye'ye uygun olmayan ve elde edilmesi mümkün olmayan istatistiki verilere ihtiyaç duyulan sorular anketten çıkarılmış, ayrıca Tezin örnekleminin tüm ülkeyi kapsamaması nedeniyle bazı kıyaslama soruları ülkeler arası şeklinde uyarlanmıştır.

Tezde geliştirilen anketin birinci bölümü demografik sorulardan oluşmaktadır. Bu sorular katılımcıların cinsiyetlerini, hangi siyasi parti üyesi ve hangi ilin siyasi temsilcisi olduklarını ve görevleri ile görev sürelerini belirlemeye yönelik sorulardır. İkinci bölümde tezin amacına uygun olarak Türk turizm sektörü özelinde siyasetçilerin gözüyle dünya turizm endüstrisinde gelen yabancı turist ve turizm gelir sıralamasında ülkenin yeri, ülkeye ekonomik gelir ve istihdam katkısına ek olarak ihracat içindeki payı konusundaki bilgilerini belirlemeye yönelik sorular sorulmuştur. Üçüncü bölüm, siyasetçilerin turizm endüstrisinin ülke ekonomisine ve istihdamına yönelik verdikleri önem ile vergi ve ücret koşulları hakkındaki görüş ve algılarını belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Ayrıca aynı bölümde siyasetçilerin diğer siyasi partilerin turizmin önemi hakkındaki algılarını belirlemeye yönelik bir soru da bulunmaktadır.



Literatür ve kavramsal çerçevede ele alınan ve siyasi sistem içerisinde siyasal kararlara önemli etkisi olduğu açıklanan ve TBMM’nde sorunların gündem dışı bile olsa gündeme getirilmesini sağlayan baskı grupları da göz önüne alınarak turizm örgütleri hakkında da araştırma soruları oluşturularak ankete eklenmiştir. Bu sorular dördüncü bölümü oluşturmakta ve siyasetçilerin, turizm sektör örgütlerinin meclis çalışmalarına ne denli katkı sağladıkları ile ilgili algılamalarını ve görüşlerini belirlemeye yönelik konuları kapsamaktadır. Bir diğer bölüm ise siyasetçilerin temsilcileri oldukları illerden gelen turizme yönelik talepler hakkındadır. Anketin bu bölümüne, bu taleplerin neler olduğu ile ilgili açık uçlu bir soru, bu taleplerin sıklığı ile ilgili de kapalı uçlu bir soru eklenmiştir. Ayrıca illerinin turizme yönelik çalışmalarına destek verip vermedikleriyle ilgili kapalı uçlu bir soru ve desteğin ne olduğunu belirlemeye yönelik açık uçlu bir soru sorulmuştur. Yine temsilcisi oldukları illerle ilgili olarak, diğer illere kıyasla illerinin turizm imajını nasıl algıladıklarına dair bir soru eklenmiştir.

Altıncı bölüm, siyasetçilerin turizm endüstrisini ve onun etkilerini nasıl algıladıklarını tespit etmeye yönelik olarak hazırlanan bir bölümdür. Bu bölümde siyasetçilerin turizm endüstrisini, diğer alanları göz önüne alarak, kaynak dağıtımında hangi sırada gördükleri, tanıtım bütçesinin yeterliliği, endüstrinin günümüzdeki imajını ve günümüzde endüstriyi nasıl ifade ettikleri, gelecekte dünya sıralamasında nerede gördükleri, turizm sektöründe farklı alanlardaki (konaklama, ulaşım, rehberlik vb.) hizmet kalitesi hakkındaki algı ve görüşlerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Siyasetçilerin temsilcisi oldukları il bazında turist kendilerine ne anlam ifade ettiği Emekli (1998)’nin anketinden yararlanılarak sorulmuştur. Türkiye’de yapılan çalışmalarda ikincil verilerden yani siyasi partilerin seçim bildirgelerinden, programlarından, söylemlerinden, hükümet programlarından ve yasalardan turizm ile

ilgili algı, görüş ve tutumlarının belirlenmeye çalışıldığı anlaşılmıştır. Oysa siyasetçilerin algı ve görüşlerinin birincil veriler olarak elde edilmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Buradan hareketle; turizm sektörü ve onun etkileri ile ilgili algılarını belirlemeye yönelik 20 soruluk bir ölçek oluşturularak, soru formunun bu bölümüne eklenmiştir. Bu sorular turizmin istihdam, yatırım, çevre, alt ve üst yapı gibi ekonomik, sosyo-kültürel etkileri ile ilgili konular üzerinedir. Ölçeği oluşturmada Yoon, Gürsoy ve Chen (2001), Long (2006) ve Bilim ve Özer (2013)'in çalışmalarından yararlanılmıştır. Ölçek Likert tipinde 5'li (1:kesinlikle katılmıyorum- 5:Kesinlikle katılıyorum) bir ölçektir. Son olarak siyasetçilere açık uçlu bir soruyla siyasetçilerin turizm sektörüne desteğinin ve ilgisinin nasıl arttırılabileceği ile ilgili önerileri ve görüşleri sorulmuştur.

Ankete genel olarak kontrol soruları yerleştirilmiş ve geçerlilik güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Açık uçlu sorular içerik analizine tabi tutulmuş, içerik analizine tabi tutulamayacak şekilde olanlar derlenip, raporlanmıştır. Anket, 20 siyasi parti il başkanı üzerinde ön teste tabi tutulmuştur. Ön test sonucunda soruların anlaşılabilirliği açısından herhangi bir sorun ile karşılaşılmamıştır.

#### **IV. 3. Araştırma Soruları**

Bu bölümde yöntem bölümünde açıklandığı üzere, tezde cevap aranan araştırma soruları yer almaktadır:

**Araştırma Sorusu 1:** Siyasetçilerin Türkiye'nin dünya turizm geliri sıralamasındaki yeri hakkında bilgisi var mıdır?

**Araştırma Sorusu 2:** Siyasetçilerin Türkiye'nin dünya uluslararası turist sıralamasındaki yeri hakkında bilgisi var mıdır?

**Araştırma Sorusu 3:** Siyasetçilerin turizmin ülke ekonomisine katkısının parasal değeri konusunda bilgisi var mıdır?

**Araştırma Sorusu 4:** Siyasetçilerin turizm endüstrisinde genel olarak istihdam edilen kişi sayısının ülke ekonomisindeki yeri hakkında bilgisi var mıdır?

**Araştırma Sorusu 5:** Siyasetçilerin turizmin ihracat içindeki payı konusundaki bilgi düzeyleri nedir?

**Araştırma Sorusu 6:** Siyasetçiler son bir yıl içerisinde Türkiye turizm endüstrisi ile ilgili kaç adet rapor hakkında bilgi sahibi olmuşlardır?

**Araştırma Sorusu 7:** Siyasetçiler turizmi ülke ekonomisinde yarattığı gelir bakımından ne derece önemli görmektedir?

**Araştırma Sorusu 8:** Siyasetçiler turizmi ülke ekonomisinde yarattığı istihdam açısından ne derece önemli görmektedir?

**Araştırma Sorusu 9:** Siyasetçilerin mensubu oldukları siyasi parti ile turizmin istihdam açısından önemi sorusuna verdikleri cevapları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

**Araştırma Sorusu 10:** Siyasetçilerin görevleri ile turizmin istihdam açısından önemi sorusuna verdikleri cevapları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

**Araştırma Sorusu 11:** Siyasetçilerin, mecliste grubu bulunan diğer partilerin turizme verdiği önem konusundaki algıları nedir?

**Araştırma Sorusu 12:** Siyasetçiler turizm sektöründeki ücretleri nasıl değerlendirmektedir?

**Araştırma Sorusu 13:** Siyasetçilerin üyesi oldukları siyasi parti ile ücret düzeyi sorusuna verdikleri cevaplar arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

**Araştırma Sorusu 14:** Siyasetçilerin görevleri ile ücret düzeyi sorusuna verdikleri cevapları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

**Araştırma Sorusu 15:** Siyasetçilerin, Türk turizm sektöründeki vergi oranları konusundaki düşüncesi nedir?

**Araştırma Sorusu 16:** Siyasetçilerin görevleri ile vergi oranı sorusuna verdikleri cevapları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

**Araştırma Sorusu 17:** Siyasetçilerin Türkiye'nin tanıtımıyla ilgili olarak ayrılan bütçe miktarının yeterliliği konusundaki düşünceleri nedir?

**Araştırma Sorusu 18:** Siyasetçiler kamu kaynaklarının dağıtımında hangi alanlara öncelik vermektedir?

**Araştırma Sorusu 19:** Siyasetçilerin kamu kaynaklarının dağıtımında turizme verdiği öncelik nedir?

**Araştırma Sorusu 20:** Siyasetçilerin 2023 yılına gelindiğinde Türk ekonomisine en çok gelir sağlayacak endüstrilerin neler olacağı hakkındaki görüşleri nedir?

**Araştırma Sorusu 21:** Siyasetçilerin 2023 yılına gelindiğinde dünya yabancı turist sayısı sıralamasında Türkiye'nin sırası hakkındaki görüşü nedir?

**Araştırma Sorusu 22:** Siyasetçilerin 2023 yılına gelindiğinde dünya turizm geliri sıralamasında Türkiye'nin sırası hakkındaki görüşü nedir?

**Araştırma Sorusu 23:** Siyasetçilerin turizm sektörünün meclisteki turizm çalışmalarına ne derece destek/katkı sağladığına dair düşüncesi nedir?

**Araştırma Sorusu 24:** Siyasetçilerin siyasi partileri ile meclisteki turizm çalışmalarına turizm sektörünün ne derece destek/katkı sağladığı görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki var mıdır?

**Araştırma Sorusu 25:** Siyasetçiler turizm örgütlerini meclisteki turizm çalışmalarına en çok katkı sunma bakımından nasıl değerlendirmektedir?

**Araştırma Sorusu 26:** Siyasetçilerin gelecek yasama dönemi içerisinde meclis çalışmalarında turizmin ne derece yer tutacağı hakkındaki görüşleri nedir?

**Araştırma Sorusu 27:** Siyasetçilerin gelecek yasama dönemi içerisinde meclis çalışmalarında yer alma durumu konusundaki görüşleri ile partileri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

**Araştırma Sorusu 28:** Siyasetçilere temsilcisi oldukları illerinden turizme yönelik gelen talep sıklığı nedir?

**Araştırma Sorusu 29:** Turizmin geliştiği iller ile bunların dışında kalan illerin siyasetçilerine gelen talep sıklığı farklılık göstermekte midir?

**Araştırma Sorusu 30:** Siyasetçilere temsilcisi oldukları illerinden turizme yönelik gelen talepler nelerdir?

**Araştırma Sorusu 31:** Siyasetçilerin temsilcisi oldukları illerinin turizm endüstrisinin gelişimine yardımcı olmak için destek oldukları çalışma var mıdır? Varsa nelerdir?

**Araştırma Sorusu 32:** Siyasetçilerin mensubu oldukları partiler ile destek verme durumları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

**Araştırma Sorusu 33:** Temsilcisi oldukları illere gelen turistler siyasetçiler için ne anlam ifade etmektedir?

**Araştırma Sorusu 34:** Siyasetçiler Türkiye'nin turizm imajını diğer ülkelere kıyasla nasıl algılamaktadır?

**Araştırma Sorusu 35:** Siyasetçiler temsilcisi oldukları illerinin turizm imajını diğer illere kıyasla nasıl görmektedir?

**Araştırma Sorusu 36:** Siyasetçilerin temsilcisi oldukları illerinin turizm imajıyla ilgili algıları ile illerinin yabancı turistleri en çok allan iller olup olmaması arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

**Araştırma Sorusu 37:** Siyasetçilerin, turizm ve turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri konusundaki algıları nedir?

**Araştırma Sorusu 38:** Siyasetçilerin, turizmi ve turizmin etkilerini algılamaları ile siyasi partileri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

**Araştırma Sorusu 39:** Siyasetçilerin Türk turizm endüstrisinin mevcut durumuna ilişkin görüşleri nedir?

**Araştırma Sorusu 40:** Siyasetçilerin turizm sektöründeki konaklama, ulaşım, yeme içme, rehberlik, doğal kaynaklar, kültürel, tarihi ve arkeolojik değerler hizmet kaliteleri hakkındaki algıları nedir?

**Araştırma Sorusu 41:** Siyasetçilerin turizm sektöründeki konaklama, ulaşım, yeme içme, rehberlik, doğal kaynaklar, kültürel, tarihi ve arkeolojik değerler hizmet kaliteleri hakkındaki algıları ile partileri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

**Araştırma Sorusu 42:** Türk turizm sektörüne siyasetçilerin desteği ve ilgisinin nasıl artırılabilceği konusundaki düşünceleri nelerdir?

#### **IV. 4. Araştırmanın Varsayımları**

Bu doktora tezinin dayandırıldığı temel varsayım şudur: Anketlerin uygulanmasında çekinceleri ortadan kaldırma amacıyla siyasetçilerin isimlerinin kesinlikle kullanılmayacağı belirtilerek, katılımcı siyasetçilerin sorulara şahsen, içtenlikle ve samimi bir şekilde cevap verdikleri varsayılmıştır.

#### **IV. 5. Araştırmanın Sınırlamaları**

- Ulusal ve uluslararası literatürde siyasetçilerin turizm algılamalarını ve bilgi düzeylerini belirlemeye yönelik yapılan çalışmaların sınırlı sayıda olması en önemli sınırlılıktır.

- Çalışmanın doktora tezi olması nedeniyle uygulanan anketin belirli bir zaman aralığıyla sınırlı olması sonuçlarının da belirli bir zaman aralığı için geçerli olması kısıtını beraberinde getirmektedir.

- Tüm siyasi partilerin il başkanlarının evrene dahil edilememesi çalışmanın bir başka kısıtıdır.
- Siyasi partilerin ilçe ve belde teşkilatı başkanları zaman, maliyet vb. kısıtlar nedeniyle evrene dahil edilememiştir.
- Siyasetçilerin sorulara yaratmak istedikleri algı doğrultusunda cevap vermiş olabileceği tezin önemli bir kısıtıdır.
- Siyasetçilerin çalışma koşulları, yoğunluğu, 2015 yerel seçimleri nedeniyle mevcut adaylık ve seçim süreçleri vb. gibi nedenlerle anketi yanıtlamaya isteksiz davranmaları ya da zaman ayıramamaları veri toplama sürecinde yaşanan en önemli sınırlamalardan biridir. Veri toplama sürecinde siyasetçilerin tümüne ulaşmak hedeflenmiş ise de; Meclis tatilleri, Cumhurbaşkanlığı ve milletvekili seçimleri nedeniyle veri toplamada aksamalar yaşanmış, 160'ı milletvekili, 33'ü belediye başkanı, 288'i il başkanı olmak üzere 481 siyasetçiye ulaşılabilmektedir.

#### **IV. 6. Anketin Uygulanması**

Tezin uygulama sürecinde araştırmacının yaşadığı en önemli zorluk özellikle milletvekilleri ve belediye başkanları olmak üzere tüm siyasetçilere ulaşma ve ulaşılabildiklerinde ise ankete katılımı sağlama sıkıntısı olmuştur. Milletvekillerine öncelikle illerinde ulaşılmaya çalışılmıştır. Ancak Cumhurbaşkanlığı seçimi, Haziran 2015 milletvekili seçim ve adaylık süreçleri çalışma ve hazırlıkları nedeniyle bu yöntemde yeterince başarı sağlanamamıştır. Bu nedenle anket, milletvekillerine daha kolay ulaşılabileceği düşünüldüğünden TBMM'de vekillerle yüz yüze uygulanmıştır. Genel olarak izlenen yol tanıdıklar aracılığıyla randevu alma şeklinde gerçekleşmiştir. İlk görüşmelerden sonra tek tek meclisteki odalarına gidilerek, danışmanları ve sekreterleri tez hakkında bilgilendirilmiştir. Randevu alınabilen milletvekilleriyle anket yüz yüze uygulanmış, ayrıca genel kurul toplantıları sırasında kulislerde anketler

vekillerin kendilerine verilerek toplantı aralarında toplama yoluna da gidilmiştir. Ancak aynı nedenlerin yanı sıra bütçe görüşmeleri, meclis tatilleri ve veri toplama dönemindeki tartışmalı “İç Güvenlik Yasa Tasarısı” görüşmeleri nedenleriyle istenilen sayıda milletvekiline ulaşma ve yoğun gündem ve programları arasında ankete katılımlarını sağlamada zorluklar yaşanmıştır. Ayrıca anket bazında, anketin sayfa ve soru sayısının fazla bulunması, bilgi sorularının cevabının bilinmemesi ya da yanlış bilinmesi vb. özel nedenlerle de milletvekilleri katılım konusunda isteksiz davranmışlardır. Bu nedenle 160 milletvekiline anket uygulanabilmiştir. Milletvekili adaylık süreçleri ve partilerinin bu yöndeki çalışmaları ve yoğunlukları nedeniyle siyasi partilerin il başkanları genelinde ise 288 kullanılabilir anket elde edilmiştir. 33 Belediye başkanının katılımıyla toplamda 481 siyasetçi ankete katılım sağlamıştır.

#### **IV. 7. Veri Analizinde Kullanılan Teknikler**

Tezde anket yoluyla elde edilen veriler, bilgisayar ortamında tasnif edilmiştir. Verilerin analizinde aritmetik ortalama, medyan, mod ve standart sapma gibi tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra, Güvenilirlik Analizi, Kayıp Veri Analizi, Ki-Kare, Normal Dağılım Testi, Kruskal Wallis istatistik tekniklerinden yararlanılmıştır. Ayrıca açık uçlu sorular nitel olarak içerik analiziyle test edilmiştir.

#### **IV. 8. Veri Toplama Aracındaki Ölçeklerin Geçerliliği**

Bir ölçme aracının ilk amacı, neyi ölçmesi amaçlıyorsa sadece onu ölçmesi (ölçme geçerliliği); asıl amacı ise katılımcı bireyler hakkında karar verilmesine (karar geçerliliği) yardımcı olmasıdır (Erkuş, 2009:133). Geliştirilen ölçme aracı, istenilen özelliği doğru ölçebiliyorsa bu aracın geçerli olduğu söylenebilmektedir (Alpar, 2012:410).

Ölçek maddesinin ölçülmesi amaçlanan özelliği kapsamı kapsam geçerliliği olarak adlandırılmaktadır. Kapsam geçerliliğini, maddelerin ilgili yapıyı



yordaması demek olan yapı geçerliliğini ve geçerliliği etkileyen anlaşılabilirlik, hedef kitleye uygunluk vb. etkenleri sağlamak için bazı ön çalışmalara ihtiyaç vardır (Yurdagül, 2005: 1-2). Bu nedenle tezde kullanılan anketin genel kapsam ve yeterliliğiyle ilgili akademik uzman görüşleri alınmış ve Haziran 2014’de 20 siyasetçi üzerinde gerçekleştirilen bir ön test ile kontrol edilmiştir. Ön test sonucu anlaşılmayan soruların olmadığı ve kapsam geçerliğinin sağlandığı sonucuna varılmıştır.

Ayrıca, 20 önermeden oluşan turizmin ve etkilerinin algı ölçeğinde 5., 9., 10., 11., 14., 15., 16., 18. ve 20. ölçek maddeleri olumsuz yargı içermektedir. Veriler test edilirken anketlerde bu olumsuz önermelere dikkat edilmeden özensiz doldurulan anket olup olmadığı incelenmiş, inceleme sonucunda herhangi bir soruna rastlanılmamış ve 481 adet kullanılabilir anket değerlendirmeye alınmıştır. Ankette genel olarak bazı soruların siyasetçilerce cevapsız bırakılmasının da önemli bir bulgu olduğu düşünülerek bu cevaplar da değerlendirilmiştir.

#### **IV. 9. Veri Toplama Aracındaki Turizmin Etki Algılaması Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi**

“Güvenirlik, bir ölçüm sürecinde, ölçüm işleminin tekrarlanabilirliği ya da tekrarlardaki tutarlılıktır. Güvenirlik, zamana göre değişmezlik ölçüsüdür” (Alpar, 2010:411). Bir ölçeğin geçerli olması için aynı zamanda güvenilir olması gerekmektedir (Nakip, 2006:145). Güvenirlik analizinde yaygın olarak kullanılan modellerden birisi Alfa ( $\alpha$ ) Modeli’dir (Cronbach Alfa Katsayısı). Bu model ölçekte yer alan soruların homojen bir yapı gösteren bir bütünü ifade edip etmediğini araştırmaktadır. 0 ile 1 arasında bir değer alabilen Alfa ( $\alpha$ ) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki gibi yorumlanmaktadır (Kalaycı, 2009:405):

$0,00 \leq \text{Cronbach } \alpha < 0,40$  ise ölçek güvenilir değildir.

$0,40 \leq \text{Cronbach } \alpha < 0,60$  ise ölçek düşük güvenilirliktedir.

$0,60 \leq \text{Cronbach } \alpha < 0,80$  ise ölçek oldukça güvenilirdir.

$0,80 \leq \text{Cronbach } \alpha < 1,00$  ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Araştırmada kullanılan Turizmin Etki Algılaması Ölçeği Cronbach Alfa katsayısı modeli kullanılarak bilgisayar ortamında hesaplanmıştır. 20 maddenin tamamına yapılan güvenirlik analizi sonucu elde edilen sonuçlar Tablo 2’de gösterilmektedir. Modelin uygunluğu için Hotelling T<sup>2</sup> testi uygulanmış ve anlamlılık değeri 0,05’den küçük çıkmıştır ( $p \leq 0,000$ ). Bu sonuç maddelerin birbiriyle ilişkili ve anlamlı olduğunu ifade etmektedir (Kalaycı, 2009:413). Genel güvenirlik katsayısı Cronbach Alfa ( $\alpha$ ) = 0,610 olarak hesaplanmıştır. Bu da Turizmin Etki Algılaması Ölçeği’nin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2009:405). Tabloda Madde Silinirse Elde Edilecek Cronbach Alfa Değeri kısmında Cronbach Alfa ( $\alpha$  = 0,610) değerinden biraz yüksek katsayılar bulunsa da bu sorular çıkarıldığında genel güvenirlik katsayısı Alfa değerine çok yakın olduğu, “ $0,60 \leq \text{Cronbach } \alpha < 0,80$ ” “oldukça güvenilir” aralığını değiştirmemesi nedeniyle ve olması gereken önemde bir soru olduğu düşünüldüğü için ölçekte yer alması gerektiğinden (Kalaycı, 2009:413) ölçekten herhangi bir madde çıkartılmamıştır.

**Tablo 2:** Turizmin Etki Algılaması Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

<b>Turizmin Etki Algılaması Ölçek Maddeleri</b>	<b>Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonları</b>	<b>Madde Silinirse Elde Edilecek Cronbach Alfa Değeri</b>
Turizm, iş alanları yaratmaktadır	0,398	0,579
Turizm, yatırımları arttırmaktadır.	0,313	0,589
Turizm alt ve üst yapıyı olumlu etkilemektedir.	0,352	0,582
Turizm, yerel halkın ve küçük işletmelerin gelir düzeyine katkı sağlamaktadır.	0,246	0,594
Turizm, genel ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır.	0,132	0,607
Turizm, ülke genelinde bölgesel farklılıkları ekonomik açıdan azaltmaktadır.	0,216	0,596
Turizm, yerel halkın yaşam kalitesini iyileştirmektedir.	0,291	0,589
Turizm, tarihi kaynakların/eserlerin korunmasına katkıda bulunmaktadır.	0,127	0,608
Turizm, doğal çevreyi olumsuz yönde etkilemektedir.	0,078	0,616
Turizm, trafiği olumsuz yönde etkilemektedir.	0,053	0,619
Turizm, tarihi kaynakları/eserleri olumsuz yönde etkilemektedir.	0,061	0,619
Turizm, doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunmaktadır.	0,159	0,604
Turizm, yaban hayatının korunmasına katkıda bulunmaktadır.	0,217	0,596
Yurtdışından gelen turistler bölge halkını olumsuz yönde etkilemektedir.	0,222	0,596
Turizm, alkol tüketimini arttırmaktadır.	0,291	0,584
Turizm, fuhuşu arttırmaktadır.	0,425	0,562
Turizm, yerel halkın kendi kültürünü daha iyi tanımasını sağlamaktadır.	0,130	0,609
Turizm, gelenek ve göreneklere zarar vermektedir.	0,280	0,587
Turizm, farklı kültürlerin tanınmasını ve anlaşılmasını sağlamaktadır.	0,004	0,624
Turizm, suç oranını arttırmaktadır.	0,329	0,580
<b>Ölçeğin Tamamı için Cronbach Alfa 0,610 Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonları Değer Aralığı 0,004-0,425</b>		

## V. BÖLÜM: BULGULAR VE YORUMLAR

### V. 1. Siyasetçilerin Demografik Özelliklerine Göre Frekans Dağılımları

Ankete 481 (%100) siyasetçi katılmıştır. Tablo 3 siyasetçilerin demografik özelliklerine göre oluşturulmuştur.

**Tablo 3:** Siyasetçilerin Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Özellikler	Frekans	Yüzde %	Özellikler	Frekans	Yüzde %
<b>Cinsiyet</b>			<b>Siyasi Parti</b>		
Erkek	453	94,2	AKP	179	37,2
Kadın	28	5,8	CHP	132	27,4
Toplam	481	100	MHP	87	18,1
<b>Görev</b>			BDP/HDP	81	16,8
Milletvekili	160	33,3	Bağımsız	2	0,4
İl Başkanı	288	6,9	Toplam	481	100
Belediye Başkanı	33	59,9	<b>Görev süresi</b>		
Toplam	481	100	0-5 yıl	367	76,3
<b>Temsil Edilen İl*</b>			6-10 yıl	80	16,6
Turizm İli	89	18,5	11-15 yıl	26	5,4
Turizm İli Olmayan	392	81,5	15 yıldan fazla	8	1,7
Toplam	481	100	Toplam	481	100

\*Temsil edilen il sayısının 81 olması nedeniyle, Türkiye'ye en çok turist alan 81 il ve diğerleri temelinde gruplandırılmıştır.

Tablo 3'e göre; anketi cevaplayan 481 siyasetçinin 160'ı milletvekili, 33'ü il belediye başkanı, 288'i il başkanıdır. Bu siyasetçilerin siyasi partilerine göre dağılımı: 179 AKP (%37,2), 132 CHP (%27,4), 87 MHP (%18,1), 81 BDP/HDP (%16,8), 2 Bağımsız (%0,4) siyasetçi şeklindedir.

Ankete 453 erkek, 28 kadın siyasetçi katılmıştır. Bu siyasetçilerin 145 erkek (%90,6) ve 15 kadın (%9,4) olmak üzere 160'ı milletvekilidir. Bu milletvekillerinin ait oldukları siyasi partilere göre dağılımı 91 kişi AKP (%56,8), 45 kişi CHP (%28), 15 kişi

MHP (%9,4), 7 kişi BDP/HDP (%4,3) ve 2 kişi bağımsız (%2,5) şeklindedir. Kadın milletvekillerinin 7'si AKP, 7'si CHP ve 1'i de MHP'lidir. Milletvekillerinin siyasi partilerine ve cinsiyetlerine göre dağılımları Tablo 4'de verilmektedir. Tablolarda da görüldüğü gibi katılımcı siyasetçilerin siyasi partilerine göre oranı meclisteki sayı oranlarıyla doğru orantılıdır. Meclisteki erkek hâkimiyeti ise sıkça dile getirilen bir Türkiye gerçeği şeklinde, bu hâkimiyetin yalnızca mecliste değil neredeyse siyasetin her alanında olduğu bu tezde de net bir şekilde görülebilmektedir.

Belediye başkanlarının 13'ü (%39,4) AKP'li, 6'sı (%18,2) CHP'li 3'ü (%9,1) MHP'li ve 11'i (%33,3) HDP'li olup; 19'u (%57,6) 0-5 yıldır, 10'u (%30,3) 6-10 yıldır, 1'i (%3) 11-15 yıldır, 3'ü (%9,1) 15 yıldan fazla süredir görev yapmaktadır. Belediye başkanlarının 28'i erkek 5'i kadındır. Kadın sayısının 4'ü HDP üyesidir. Bu durum HDP tarafından uygulanan eş başkanlık sisteminden kaynaklanmış olabilir.

**Tablo 4:** Siyasetçilerin Parti, Cinsiyet, Görev ve Görev Süresi Dağılımları

Siyasi Parti	Görev						Görev Süresi				Toplam
	Milletvekili		İl başkanı		Belediye Başkanı		0-5 yıl	6-10 yıl	11-15 yıl	15+ yıl	
	Cinsiyet										
	E	K	E	K	E	K					
<b>AKP</b>	84	7	75	-	13	-	122	34	19	4	179
<b>CHP</b>	38	7	79	2	5	1	100	26	3	3	132
<b>MHP</b>	14	1	69	-	3	-	67	16	3	1	87
<b>HDP</b>	7	-	57	6	7	4	77	4	-	-	81
<b>Bağımsız</b>	2	-	-	-	-	-	1	-	1	-	2
<b>Toplam</b>	160		288		33		367	80	26	8	481
	481										

İl başkanlarının 75'i AKP, 81'i CHP, 69'u MHP ve 63'ü HDP üyesi siyasetçilerdir. Milletvekillerindeki erkek ağırlığı aynı şekilde il başkanlarında da

görülmektedir. Ankete katılan il başkanlarının 280'ini erkekler 8'ini kadınlar oluşturmaktadır. Öyle ki AKP ve MHP il başkanlarının tamamını erkekler oluşturmaktadır. CHP'li il başkanlarının cinsiyetlerine göre dağılımı da benzer şekilde 79 (%97,5) erkek ve 2 (%2,5) kadın siyasetçiden oluşmaktadır. HDP'li il başkanlarındaki kadın oranının nispeten biraz daha fazla olarak 57'si (%90,5) erkek ve 6'sı (%9,5) kadın şeklinde olduğu görülmektedir.

Siyasetçilerin geneli göz önüne alındığında 367 kişi (%76,3) 0-5 yıl, 80 kişi (%16,6) 6-10 yıl görevde, 26 kişi (%5,4) 11-15 yıl görevde, 8 kişi (%1,7) 15 yıldan fazla görevde bulunmaktadır. Katılımcı milletvekillerinin görev sürelerine göre dağılımı ise; 0-5 yıl olan 101 kişi (%63,1), 6-10 yıl olan 35 kişi (%21,9), 11-15 yıl olan 21 kişi (%13,1) ve 15 yıldan fazla olan 3 kişi (%1,9) şeklindedir. Buna göre milletvekillerinin büyük bir oranının (%63), görev süresi itibariyle ilk dönemlerinde oldukları söylenebilmektedir.

Ankete katılan AKP'li il başkanlarından 68 kişi (%90,7) 0-5 yıldır görevinde, 7 kişi (%9,3) 6-10 yıldır görevinde olduğu cevabını vermişlerdir. CHP'li il başkanlarından; 62'si (%76,5) 0-5 yıldır görevinde, 17'si (%21) 6-10 yıldır görevinde, 1'er kişi ise (%1,2) 11-15 yıldır ve 15 yıldan fazla süredir görev yapmaktadır. MHP'li il başkanları; 57'si (%82,6) 0-5 yıldır, 8'i (%11,6) 6-10 yıldır, 3'ü (%4,4) 11-15 yıldır, 1 kişi (%1,4) ise 15 yıldan fazla süredir bu görevinde bulunmaktadır. HDP'li il başkanlarının 60'ı (%95,2) 0-5, 3'ü ise (%4,8) 6-10 yıldır görevinde olduğunu belirtmişlerdir. HDP'nin son yıllarda kurulmuş bir parti olmasına rağmen BDP ile birlikte değerlendirildiği göz önünde bulundurulmalıdır. Genel olarak araştırmaya katılan siyasetçilerin büyük bir çoğunluğunun 0-5 yıldır görevinde olduğu anlaşılmaktadır.

Genel olarak siyasetçilerden en az bir kişi olmak üzere 81 ilin her birinden ankete katılım sağlanmıştır.<sup>4</sup> Tezde iller temel olarak; en çok yabancı turist alan ve almayan iller olarak iki sınıfa ayrılarak ele alınmaktadır. 2013 itibariyle Türkiye’de en çok turist alan iller işletme belgeli ve belediye belgeli tesislerin geceleme sayılarına göre tablolştırılmıştır. Buna göre Türkiye’de en çok yabancı turist çeken 8 il Antalya, İstanbul, Muğla, Aydın, İzmir, Denizli, Nevşehir ve Ankara’dır. Araştırmaya katılan 481 siyasetçinin 89’u Tablo 5’de yer alan turizm illerinin 392’si ise turizm ili olmayan diğer illerin temsilcileridir.

**Tablo 5:** Türkiye’de En Çok Turist Alan İller (2013)

Sırası	İl	İşletme Belgeli Tesis Geliş Sayısı	Belediye Belgeli Tesis Geliş Sayısı	Toplam
1	Antalya	10.827.654	1.383.804	12.211.458
2	İstanbul	4.475.838	1.492.376	5.968.214
3	Muğla	1.661.453	731.430	2.392.883
4	Aydın	721.342	328.161	1.049.503
5	İzmir	596.875	185.348	782.223
6	Denizli	496.231	241.336	737.567
7	Nevşehir	501.507	227.581	729.088
8	Ankara	416.053	36.098	452.151

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014.

## V. 2. Siyasetçilerin Turizm Sektör Bilgilerine Yönelik Bulgular

Tezde cevap aranan araştırma sorularından beş tanesi, siyasetçilerin Türk turizminin temel istatistik verileri hakkında bilgi sahibi olup, olmadıklarını belirlemeye yönelik sorulardır. Aşağıda bu sorular temelinde elde edilen bulgular verilmektedir.

Bilgi sorularının ilki; siyasetçilerin Türkiye’nin dünya turizm geliri sıralamasındaki yeri hakkında bilgisi olup, olmadığı yönündedir. Türkiye’nin dünya turizm geliri sıralamasındaki yeri 2013 yılı itibariyle 12’dir ve siyasetçilere ilgili soru,

<sup>4</sup>Katılımcı siyasetçilerin temsilcisi olduğu illerin listesi Ek 4’de verilmektedir.

ilk 5 arasında, ilk 6-10 arasında, ilk 11-15 arasında, ilk 16-20 arasında, ilk 21-25 arasında ve bilmiyorum seçenekleriyle sorularak, yaklaşık bilgileri tespit edilmek istenmiştir.

Size dünya turizm geliri sıralamasında Türkiye hangi grupta yer almaktadır? sorusuna ankete katılan 33 kişi (%6,9) ilk 5 arasında, 173 kişi (%36) ilk 6-10 arasında, 137 kişi (%28,5) ilk 11-15 arasında, 46 kişi (%4,3) ilk 16-20 arasında, 58 kişi (%12,1) ilk 21-25 arasında cevabını verirken 34 kişi (%7,1) bilmiyorum cevabını vermiştir. Siyasetçiler genel olarak ele alındığında 481 siyasetçi arasından 137 siyasetçinin dünya turizm geliri sıralamasında Türkiye'nin hangi grupta yer aldığını bildiği, 34 siyasetçinin ise bu konuda bilgi sahibi olmadığı ve 310 siyasetçinin ise bu konuda yanlış bilgiye sahip olduğu söylenilebilmektedir.

160 katılımcı milletvekilinden 10'u (%6,3) ilk 5 arasında, 79'u (%49,4) ilk 6-10 arasında, 48'i (%30) ilk 11-15 arasında, 11'i (%6,9) ilk 16-20 arasında, 7'si (%4,4) ilk 21-25 arasında ve 5'i ise (%3,1) bilmiyorum cevabını vermişlerdir. Dolayısıyla milletvekillerinden elde edilen bulgular, katılımcı milletvekillerinin %30'unun Türkiye'nin dünya turizm geliri sıralamasındaki yerini doğru bilirken, %55,7 oranında milletvekilinin Türkiye'nin, dünya turizm geliri sıralamasındaki yerinin daha yukarılarda olduğunu düşündükleri görülmektedir. Milletvekillerinin %11,3'ü ise Türkiye'nin, bu sıralamadaki yerinin daha aşağılarda olduğunu düşünmektedir. Dolayısıyla katılımcı milletvekillerinin %3,1'inin bilmediğini belirtmesi yanında %66,9'unun bu konuda yanlış bilgiye sahip oldukları söylenebilmektedir.

Aynı soruya 33 belediye başkanından 4'ü (%12,1) ilk 5, 10'u (%30,3) ilk 6-10, 14'ü (%42,4) ilk 11-15, 3'ü (%9,1) ilk 16-20 ve 2'si (%6,1) ilk 21-25 arasında yanıtlarını vermişlerdir. Belediye başkanlarından elde edilen bulgulara dayanarak %42,4



oranında başkanın doğru bilgiye sahip olduğu, %57,6'sının ise yanlış bilgiye sahip olduğu söylenebilmektedir.

Katılımcı il başkanları ise partileri itibariyle verilecek olursa; AKP'li il başkanlarının 9'u (%12) ilk 5, 42'si (%56) ilk 6-10, 19'u (%25,3) ilk 11-15, 3'ü (%4) 16-20 ve 2'si (%2,7) ilk 21-25 arasında yanıtlarını vermişlerdir. CHP'li il başkanlarının 2'si (%2,5) ilk 5, 15'i (%18,5) ilk 6-10, 19'u (%23,5) ilk 11-15, 9'u (%11,1) ilk 16-20 ve 23'ü (%28,4) ilk 21-25 arasında olduğunu düşünürken, 13'ü (%16) ise bilmiyorum cevabını vermiştir. İl başkanlarından MHP'den olanların 3'ünün (%4,3) ilk 5 arasında, 14'ünün (%20,3) ilk 6-10 arasında, 28'inin (%40,6) ilk 11-15 arasında, 8'inin (%11,6) 16-20 arasında, 12'sinin (%17,4) ilk 21-25 arasında cevabını verdikleri görülürken, 4'ü ise (%5,8) bilmiyorum seçeneğini işaretlemiştir. HDP'li il başkanlarının cevaplarındaki dağılım ise "5 kişi (%7,9) ilk 5 arasında, 13 kişi (%20,6) ilk 6-10 arasında, 9 kişi (%14,3) ilk 11-15 arasında, 12 kişi (%19) 16-20 arasında, 12 kişi (%19) ilk 21-25 arasında" şeklindedir. 11 HDP'li il başkanı ise (%17,5) bilmiyorum cevabını vermiştir.

Bu bulgulara göre; AKP'li il başkanlarının 19'unun (%25,3), CHP'li il başkanlarının 19'unun (%23,5), MHP'li il başkanlarının 28'inin (%40,6), HDP'li il başkanlarının ise 9'unun (%14,3) Türkiye'nin dünya turizm geliri sıralamasındaki yerini doğru bildiği söylenebilmektedir.

Diğer bilgi sorusu, siyasetçilerin Türkiye'nin "Dünya uluslararası turist sıralamasındaki yeri" hakkında bilgileri olup, olmadığını belirlemeye yönelik olarak sorulmuştur. Bir önceki soruyla aynı aralıklarla verilen seçeneklere göre siyasetçilerin yanıtlarından oluşan bulgular aşağıda yer almaktadır:

Ankete katılan 481 siyasetçiden 34'ü (%7,1) ilk 5 arasında, 178'i (%37) ilk 6-10 arasında, 135'i (%28,1) ilk 11-15 arasında, 41'i (%8,5) ilk 16-20 arasında, 57'si (%11,9) ilk 21-25 arasında ve 36'sı ise (%7,5) bilmiyorum cevabını vermişlerdir.

Ankete katılım gösteren 160 milletvekilinin 11'i (%6,9) ilk 5 arasında, 79'u (%49,4) ilk 6-10 arasında, 50'si (%31,3) ilk 11-15 arasında, 7'si (%4,4) ilk 16-20 arasında, 9'u (%5,6) ilk 21-25 arasında ve 4'ü ise (%2,5) bilmiyorum cevabını vermişlerdir. Dolayısıyla katılımcı milletvekillerinin yaklaşık yarısının Türkiye'nin dünya uluslararası turist sayısı sıralamasındaki yerini doğru bilirken, %6,9 oranında milletvekilinin Türkiye'nin sıralamadaki yerinin daha yukarılarda olduğunu düşündükleri görülmektedir. Bu bulgular milletvekillerinin %41,3'ünün ise Türkiye'nin dünya sıralamasındaki yerinin daha aşağılarda olduğunu düşündüğünü göstermektedir. Dolayısıyla katılımcı milletvekillerinin %2,5'inin bu bilgiyi bilmediğini belirtmesi yanında %48,1'inin bu konuda yanlış bilgiye sahip oldukları söylenebilmektedir. Katılımcı 33 belediye başkanının ise 1'i (%3) ilk 5 arasında, 15'i (%45,5) ilk 6-10 arasında, 11'i (%33,3) ilk 11-15 arasında, 4'ü (%12,1) ilk 16-20 arasında ve 2'si (%6,1) ilk 21-25 arasında yanıtlarını vermişlerdir.

Belediye başkanlarının ise 1'i (%3) ilk 5, 15'i (%45,5) ilk 6-10, 11'i (%33,3) ilk 11-15, 4'ü (%12,1) ilk 16-20 ve 2'si (%6,1) ilk 21-25 arasında şeklinde yanıt vermişlerdir. Bu bulgulara dayanarak %45,5 oranında başkanın doğru bilgiye sahip olduğu %54,5'inin ise yanlış bilgiye sahip olduğu söylenebilmektedir.

Ankete katılan 75 AKP'li il başkanının 10'u (%13,3) ilk 5 arasında, 45'i (%60) ilk 6-10 arasında, 17'si (%22,7) ilk 11-15 arasında, 1'i (%1,3) ilk 16-20 arasında ve 2'si (%2,7) ilk 21-25 arasında yanıtlarını vermişlerdir. 81 CHP'li il başkanının 2'si (2,5) ilk 5 arasında, 14'ü (17,3) ilk 6-10 arasında, 19'u (23,5) ilk 11-15 arasında, 9'u (11,1) ilk 16-20 arasında, 23'ü (28,4) ilk 21-25 arasında olduğunu düşünürken, 14'ü (17,3) bilmiyorum cevabını vermiştir. İl başkanlarından MHP'den katılım gösteren 69 il başkanının 3'ü (%4,3) ilk 5 arasında, 13'ü (%18,8) ilk 6-10 arasında, 30'u (%43,5) ilk 11-15 arasında, 7'si (%10,1) ilk 16-20 arasında ve 11'i (%15,9) ilk 21-25 arasında

cevaplarını verirken, 5'i (%7,2) bilmediğini belirtmiştir. Ankete katılan 63 HDP'li il başkanının ise 7'sinin ilk 5 arasında (%11,1), 13'ünün ilk 6-10 (%20,6) arasında, 8'inin (%12,7) ilk 11-15 arasında, 13'ünün (%20,6) ilk 16-20 arasında, 10'unun (%15,9) ilk 21-25 arasında ve 12'sinin (%19) bilmiyorum cevabını verdikleri görülmektedir. Bu bulgular siyasi parti il başkanlarının Türkiye'nin dünya uluslararası turist sayısı sıralamasındaki yerini AKP'den %60'ı, CHP'den %17,3'ü, MHP'den %18,8'i HDP'den %20,6 oranında olmak üzere doğru bilirken, bilmiyorum cevabı verenler dışındakilerin yanlış bilgiye sahip olduklarını göstermektedir.

Diğer bir araştırma sorusu siyasetçilerin turizmin ülke ekonomisine katkısının parasal değeri konusunda bilgisi olup olmadıklarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Ankette bu soru; 5-10 milyar ABD doları (\$) 10-15 milyar \$, 15-20 milyar \$, 20-25 milyar \$, 25-30 milyar \$ ve 30-35 milyar \$ seçeneklerinden oluşmaktadır. Türkiye'nin 2013'de turizmden elde ettiği gelir 32 milyar 308 milyon 991 bin \$ düzeyindedir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2015). Siyasetçilerin bu soruya verdikleri cevaplardan elde edilen bulgulara göre; genel olarak siyasetçilerin 70'i (%14,6) 5-10 milyar \$, 91'i (%18,9) 10-15 milyar \$, 66'sı (%13,7) 15-20 milyar \$, 40'ı (%8,3) 20-25 milyar \$, 28'i (%5,8) 25-30 milyar \$, 59'u (%12,3) 30-35 milyar \$, 126'sı (%26,2) bilmiyorum şeklinde görüş bildirmiş, 1 (%2) siyasetçi ise soruya cevap vermemiştir.

Ankete katılan milletvekillerinden; 46 kişi (%28,8) 5-10 milyar \$, 33 kişi (%20,6) 10-15 milyar \$, 15 kişi (%9,4) 15-20 \$, 8 kişi (%5) 20-25 \$, 15 kişi (%9,4) 25-30 milyar \$, 34 kişi (%21,3) 30-35 milyar \$ olarak cevaplarken, 9 kişi (%5,6) ise bilmiyorum yanıtını vermiştir. Katılımcı belediye başkanlarının ise 7'si (%21,2) 5-10 milyar \$, 9'u (%27,3) 10-15 milyar \$, 8'i (%24,2) 15-20 milyar \$, 6'sı (%18,2) 20-25 milyar \$, 1'i (%3) 25-30 milyar \$, 2'si (%6,1) 30-35 milyar \$ yanıtlarını vermişlerdir.

Belediye başkanlarından elde edilen bulgulara dayanarak %6,1 oranında başkanın doğru bilgiye sahip olduğu %92,9'unun ise yanlış bilgiye sahip olduğu söylenebilmektedir.

İl başkanlarının bu soruya verdikleri cevaplar ise şu şekildedir: 75 AKP'li il başkanından 3'ü (%4) 5-10 milyar \$, 18'i (%24) 15-20 milyar \$, 14'ü (%14,7) 15-20 milyar \$, 11'i (%14,7) 20-25 milyar \$, 5'i (%6,7) 25-30 milyar \$, 5'i (%6,7) 30-35 milyar \$ cevabını verirken, 18'i (%24) bilmiyorum cevabını vermiştir. 1 kişi (%1,3) ise cevap vermemiştir. 81 CHP'li il başkanının 2'si (%2,5) 5-10 milyar \$, 9'u (%11,1) 15-20 milyar \$, 10'u (%12,3) 15-20 milyar \$, 4'ü (%4,9) 20-25 milyar \$, 2'si (%2,5) 25-30 milyar \$, 9'u (%11,1) 30-35 milyar \$ cevabını verirken, 45'i (%55,6) ise bilmiyorum cevabını vermiştir. İl başkanlarından MHP'den katılım gösteren 69 il başkanının 4'ü (%5,8) 5-10 milyar \$, 13'ü (%18,8) 15-20 milyar \$, 9'u (%13) 15-20 milyar \$, 6'sı (%8,7) 20-25 milyar \$, 3'ü (%4,3) 25-30 milyar \$, 4'ü (%5,8) 30-35 milyar \$ cevabını verirken, 30'u (%43,5) bilmiyorum cevabını vermiştir. Ankete katılan 63 HDP'li il başkanının ise 8'i (%12,7) 5-10 milyar \$, 9'u (%14,3) 10-15 milyar \$, 10'u (%15,9) 15-20 milyar \$, 5'i (%7,9) 20-25 milyar \$, 2'si (%3,2) 25-30 milyar \$, 5'i (%7,9) 30-35 milyar \$ cevabını verirken, 24'ü (%38,1) bilmiyorum cevabını vermiştir.

Türkiye'nin en önemli sorunlarından birisinin işsizlik olması ve turizmin istihdam açısından oldukça önemli bir sektör olması nedeniyle siyasetçilerin turizmin, Türk ekonomisinde sağladığı istihdam açısından sektör bazında sırasını bilip bilmedikleri diğer bir araştırma sorusunu oluşturmaktadır. 2013 itibariyle turizm, Türkiye'de istihdam yaratma bakımından sektörler sıralamasında ilk beş içerisinde (TUYED, 2014). Türkiye'deki birçok istihdam internet sitelerinin ay ve yıl bazlı rapor ve endeksleri de, turizmin en çok iş ilanı verilen sektörlerin başında geldiğini belirtmiştir (Tekin, 2014; Turizmnews, 2013).

Siyasetçilere bu soru sorulduğunda, 47'si (%9,8) ilk 5 arasında, 112'si (%23,3) ilk 6-10 arasında, 98'i (%20,4) ilk 11-15 arasında, 46'sı (%9,6) ilk 16-20 arasında, 29'u (%6) ilk 21-25 arasında cevabını verirken, 148'i (%30,8) bilmiyorum cevabını vermiş, 1 kişi (%0,2) ise bu soruya yanıt vermemiştir.

Aynı soruya ankete katılan 160 milletvekilinin verdiği yanıtlar ise; 22 kişi (%13,8) ilk 5 arasında, 55 kişi (%34,4) ilk 6-10 arasında, 41 kişi (%25,6) ilk 11-15 arasında, 14 kişi (%8,8) ilk 16-20 arasında, 6 kişi (%3,8) ilk 21-25 arasında şeklindedir. 21 kişi (%13,1) bilmiyorum cevabını verirken, 1 kişi (%0,6) de bu soruya yanıt vermemiştir. Bu bulgulardan %13,8 oranında milletvekilinin Türkiye'nin ekonomisinde sağladığı istihdam sırasında turizmin yerini doğru bir şekilde bildiği anlaşılmaktadır. %38,2 oranında milletvekilinin turizmi istihdam sağlama sırasında ilk 10'dan sonra görmeleri, hatta %12,6'sının bu sıranın 16'dan sonra olduğunu düşünmeleri, %13,8 oranında milletvekilinin ise bu konuda bilgi sahibi olmaması bulgularına dayanarak, yasa yapıcıların turizmin istihdam açısından Türkiye'de önemli bir konumda olduğunu bilmedikleri söylenebilmektedir.

AKP'li 75 il başkanının 8'i (%10,7) ilk 5 arasında, 21'i (%28) ilk 6-10 arasında, 22'si (%29,3) ilk 11-15 arasında, 7'si (%9,3) ilk 16-20 arasında, 17'si (%22,7) ilk 21-25 arasında cevabını vermiştir. CHP'deki cevap dağılımı ise 3'ü (%3,7) ilk 5 arasında 8'i (%9,9) ilk 6-10 arasında, 7'si (%8,6) ilk 11-15 arasında, 2'si (%2,5) ilk 16-20 arasında, 8'i (%9,9) ilk 21-25 arasında şeklindedir. CHP'nin 53 (%65,4) il başkanı ise bilmiyorum cevabını vermiştir. MHP'li il başkanlarından 2'si (%2,9) ilk 5 arasında, 8'i (%11,6) ilk 6-10 arasında, 17'si (%24,6) ilk 11-15 arasında, 5'i (%7,2) ilk 16-20 arasında, 2'si (%2,9) ilk 21-25 arasında cevabı verirken, 35'i (%50,7) bilmiyorum cevabı vermiştir. HDP'li il başkanlarından ise 9'u (%14,3) ilk 5 arasında, 12'si (%19) ilk 6-10 arasında, 4'ü (%6,3) ilk 11-15 arasında, 8'i (%12,7) ilk 16-20 arasında, 8'i

(%12,7) ilk 21-25 arasında cevabı verirken, 22'si (%34,9) bilmiyorum cevabını vermiştir.

Siyasetçilerin Türkiye gibi işsizliğin yoğun olduğu bir ülkede, sektörün sorunlarına ve taleplerine daha duyarlı yaklaşabilmeleri için öncelikle Türkiye'de turizmin yarattığı istihdam olanaklarına dikkatin çekilmesi gerekmektedir. Görüldüğü üzere başta milletvekilleri olmak üzere araştırmaya katılan siyasetçilerin bu konu hakkındaki bilgileri yoktur (%30,8). Hatta %36 oranında siyasetçi turizmin istihdam sağlamada ilk 10 da dahi olmadığını düşünmektedir.

Son bilgi sorusu ise “Siyasetçilerin turizmin ihracat içindeki payı konusundaki bilgi düzeyleri nedir?” araştırma sorusunu cevaplamak için sorulmuştur. Turizm gelirlerinin toplam ihracat içindeki payı 2013'de 21,2'dir (AKTOB, 2014:11). “Sizce Türkiye turizm gelirlerinin ihracat içerisindeki payı aşağıdaki gruplardan hangisi içerisinde yer alır?” sorusuna ankete katılan 481 siyasetçinin 83'ü (%17,3) %1-%5 grubunda, 92'si (%19,1) %6-%10 grubunda, 130'u (%27) %11-%15 grubunda, 115'i (%23,9) %16-%20 grubunda, 50'si (%10,4) %21-%25 grubunda cevabını verirken, 11 kişi (%2,3) ise cevap vermemiştir.

Milletvekillerinin 39'u (%24,4) %1-%5 grubunda, 43'ü (%26,9) %6-%10 grubunda, 31'i (%19,4) %11-%15 grubunda, 35'i (%21,9) %16-%20 grubunda, 11'i (%6,9) %21-%25 grubunda şeklinde cevap verirken, 1'i (0,6) ise yanıt vermemiştir. Milletvekilleri için bu bulguya dayanarak; %51,3 oranında yani yarıdan fazla milletvekilinin turizmin ihracat içerisindeki payının %10 ve daha düşük seviyede olduğu bilgisine sahip olduğu söylenebilmektedir.

Katılımcı 33 belediye başkanının ise 11'i (%33,3) %1-%5 grubunda, 9'u (%27,3) %6-%10 grubunda, 8'i (%24,2) %11-%15 grubunda, 3'ü (%9,1) %16-%20 grubunda, 2'si (%6,1) %21-%25 grubunda şeklinde turizmin ihracat payı hakkındaki

bilgilerini bildirmişlerdir. Bu bulgular, %60,6 oranında belediye başkanının bu payın %10 ve daha düşük seviyede olduğu bilgisine sahip olduğunu göstermektedir.

İl başkanları partilerine göre dağılımı ise şu şekildedir: AKP'ye mensup il başkanlarının 12'si (%16) %1-%5 grubunda, 20'si (%26,7) %6-%10 grubunda, 33'ü (%44) %11-%15 grubunda, 6'sı (%8) %16-%20 grubunda, 3'ü (%4) %21-%25 grubunda şeklinde cevap vermişlerdir. 1 (%1,3) kişi ise bu soruyu yanıtsız bırakmıştır. CHP'li il başkanlarının; 1'i (%1,2) %1-%5 grubunda, 6'sı (%7,4) %6-%10 grubunda, 21'i (%25,9) %11-%15 grubunda, 31'i (%38,3) %16-%20 grubunda, 16'sı (%19,8) %21-%25 grubunda cevabını verirken 6'sı (%7,4) cevap vermemiştir. MHP'li il başkanlarındaki cevap dağılımı ise; 10 kişi (%14,5) %1-%5 grubunda, 7 kişi (%10,1) %6-%10 grubunda, 22 kişi (%31,9) %11-%15 grubunda, 21 kişi (%30,4) %16-%20 grubunda, 7 kişi (%10,1) %21-%25 grubunda şeklindedir. 2 kişi (%2,9) ise bu soruya cevap vermemiştir. HDP'li il başkanları ise 10'u (%15,9) %1-%5 grubunda, 7'si (%11,1) %6-%10 grubunda, 15'i (%23,8) %11-%15 grubunda, 19'u (%30,2) %16-%20 grubunda, 11'i (%17,5) %21-%25 grubunda olmak üzere turizmin ihracat payı hakkındaki bilgilerini bildirirken, 1 (%1,6) HDP'li il başkanı ise soruyu yanıtsız bırakmıştır. Siyasi partilerin il başkanları açısından durumun farklılaştığı söylenebilir. İl başkanları bazında iktidar partisi olarak AKP'nin %42,7 gibi önemli bir oran olarak nitelendirebilecek bir oranda ve MHP %24,6 ile HDP %27 oranlarında olmak üzere turizmin ülke ihracat gelirleri içerisindeki payının %10 ve daha altında bir oranda bilgisine sahip olduğu ortaya konulabilmektedir. CHP'de ise il başkanlığı bazında bu oran %8,7 ile diğerlerinden düşük seviyededir.

Ankette yer alan bilgi sorularının genel siyasetçiler, milletvekilleri ve partilerine göre il başkanları şeklinde doğru cevap ve yüzdeleri 6, 7, 8, 9, 10, 11 ve 12 numaralı tablolarda verilmektedir. Genel olarak bilgi sorularının bulguları

değerlendirildiğinde siyasetçilerin büyük bir oranının turizmin temel istatistiki verileri hakkında yetersiz ya da yanlış bilgiye sahip oldukları söylenebilmektedir. Bu bulgu literatürde bu yönde çalışma yapan McGehee, Meng ve Teapanon (2006), McGehee ve Meng (2006) ve Arnold (2011)'un çalışmalarıyla örtüşmektedir. Siyasetçilerin turizmin istatistiki bilgileri hakkında yanlış ya da yetersiz bilgiye sahip olmaları doğal olarak görülebilir. Ancak merkezi ve yerel karar aktörleri olarak siyasetçiler tüm sektörler için olduğu gibi turizm endüstrisi açısından oldukça önemli kişilerdir. Özellikle milletvekilleri turizmi ilgilendiren kararlarda karar aktörleri olarak başrolü oynamaktadırlar ve gündemde olsun olmasın her türlü sorun, olay ya da durumu meclise taşıyabilmektedirler. Metinde de sıkça değinildiği üzere karar süreçleri algılamayla beraber doğru bilgiyle başlamakta ve süreç boyunca her aşamada kararı etkileyen en önemli unsurları oluşturmaktadır. Örneğin, turizmin ihracattaki payının ve istihdamdaki sıralamasının bilinmemesi ya da eksik ya da yanlış bilinmesinin turizme verilebilecek desteği ve sektörden en üst düzeyde yararlanabilme temelinde uygulanabilecek kararları ve politikaları etkileyebileceği söylenebilir. Yine bu konuda, bir kamu kaynağının turizm sektörüne ayrılması yerine önceliğin başka sektöre verilmesi, ya da vergilendirme oranı konusunda sektörün aleyhine sonuçlanabilecek bir kararın görmezden gelinmesine yol açma gibi çok sayıda örnek verilebilir.



**Tablo 6:** Siyasetçilerin Turizm Sektör Verileri Hakkındaki Bilgileri

Soru	Katılımcı Sayısı (N)	Doğru Cevap Sayısı	Doğru Cevap Yüzdesi (%)
7. Sizce dünya turizm geliri sıralamasında Türkiye aşağıdaki gruplardan hangisi içinde yer almaktadır?	481	137	28,5
8. Sizce dünya uluslararası turist sayısı sıralamasında Türkiye aşağıdaki gruplardan hangisi içinde yer almaktadır?	481	178	37
11. Sizce turizmin, ülke ekonomisine katkısının parasal değeri ne kadardır?	480	59	12,3
12. Sizce turizmin, Türkiye ekonomisinde sağladığı istihdam açısından sırası aşağıdakilerden hangisi içinde yer alır?	480	47	9,8
14. Sizce Türkiye turizm gelirlerinin ihracat içerisindeki payı aşağıdaki gruplardan hangisi içerisinde yer alır?	470	50	10,4

**Tablo 7:** Milletvekillerinin Turizm Sektör Verileri Hakkındaki Bilgileri

Soru	Katılımcı Sayısı (N)	Doğru Cevap Sayısı	Doğru Cevap Yüzdesi (%)
7. Sizce dünya turizm geliri sıralamasında Türkiye aşağıdaki gruplardan hangisi içinde yer almaktadır?	160	48	30
8. Sizce dünya uluslararası turist sayısı sıralamasında Türkiye aşağıdaki gruplardan hangisi içinde yer almaktadır?	160	79	49,4
11. Sizce turizmin, ülke ekonomisine katkısının parasal değeri ne kadardır?	160	34	21
12. Sizce turizmin, Türkiye ekonomisinde sağladığı istihdam açısından sırası aşağıdakilerden hangisi içinde yer alır?	159	22	13,8
14. Sizce Türkiye turizm gelirlerinin ihracat içerisindeki payı aşağıdaki gruplardan hangisi içerisinde yer alır?	160	11	6,9

**Tablo 8:** Belediye Başkanlarının Turizm Sektör Verileri Hakkındaki Bilgileri

Soru	Katılımcı Sayısı (N)	Doğru Cevap Sayısı	Doğru Cevap Yüzdesi (%)
7. Sizce dünya turizm geliri sıralamasında Türkiye aşağıdaki gruplardan hangisi içinde yer almaktadır?	33	14	42,4
8. Sizce dünya uluslararası turist sayısı sıralamasında Türkiye aşağıdaki gruplardan hangisi içinde yer almaktadır?	33	15	45,5
11. Sizce turizmin, ülke ekonomisine katkısının parasal değeri ne kadardır?	33	2	6,1
12. Sizce turizmin, Türkiye ekonomisinde sağladığı istihdam açısından sırası aşağıdakilerden hangisi içinde yer alır?	33	3	9,1
14. Sizce Türkiye turizm gelirlerinin ihracat içerisindeki payı aşağıdaki gruplardan hangisi içerisinde yer alır?	33	2	6,1

**Tablo 9:** AKP İl Başkanlarının Turizm Sektör Verileri Hakkındaki Bilgileri

Soru	Katılımcı Sayısı (N)	Doğru Cevap Sayısı	Doğru Cevap Yüzdesi (%)
7. Sizce dünya turizm geliri sıralamasında Türkiye aşağıdaki gruplardan hangisi içinde yer almaktadır?	75	19	25,3
8. Sizce dünya uluslararası turist sayısı sıralamasında Türkiye aşağıdaki gruplardan hangisi içinde yer almaktadır?	75	45	60
11. Sizce turizmin, ülke ekonomisine katkısının parasal değeri ne kadardır?	75	5	6,7
12. Sizce turizmin, Türkiye ekonomisinde sağladığı istihdam açısından sırası aşağıdakilerden hangisi içinde yer alır?	75	8	10,7
14. Sizce Türkiye turizm gelirlerinin ihracat içerisindeki payı aşağıdaki gruplardan hangisi içerisinde yer alır?	74	3	4

**Tablo 10: CHP İl Başkanlarının Turizm Sektör Verileri Hakkındaki Bilgileri**

Soru	Katılımcı Sayısı (N)	Doğru Cevap Sayısı	Doğru Cevap Yüzdesi (%)
7. Sizce dünya turizm geliri sıralamasında Türkiye aşağıdaki gruplardan hangisi içinde yer almaktadır?	81	19	23,5
8. Sizce dünya uluslararası turist sayısı sıralamasında Türkiye aşağıdaki gruplardan hangisi içinde yer almaktadır?	81	14	17,3
11. Sizce turizmin, ülke ekonomisine katkısının parasal değeri ne kadardır?	81	9	11,1
12. Sizce turizmin, Türkiye ekonomisinde sağladığı istihdam açısından sırası aşağıdakilerden hangisi içinde yer alır?	81	3	3,7
14. Sizce Türkiye turizm gelirlerinin ihracat içerisindeki payı aşağıdaki gruplardan hangisi içerisinde yer alır?	75	16	19,8

**Tablo 11: MHP İl Başkanlarının Turizm Sektör Verileri Hakkındaki Bilgileri**

Soru	Katılımcı Sayısı (N)	Doğru Cevap Sayısı	Doğru Cevap Yüzdesi (%)
7. Sizce dünya turizm geliri sıralamasında Türkiye aşağıdaki gruplardan hangisi içinde yer almaktadır?	69	28	40,6
8. Sizce dünya uluslararası turist sayısı sıralamasında Türkiye aşağıdaki gruplardan hangisi içinde yer almaktadır?	69	13	18,8
11. Sizce turizmin, ülke ekonomisine katkısının parasal değeri ne kadardır?	69	4	5,8
12. Sizce turizmin, Türkiye ekonomisinde sağladığı istihdam açısından sırası aşağıdakilerden hangisi içinde yer alır?	69	2	2,9
14. Sizce Türkiye turizm gelirlerinin ihracat içerisindeki payı aşağıdaki gruplardan hangisi içerisinde yer alır?	67	7	10,1

**Tablo 12: HDP İl Başkanlarının Turizm Sektör Verileri Hakkındaki Bilgileri**

Soru	Katılımcı Sayısı (N)	Doğru Cevap Sayısı	Doğru Cevap Yüzdesi (%)
7. Sizce dünya turizm geliri sıralamasında Türkiye aşağıdaki gruplardan hangisi içinde yer almaktadır?	63	9	14,3
8. Sizce dünya uluslararası turist sayısı sıralamasında Türkiye aşağıdaki gruplardan hangisi içinde yer almaktadır?	63	13	20,6
11. Sizce turizmin, ülke ekonomisine katkısının parasal değeri ne kadardır?	63	5	7,9
12. Sizce turizmin, Türkiye ekonomisinde sağladığı istihdam açısından sırası aşağıdakilerden hangisi içinde yer alır?	63	9	14,3
14. Sizce Türkiye turizm gelirlerinin ihracat içerisindeki payı aşağıdaki gruplardan hangisi içerisinde yer alır?	62	11	17,5

### V. 3. Siyasetçilerin Bilgi Sahibi Oldukları Turizm Endüstrisi Rapor

#### Sayılarına İlişkin Bulgular

Bir diğer araştırma sorusu siyasetçilerin son bir yıl içerisinde Türk turizm endüstrisi ile ilgili kaç adet rapor hakkında bilgi sahibi olduklarıdır. Siyasetçilere son bir yıl içerisinde Türk turizmi ile ilgili bilgi sahibi oldukları rapor adedi sorulduğunda; 324 siyasetçi (%67,4) hiç cevabını verirken, 65'i (%13,5) 1-2 adet, 42'si (%8,7) 3-4 adet, 23'ü (%4,8) 5-6 adet, 7'si (%1,5) 7-8 adet, 6'sı (%1,2) 9-10 adet, 14'ü (%2,9) 10'dan fazla cevabını vermiştir.

Katılımcı milletvekillerindeki dağılım ise 65'i (%40,6) hiç, 33'ü (%21,3) 1-2 adet, 31'i (%18,8) 3-4 adet, 14'ü (%8,8) 5-6 adet, 7'si (%4,4) 7-8 adet, 4'ü (%2,5) 9-10 adet, 6'sı (%3,8) 10'dan fazla şeklindedir. Katılımcı 33 belediye başkanından %39,4 oranında başkan (13 kişi), son bir yıl içerisinde turizm endüstrisi ile ilgili hiç bilgi sahibi olduğu rapor olmadığını belirtirken, yine aynı oranda (%39,4) başkan bunun 1-2 adet

olduğunu belirtmiştir. 2 belediye başkanı (%6,1) 3-4 adet, 3 belediye başkanı (%9,1) 5-6 adet, 2 belediye başkanı (%6,1) ise 10'dan fazla cevabını vermiştir.

İl başkanlarından elde edilen bulgular ise partilerine göre ayrı ayrı incelendiğinde; AKP'li il başkanlarının 56'sının (%74,7) hiç, 9'unun (%12) 1-2 adet, 5'inin (%6,7) 3-4 adet, 4'ünün (%5,3) 5-6 adet, 1'inin (%1,3) 10'dan fazla cevabını verdiği tespit edilmiştir. CHP üyesi il başkanlarının 77'si (%95,1) hiç, 1'i (%1,2) 1-2 adet, 1'i (%1,2) 3-4 adet, 1'i (%1,2) 5-6 adet, 1'i (%1,2) 9-10 adet cevabını verirken 1'i (%1,2) 10'dan fazla cevabını vermiştir. MHP'li il başkanlarında ise dağılım; 53 kişi (%76,8) hiç, 6 kişi (%8,7) 1-2 adet, 3 kişi (%4,3) 3-4 adet, 2 kişi (%2,9) 5-6 adet, 1 kişi ise (%1,4) 9-10 adet cevabı şeklindedir. CHP'li 4 il başkanı (%5,8) 10'dan fazla Türk turizmi ile ilgili bilgi sahibi olduğu rapor olduğunu belirtmiştir. 63 HDP'li il başkanı ise 60'ı (%90,2) hiç ve 3'ü (%4,8) 1-2 adet cevabını vermiştir.

Katılımcı siyasetçilerin turizm endüstrisi ile ilgili herhangi bir rapor okuma, duyma, izleme vb., kısaca bilgi sahibi olmama oranının %67,36 ile oldukça büyük bir oran olarak nitelenebilecek önemli bir bulgu olduğu söylenebilir. Milletvekillerinin %40,6 gibi bir oranının son bir yılda Türk turizmi ile ilgili hiçbir rapor hakkında bilgi sahibi olmamaları %21,3'ünün de bunu 1-2 adet şekilde cevaplamaları ise kararın en önemli aktörleri ve mecliste turizm gündem dışı konularda dile getirip ilgi çekebilecek siyasetçiler olmaları açısından çarpıcı bir bulgu olarak düşünülebilir. Yine günümüzde turizm açısından da artık gittikçe önem kazanan yerel siyaset aktörlerinin de, Türk turizm endüstrisi hakkında güncel veri, bilgi, olumlu olumsuz durumlar, yenilik vb. gelişmeleri içeren rapordan yüksek oranda hiç haberdar olmamalarının ya da çok az bilgi sahibi olmalarının turizm endüstrisi açısından oldukça olumsuz bir durum olduğu ileri sürülebilir. Siyasi partilerin yereldeki en önemli temsilcileri olan il başkanlarından iktidar partisi olan AKP'li il başkanlarının %74,7'sinin, ana muhalefet partisi CHP'nin

il başkanlarının %95,1'nin “hiç” cevabını vermesi turizm endüstrisi açısından dikkat çeken bir bulgudur. Bu bulgu bilgi sorularının bulgularıyla birlikte değerlendirildiğinde; genel olarak katılımcı siyasetçilerin turizm endüstrisine ya ilgi duymadıkları ya da sektör tarafından yeterince bilgilendirilmedikleri şeklinde yorumlanabilir.

#### **V. 4. Siyasetçilerin Turizmin Önemi ile İlgili Algılarına Yönelik Bulgular**

“Siyasetçiler turizmi ülke ekonomisinde yarattığı gelir bakımından ne derece önemli görmektedir?” ve “Siyasetçiler turizmi ülke ekonomisinde yarattığı istihdam açısından ne derece önemli görmektedir?” şeklindeki önem algılarının belirlenmesine hizmet eden araştırma sorularına yönelik analizler aşağıda yer almaktadır:

Siyasetçilerin, turizmin ülke ekonomisinde yarattığı gelir bakımından ne derece önemli gördükleri sorusuna ankete katılan 481 siyasetçiden 82'si (%17) son derece önemli, 205'i (%42,6) çok önemli, 187'si (%38,9) orta derecede önemli şeklinde görüş bildirmiştir. Siyasetçilerin 7'si (%1,5) ise turizmi ülke ekonomisine yarattığı gelir bakımından çok önemsiz görmekte iken hiç önemli değil cevabını veren siyasetçi bulunmamaktadır.

Katılımcı 160 milletvekilinden 47'si (%29,4) son derece önemli, 57'si (%35,6) çok önemli, 53'ü (%33,1) orta derecede önemli, 3'ü ise (%1,9) çok önemsiz cevabını vermiştir. Buradan %65 oranında milletvekilinin turizme ülke ekonomisinde yarattığı gelir bakımından orta dereceden daha yüksek bir derecede önem verdiği sonucu çıkarılabilmektedir. Hiç önemli değil diyenler hiç yokken, çok önemsiz bulanlar oldukça az sayıdadır.

Katılımcı 33 belediye başkanının ise 11'i (%33,3) son derece önemli, 19'u (%57,6) çok önemli, 3'ü (%9,1) orta derecede önemli şeklinde cevap vermekte ve çok

önemsiz ile hiç önemli değil cevabı veren belediye başkanı bulunmamaktadır. Buradan %91 oranında belediye başkanının turizmi çok ve son derece önemli gördüğü söylenebilmektedir.

İl başkanlarının partiler bazındaki dağılımı ise şu şekildedir: AKP il başkanlarından 10'u (%13,3) son derece önemli, 53'ü (%70,7) çok önemli, 12'si (%16) orta derecede önemli cevabını vermiştir ve çok önemsiz ya da hiç önemli değil cevabını veren yoktur. CHP'li il başkanlarından 4'ü (%4,9) son derece önemli, 20'si (%24,7) çok önemli, 55'i (%67,9) orta derecede önemli, 2'si (%2,5) ise çok önemsiz cevabını vermiştir. MHP'li il başkanlarından 2'si (%2,9) son derece önemli, 31'i (%44,9) çok önemli, 36'sı (%52,2) orta derecede önemli cevabını verirken çok önemsiz bulan ve hiç önemli değil cevabını veren olmamıştır. HDP'li il başkanlarının ise 8'i (%12,7) son derece önemli, 25'i (%39,7) çok önemli, 28'i (%44,4) orta derecede önemli görüşünde iken, 2'si (%3,2) turizmi ülke ekonomisinde yarattığı gelir bakımından çok önemsiz bulmaktadır. Bunun nedeni il başkanlarının illerindeki turizm rakamlarının küçüklüğü olabilir. Nitekim bu illerin Sakarya ve Diyarbakır olduğu düşünüldüğünde bu iddianın bir temeli olduğu görülmektedir.

Turizme verilen önemi belirlemeye yönelik diğer bir soru ise, siyasetçilerin turizmi ülke ekonomisinde yarattığı istihdam bakımından ne derece önemli gördükleri şeklindedir. Katılımcı siyasetçilerin 78'i (%16,2) son derece önemli, 221'i (%45,9) çok önemli, 175'i (%36,4) orta derece önemli, 6'sı (%1,2) çok önemsiz, 1'i (%0,2) ise hiç önemli değil cevabını vermiştir. Milletvekillerinden 42'si (%26,3) son derece önemli, 76'sı (%47,5) çok önemli, 40'ı (%25) orta derece önemli cevabını verirken, 1 milletvekili (%0,6) çok önemsiz, 1 milletvekili de (%0,6) hiç önemli değil şeklinde yanıt vererek turizmi ülke ekonomisinde yarattığı istihdam bakımından önemli bulmadıklarını belirtmişlerdir. Oransal olarak az da olsa 2 vekilin turizmin istihdam

açından önemli olmadığını düşünmesi gerçeklerle bağdaşmadığı için oldukça ilginç bir bulgudur. Bu bulgu bilgi eksikliğinin hat safhada olabileceğini akla getirmektedir. Ancak milletvekillerinin %73,8'inin turizme ekonomide iş olanakları yaratması bakımından orta dereceden daha fazla önem verdikleri ve genel olarak bu bulguyla çok büyük bir oranının (%98,8) istihdam yaratma temelinde turizme önem verdikleri anlaşılmaktadır.

Ankete katılan belediye başkanlarının ise 9'u (%27,3) turizmi istihdam açısından son derece önemli, 19'u (%57,6) çok önemli, 5'i (%15,2) orta derece önemli şeklinde değerlendirmektedir. Dolayısıyla katılımcı belediye başkanlarından turizmi, yarattığı istihdam açısından önemsiz bulan belediye başkanı bulunmamaktadır. Katılımcı 288 siyasi parti il başkanından 27'si (%9,4) ise son derece önemli, 126'sı (%43,8) çok önemli, 130'u (%45,1) orta derecede önemli, 5'i (%1,7) çok önemsiz cevabını vermiştir. Çok önemsiz cevabını verenlerin illerine bakıldığında yine fazla turist almayan ve turizm açısından gelişmemiş iller olduğu görülmektedir. İl başkanlarının partilerine göre ayırarak görüşleri incelendiğinde ise AKP il başkanlarından 10'unun (%13,3) son derece önemli, 54'ünün (%72) çok önemli, 11'inin (%14,7) orta derecede önemli cevabını verdiği görülmektedir. Çok önemsiz ya da hiç önemli değil cevabını veren AKP'li il başkanı bulunmamaktadır. CHP'li il başkanlarından 4'ü (%4,9) son derece önemli, 20'si (%24,7) çok önemli, 55'i (%67,9) orta derecede önemli, 2'si (%2,5) ise çok önemsiz cevabını vermiştir. MHP'li il başkanlarının 2'si (%2,9) son derece önemli, 29'u (%42) çok önemli, 38'i (%55,1) orta derecede önemli cevabını vermiştir. HDP'li il başkanlarının ise 11'i (%12,7) son derece önemli, 23'ü (%36,5) çok önemli, 26'sı (%41,3) orta derecede önemli, 3'ü (%4,8) ise turizmi ülke ekonomisinde yarattığı istihdam açısından çok önemsiz bulmaktadır. Dolayısıyla yerel siyasetçilerin büyük bir oranının da merkez siyasetçileri gibi turizme



istihdam açısından önem verdikleri söylenebilir. İstihdam bilgi sorusunda aktarıldığı üzere, Türkiye'nin başlıca sorunlarından birisi olan hatta kimilerine göre en önemli sorunu olarak görülen işsizlik sorunu için turizm son derece önemli bir istihdam yaratıcı sektördür. Bu nedenle turizm, gerek direk olarak endüstride yarattığı iş olanakları gerekse tesisleşme nedeniyle inşaat sektörü, seyahat hacmi nedeniyle ulaşım sektörü vb. sektörlerde yarattığı dolaylı istihdam nedeniyle, Türkiye'nin işsizlik sorunlarını gidermede yüksek derecede önem verilmesi gereken bir sektör olarak algılanmalıdır. Bu verilen önem derecesinin ise bilgi eksikliği ya da yanlışlığından kaynaklandığı ileri sürülebilir.

#### **V. 4. 1. Siyasi Parti- Görev Önem Derecesi Karşılaştırmaları**

Siyasetçilerin üyesi oldukları siyasi parti ve görevleri ile turizmin istihdam açısından önemi sorusuna verdikleri cevapları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı araştırma sorularına cevap aramak için Ki-kare testinden yararlanılmıştır. Bu bölümde, bu sorunun cevabına yönelik bulgulara yer verilmiştir.

#### **V. 4. 1. 1. Siyasetçilerin Partilerine Göre Verdikleri Önem Derecesinin Karşılaştırması**

Siyasetçilerin genelini göz önüne alarak, turizmin ülke ekonomisinde yarattığı istihdama verdikleri önem derecesi açısından aralarında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Ki-kare testi bulgularına göre; toplamda 179 AKP'li siyasetçi içerisinde 44'ü (%24,6) son derece önemli, 106'sı (%59,2) çok önemli, 29'u (%16,2) orta derecede önemli cevabını vermiştir. Toplam önem derecesi yüzdesi içerisinde %56,4 son derece önemli ve %48 çok önemli oranıyla diğer partilerin oldukça üzerinde bir önem verdiği görülmektedir. Toplamda 132 CHP'li siyasetçiden 18'i (%13,6) son derece önemli, 40'ı (%30,3) çok önemli, 70'i (%53) orta derecede önemli şeklinde görüş bildirirken, 3'ü (%2,3) çok önemsiz ve 1'i (%0,8) hiç önemli

değil cevabını vermiştir. Toplamda 87 MHP'li katılımcı içerisinde 4'ü (%4,6) son derece önemli, 36'sı (%41,4) çok önemli, 29'u (%35,8) orta derecede önemli, 3'ü (%3,7) çok önemsizdir cevabını vermiştir. Toplamda 81 HDP'li katılımcı içerisinde 12'si (%14,8) son derece önemli, 37'si (%45,7) çok önemli, 29'u (%35,8) orta derecede önemli, 3'ü (%3,7) çok önemsiz cevabını vermiştir. Analiz bulgularına göre (Pearson  $\chi^2 = 80,778$ ;  $p=0,000$ ), siyasi parti mensuplarının “Turizm, ülke ekonomisinde yarattığı istihdam açısından ne derece önemlidir?” sorusuna verdikleri yanıtlar arasında anlamlı bir ilişki vardır ( $p<0,05$ ). Bu bulgulardan, iktidardaki siyasi parti olan AKP'de görev yapan siyasetçilerin diğer siyasi partilere, yani muhalefet partilerine oranla turizmi ülke ekonomisinde yarattığı istihdam bakımından daha fazla önemli olarak algıladığı anlaşılmaktadır. Türkiye'nin en önemli sorunlarından biri olan işsizlik sorununa çözüm bulma yükümlülüğü iktidar partisinde olduğu için böyle bir sonuç çıkmış olabilir.

#### **V. 4. 1. 2. Siyasetçilerin Görevlerine Göre Verdikleri Önem Derecesinin Karşılaştırılması**

Siyasetçilerin görevlerine göre verdikleri önem derecesini karşılaştırmak için yapılan Ki-kare analizi sonucu elde edilen bulgular (Pearson  $\chi^2=41,413$ ;  $p=0,000$ ), siyasetçilerin görevleri ile istihdam konusundaki önem görüşleri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir ( $p<0,05$ ). Katılımcı 160 milletvekilinden 42'si (%26,3) son derece önemli, 76'sı (%47,5) çok önemli, 40'ı (%25) orta derecede önemli, 1'i (%0,6) çok önemsiz, 1'i (%0,6) hiç önemli değil cevabını vermiştir. Katılımcı 33 belediye başkanından 9'u (%27,3) son derece önemli, 19'u (%57,6) çok önemli, 5'i (%15,2) orta derecede önemli cevabını verirken, siyasi parti il başkanlarından 27'si (%9,4) son derece önemli, 126'sı (%43,8) çok önemli, 130'u (%45,1) orta derecede önemli, 5'i (%1,7) çok önemsiz şeklinde görüş bildirmiştir. Milletvekilleri toplam istihdama verilen önem yüzdesi içerisinde diğer siyasetçilere göre daha büyük bir

oranda (%53,8) turizmi istihdam açısından “son derece önemli” görmektedir. Belediye başkanlarına bu oran %11,5 iken il başkanlarında %34,6’dır. İl başkanlarının ise milletvekillerine göre toplam önem derecesi içerisindeki ağırlıkları “çok” ve “orta derecede” yoğunlaşmaktadır. “Son derece önemli” görüşünün milletvekilleri oranındaki ağırlığı, milletvekillerinin yasamanın başrolünde olan ve merkezde sektörler hakkında daha fazla farkındalıkları olan siyasetçiler olmalarıyla açıklanabilir. Ayrıca ülkedeki işsizliğin çözümü konusunda atılacak her türlü adımda, ekonomik politikaların belirlenmesinde sorumlu makamlarda olmaları da bir başka neden olabilir.

#### **V. 4. 2. Siyasi Partilerin, Diğer Siyasi Partilerin Turizme Verdiği Önem Derecesini Algılamalarının Kruskal Wallis Testi Sonuçları**

“Siyasetçilerin, mecliste grubu bulunan diğer partilerin turizme verdiği önem konusundaki algıları nedir?” şeklindeki diğer bir araştırma sorusuna cevap aramak için; siyasi partilerin diğer siyasi partilerin turizme verdiği önem derecesini algılama ölçeğinin normal dağılıma uyup uymadığı analiz edilmiş ve verilerin normal dağılıma uymadığı tespit edilmiştir. Kruskal Wallis Testi, normal dağılım göstermeyen gruplarda üç veya daha fazla sayıda grubun ortalamaları arasındaki farklılığın anlamlılığını test etmek amacıyla kullanılan bir parametrik olmayan analiz türüdür (Otrar, 2015). Bu nedenle normallik varsayımı sağlanmadığı ve verilerin kategorik olması nedeniyle siyasi partilerin verdikleri cevapları kıyaslamak için Kruskal Wallis Testi’nden yararlanılmıştır. Analiz sonucu elde edilen bulgular Tablo 13, 14, 15 ve 16’da gösterilmektedir.

**Tablo 13:** AKP'nin Diğer Partilerin Turizme Verdiği Önem Derecesini Algılaması

Değişken	Siyasi Parti	Katılımcı Sayısı	Sıra Ort.	sd	$\chi^2$	P
AKP	AKP	179	380,08	3	333,552	0,000
	CHP	128	143,54			
	MHP	87	167,16			
	HDP	81	149,38			

**Tablo 14:** CHP'nin Diğer Partilerin Turizme Verdiği Önem Derecesini Algılaması

Değişken	Siyasi Parti	Katılımcı Sayısı	Sıra Ort.	sd	$\chi^2$	P
CHP	AKP	178	193,25	3	156,737	0,000
	CHP	130	362,90			
	MHP	87	195,65			
	HDP	81	184,32			

**Tablo 15:** MHP'nin Diğer Partilerin Turizme Verdiği Önem Derecesini Algılaması

Değişken	Siyasi Parti	Katılımcı Sayısı	Sıra Ort.	sd	$\chi^2$	P
MHP	AKP	178	220,45	3	139,462	0,000
	CHP	129	203,60			
	MHP	87	386,13			
	HDP	81	172,25			

**Tablo 16:** HDP'nin Diğer Partilerin Turizme Verdiği Önem Derecesini Algılaması

Değişken	Siyasi Parti	Katılımcı Sayısı	Sıra Ort.	sd	$\chi^2$	P
HDP	AKP	177	183,34	3	167,401	0,000
	CHP	126	229,15			
	MHP	85	192,38			
	HDP	81	401,70			

Analiz sonucunda anlamlılık düzeyi 0,05'den küçük ise dört grup arasında değişkenlerin istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde farklılık gösterdiği söylenebilir (Kalaycı, 2009:108). Siyasi partiler için ayrı ayrı yapılan analizler sonucu oluşturulan tablolardan anlaşılacağı gibi, analiz sonuçları siyasi partiler ile mecliste bulunan siyasi partilerin turizme verdikleri önem algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Tablo 13'e göre AKP siyasetçileri için, öncelikle AKP, ardından MHP, HDP ve CHP şeklinde bir sıralama, Tablo 14'e göre CHP siyasetçileri için öncelikle CHP ardından MHP, AKP, HDP şeklinde bir sıralama, Tablo 15'e göre MHP siyasetçileri için öncelikle MHP, ardından AKP, CHP şeklinde bir sıralama, Tablo 16'ya göre HDP için ise öncelikle HDP ardından CHP, MHP, AKP şeklinde bir sıralama olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu bulgu, araştırmadaki tüm siyasi partilerin kendi partilerinin, kendi partileri dışındaki siyasi partilere göre turizmi daha yüksek derecede önemli algıladıklarını göstermektedir. Günümüzde bu partilerin ikili ilişkileri, ideolojik yakınlıkları gibi düşünceleri nedeniyle bu sıralamalarının güncel siyasi tabloyla benzerliği açısından da beklenen bir bulgu olduğu düşünülebilir.

#### **V. 5. Siyasetçilerin Turizm Sektöründe Verilen Ücretlerin Düzeyi Hakkındaki Algılarına Yönelik Bulgular**

Siyasetçiler turizm sektöründeki ücretleri nasıl değerlendirmektedir? araştırma sorusuna yönelik ankette "Turizm sektöründe verilen ücretlerin düzeyini nasıl değerlendiriyorsunuz?" sorusu sorulmuştur. Elde edilen verilere göre siyasetçilerin 9'u (%1,9) yüksek ücret, 282'si (%58,6) ortalama ücret, 80'i (%16,6) ortalamanın üzerinde ücret, 66'sı (%13,7) ortalamanın altında ücret, 42'si (%8,7) düşük ücret şeklinde ücretleri değerlendirmiş, 2'si (%0,4) ise soruyu cevaplamamıştır.

Turizm sektöründe verilen ücretlerin düzeyi hakkında katılımcı milletvekillerinden 4'ü (%2,5) yüksek, 71'i (%44,4) ortalama ücret, 49'u (%30,6) ortalamanın üzerinde ücret, 17'si (%10,6) ortalamanın altında ücret, 19'u (%11,7) ise düşük ücret şeklinde görüş bildirmiştir. Ankete katılan 33 belediye başkanından ise; 17'si (%51,5) ortalama ücret, 3'ü (%9,1) ortalamanın üzerinde ücret, 10'u (%30,3) ortalamanın altında ücret, 2'si (%6,1) düşük ücret cevabını verirken, 1'i ise (%3) soruyu cevaplamamıştır. Turizm sektöründe verilen ücretlerin yüksek olduğunu belirten belediye başkanı bulunmamaktadır. Genel olarak siyasetçilerin turizm sektöründeki ücretlerin düzeyini “ortalama ücret” olarak değerlendirdikleri söylenebilir.

Ankete katılan siyasi parti il başkanlarından 5'i (%1,7) yüksek ücret, 194'ü (%67,4) ortalama ücret, 28'i (%9,7) ortalamanın üzerinde ücret, 39'u (%13,5) ortalamanın altında ücret, 21'i (%7,3) düşük ücret cevabını verirken, 1'i ise (%0,3) cevap vermemiştir. İl başkanlarının partilerine göre cevap dağılımı ise şu şekildedir: AKP'li il başkanlarının 4'ü (%5,3) yüksek ücret, 55'i (%73,3) ortalama ücret, 12'si (%16) ortalamanın üzerinde ücret, 2'si (%2,7) ortalamanın altında ücret, 2'si ise (%2,7), düşük ücret cevabını vermiştir. CHP'li il başkanlarının 66'sı (%81,5) ortalama ücret, 4'ü (%4,9) ortalamanın üzerinde ücret, 9'u (%11,1) ortalamanın altında ücret, 2'si (%2,5) düşük ücret cevabını vermiştir. MHP'li il başkanlarındaki görüşler; 1 kişi (%1,4) yüksek ücret, 47 kişi (%68,1) ortalama ücret, 4 kişi (%5,8) ortalamanın üzerinde ücret, 11 kişi (%15,9) ortalamanın altında ücret, 5 kişi (%7,2) düşük ücret şeklindedir. HDP'li il başkanlarının ise 26'sı (%41,3) ortalama ücret, 8'i (%12,7) ortalama üzerinde ücret, 17'si (%27) ortalamanın altında ücret, 12'si (%19) düşük ücret cevabını vermiştir. Bu bulguya dayanarak il başkanlarının turizmde verilen ücretleri ortalama ve ortalamanın altında ücret düzeylerinde gördükleri söylenebilmektedir.

### V. 5. 1. Siyasi Parti - Görev ile Ücret Düzeyi Algıları Karşılaştırmaları

#### V. 5. 1. 1. Siyasetçilerin Siyasi Partilerine Göre Ücretlerin Düzeyi

##### Hakkındaki Algılarına Yönelik Bulgular

Siyasetçilerin üyesi oldukları siyasi parti ile ücret düzeyi hakkındaki görüşleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı araştırma sorusuna cevap aramak için Ki-kare testinden yararlanılmıştır. Analiz sonucu elde edilen bulgular (Pearson  $\chi^2 = 77,083$ ;  $p=0,000$ ), siyasetçilerin partileri ile bu görüşleri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir ( $p<0,05$ ).

AKP'li 179 katılımcı içerisinde 6'sı (%3,4) yüksek ücret, 117'si (%65,4)'ü ortalama ücret, 45'i (%25,1) ortalamanın üzerinde ücret, 5'i (%2,8)'i ortalamanın altında ücret, 5'i (%2,8) düşük ücret şeklinde görüş bildirirken 1 kişi (%0,6) ise cevap vermemiştir. 132 CHP'li katılımcı içerisinde 1'i (%0,8) yüksek ücret, 81'i (%61,4) ortalama ücret, 13'ü (%9,8) ortalamanın üzerinde ücret, 23'ü (%17,4) ortalamanın altında ücret, 14'ü (%10,6) düşük ücret cevabını vermiştir. 87 MHP'li katılımcı içerisinde 1'i (%1,1) yüksek ücret, 52'si (%59,8) ortalama ücret, 12'si (%13,8) ortalamanın üzerinde ücret, 14'ü (%16,1) ortalamanın altında ücret, 7'si (%8) düşük ücret cevabını verirken, 1'i ise (%1,1) cevap vermemiştir. 81 HDP'li katılımcı içerisinde 1'i (%1,2) yüksek ücret, 31'i (%38,3) ortalama ücret, 10'u (%12,3) ortalamanın üzerinde ücret, 23'ü (%28,4) ortalamanın altında ücret, 16'sı (%19,8) düşük ücret cevabını vermiştir.

AKP'nin ücret düzeyi konusundaki toplam görüş yüzdeleri içerisinde ücretlerin düzeyini ortalama (%41,5), ortalamanın üzerinde (%56,3) ve yüksek (%66,7) şeklinde değerlendirdiği ve bu görüşlerin diğer partilere göre en yüksek oranları aldığı tespit edilmiştir. Muhalefet partilerinde ise ortalamanın altında (CHP %34,8, MHP %21,2, HDP %34,8) ve düşük ücret (CHP %33,3 MHP % 16,7 HDP %38,1) görüşleri

oranları iktidar partisine göre daha yüksektir. Bu bulgu, iktidardaki partinin asgari ücreti belirlemek gibi genel ücret kararlarında ve bu ücretleri etkileyen vergi vb. maliyet kararlarında söz sahibi olan merci olmalarıyla ilişkilendirilebilir. Ancak yerel siyasetçilerin farklı düşündüğü konusunda önemli bir bulgu ise 33 belediye başkanı arasındaki 13 AKP’li belediye başkanı arasında bu ücretlerin yüksek olduğunu belirten belediye başkanı bulunmamasıdır.

#### **V. 5. 1. 2. Siyasetçilerin Görevlerine Göre Ücretlerin Düzeyi Hakkındaki Algılarına Yönelik Bulgular**

Siyasetçilerin görevleri ile ücret düzeyi konusundaki görüşleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı araştırma sorusuna cevap aramak için Ki-kare testinden yararlanılmıştır. “Turizm sektöründe verilen ücretlerin düzeyini nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusuna verilen yanıtlara uygulanan Ki-kare testi sonucu elde edilen bulgulara göre (Pearson  $\chi^2 = 55,416$ ;  $p=0,000$ ), siyasetçilerin görevleri ile ücret düzeyi konusundaki görüşleri arasında anlamlı bir ilişki vardır ( $p<0,05$ ). Toplam ücret düzeyi görüşleri içerisindeki oranlarda il başkanlarının, milletvekilleri ve belediye başkanlarına kıyasla ücretleri daha ağırlıklı olarak ortalama (%68,8), ortalama altı (%59) ve düşük (%50) seviyede değerlendirdikleri anlaşılmaktadır. Bu bulgu yorumlanması güç bir bulgu olarak görülebilir. Olası bir açıklama il başkanlarının daha çok hayatın içinde ve Türkiye’deki ücret düzeyleri konusunda daha gerçekçi bilgiye sahip oldukları şeklinde olabilir.

#### **V. 6. Siyasetçilerin Turizm Sektöründeki Vergi Oranları Hakkındaki Görüşlerine Yönelik Bulgular**

Araştırmanın diğer bir sorusu siyasetçilerin turizm sektöründeki vergi oranlarının düzeyi hakkındaki düşüncesidir. Bu amaçla siyasetçilere “Turizm sektöründeki vergi oranlarını nasıl buluyorsunuz?” şeklinde bir soru sorulmuştur. Vergi



oranları konusundaki soruya siyasetçilerin 8'i (%1,7) çok yüksek, 132'si (%27,4) yüksek, 306'sı (%63,6) orta, 23'ü (%4,8) düşük, 4'ü (%0,8) çok düşük cevabını verirken 8'i (%1,7) cevap vermemiştir. Katılımcı milletvekilleri turizmde vergi oranlarını 3'ü (%1,9) çok yüksek, 59'u (%36,9) yüksek, 93'ü (%58,1) orta, 2'si (%1,2) düşük, 2'si (%1,2) çok düşük olmak üzere ağırlıkta orta düzeyde bulmaktadır. 1 milletvekili ise (%0,6) soruya cevap vermemiştir.

Siyasetçiler genel olarak değerlendirildiğinde vergi oranlarını “ortalama” bir düzeyde görmektedir. Çok yüksek ve yüksek diyenler ortalama düzeyde değerlendirenlere göre daha az sayıdadır. Milletvekillerinde durum biraz daha farklıdır. Milletvekillerinin yaklaşık %40'ı vergi oranlarını yüksek bulmakta ise de ağırlıkta yine “ortalama” düzeyde görmektedirler. Katılımcı belediye başkanlarından 3'ü (%9,1) vergi oranlarını çok yüksek, 13'ü (%39,4) yüksek, 12'si (%36,4) orta, 2'si (%6,1) düşük bulurken, 3 kişi soruya (%9,1) cevap vermemiştir. Belediye başkanlarının yaklaşık yarısı vergi oranlarının yüksek olduğunu düşünmektedir.

İl başkanlarının ise siyasi partilerine göre vergi oranları konusundaki düşüncelerinin dağılımı şu şekildedir: AKP'li il başkanlarının 25'i (%33,3) yüksek, 47'si (%62,7) orta, 1'i (%1,3) düşük cevabını verirken, 2'si (%2,7) cevap vermemiştir. CHP'li il başkanlarının 8'i (%9,9) yüksek, 70'i (%86,4) orta, 3'ü (%3,7) düşük cevabını vermiştir. MHP'li il başkanlarının ise 16'sı (%23,2) vergi oranlarını yüksek, 49'u (%71) orta, 4'ü (%5,8) düşük bulmaktadır. HDP'li il başkanlarının 2'si (%3,2) çok yüksek, 11'i (17,5) yüksek, 37'si (%58,7) orta, 11'i (%17,5) düşük, 2'si (%3,2) ise turizmde vergi oranlarını çok düşük bulmaktadır. Bu bulgular il başkanlarının da vergi oranlarını ağırlıkta orta düzeyde gördüklerini, hatta HDP'li 2 il başkanı dışında çok yüksek ve çok düşük cevabını veren il başkanı bulunmadığını göstermektedir.

### **V. 6. 1. Siyasetçilerin Görevlerine Göre Vergi Oranları Hakkındaki Görüşlerinin Karşılaştırılmasına Yönelik Bulgular**

Siyasetçilerin görevleri ile vergi oranları hakkındaki görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için veriler Ki-kare testi ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre (Pearson  $\chi^2 = 49,503$ ;  $p=0,000$ ), siyasetçilerin görevleri ile vergi oranları hakkındaki görüşleri arasında anlamlı bir ilişki vardır ( $p<0,05$ ). Milletvekilleri ve belediye başkanları arasında vergi oranlarını yüksek bulan siyasetçiler bulunması, milletvekillerinde yüksek görüşüne katılımın %45 düzeylerinde olması, iktidar partisine mensup il başkanlarından daha fazla siyasetçinin vergi oranlarını yüksek bulmaları bulgularına dayanarak, turizm sektörü yeterince çalıştığı takdirde bu oranların düşürülebilme olasılığı olduğu söylenebilir.

### **V. 7. Siyasetçilerin Devletin Turizm Tanıtım Bütçe Miktarı Hakkındaki Görüşlerine Yönelik Bulgular**

Tezde cevap aranan sorulardan birisi de Türkiye'nin tanıtımıyla ilgili olarak ayrılan bütçe miktarının yeterliliği konusundaki fikirlerinin ne olduğudur? Bu amaçla siyasetçilere “Devlet turizm tanıtımı için 2013’de 100 milyon \$ bütçe ayırmıştır. Bütçe miktarı konusundaki fikriniz nedir?” sorusu sorulmuştur. Ankete katılan 481 siyasetçiden 260’ı (%54,1) bütçe arttırılmalıdır, 141’i (%29,3) bütçe yeterlidir, 5’i (%1) daha az bütçe ayrılmalıdır, 72’si (%15) ayrılan bütçe konusunda emin değilim şeklinde görüş bildirmiştir. 3 kişi (%0,6) ise bu soruya cevap vermemiştir.

Milletvekillerinin bu soruya verdikleri cevapların dağılımı incelendiğinde 53’ü (%33,1) bütçe arttırılmalıdır, 61’i (%38,1) bütçe yeterlidir, 3’ü (%1,9) daha az bütçe ayrılmalıdır, 42’si (%26,3) ayrılan bütçe konusunda emin değilim şeklinde görüş bildirirken, 1 (%0,6) milletvekili ise soruyu yanıtızsız bırakmıştır. Katılımcı belediye

başkanlarının 17'si (%51,5) bütçe arttırılmalı, 11'i (%33,3) bütçe yeterlidir, 5'i (%15,5) ise ayrılan bütçenin uygunluğu konusunda emin değilim şeklinde görüş bildirmiştir.

AKP'li il başkanlarının 21'i (%28) bütçe arttırılmalı, 44'ü (%58,7) bütçe yeterli, 8'i (%10,7) ayrılan bütçe miktarı uygunluğu konusunda emin değilim cevabını verirken 2'si (%2,7) soruya cevap vermemiştir. CHP'li il başkanları; 69 kişi (%85,2) bütçe arttırılmalı, 12 kişi (%14,8) bütçe yeterli cevabını vermiştir. MHP'li il başkanlarından 56 kişi (%81,2) bütçe arttırılmalı, 4 kişi (%5,8) bütçe yeterli, 9 kişi (%13) ayrılan bütçenin uygunluğu konusunda emin değilim cevabını vermiştir. HDP'li il başkanları; 44 kişi (%69,8) bütçe arttırılmalı, 9 kişi (%14,3) bütçe yeterli, 2 kişi (%3,2) daha az bütçe ayrılmalı, 8 kişi (%12,7) ayrılan bütçenin uygunluğu konusunda emin değilim cevabını vermiştir. İktidar partisinin il başkanlarının yarısından fazlasının bütçenin yeterli olduğu, %28 gibi bir oranının ise bütçe arttırılmalı görüşüne sahipken, muhalefet partilerinin il başkanlarının çok daha yüksek oranlarda bütçe arttırılmalı görüşüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumda, iktidar partisinin bütçe ve kaynak dağıtımında söz sahibi olması ve karar gücünün büyük avantajını elinde bulundurması nedeniyle partinin il başkanlarının merkezin kararlarını desteklemesi ve muhalefetinkilerin karşı çıkması doğal olarak görülebilir.

Bulgulardan anlaşıldığı üzere turizm tanıtımına ayrılan bütçenin düşürülmesi görüşüne sahip çok düşük oranda siyasetçi vardır. Siyasetçiler genel olarak ele alındığında ve belediye başkanlarında yarıdan fazlasının bütçenin arttırılması gerektiği görüşünde oldukları anlaşılmaktadır. Ancak milletvekillerinde “bütçenin yeterliliği” görüşü oranı, “arttırılması” görüşüne yakın bir oranda da olsa daha ağır basmaktadır. Milletvekillerinin miktarın uygunluğu konusundaki emin olamayanların oranının ise %26 olması ilginç bir bulgu olarak düşünülebilir. Bu da turizm sektörüyle ilgili ve/veya diğer sektörlerle ilgili bilgi eksikliğinden kaynaklanıyor olabilir.

## V. 8. Siyasetçilerin Türkiye’de Kamu Kaynaklarının Dağıtımında Turizme Hangi Sırada Öncelik Verdiklerine Yönelik Bulgular

“Siyasetçilerin kamu kaynaklarının dağıtımında turizme verdiği öncelik nedir?” ve “Siyasetçiler kamu kaynaklarının dağıtımında hangi alanlara öncelik vermektedir?” araştırma sorularına cevap aramaya yönelik ankette, 10 adet ekonomi ile ilgili alan verilerek en öncelikliye 1 vermek üzere puanlandırılarak sıralamaları istenmiştir.

Bilgisayar ortamında siyasi partilerine göre toplanan puanlardan elde edilen bulgulara göre oluşturulan Tablo 17’de görüldüğü gibi bu alanlar, “Sağlık Hizmetleri”, “Kültür ve Sanat”, “Tarım Alanı”, “Ulaşım”, “Sanayi Alanı”, “Turizm”, “Hizmet Alanı”, “Kamu Güvenliği”, “Eğitim” ve “Çevre” dir. En öncelikliye 1’den itibaren puan verilerek sıralandığı için en düşük puan en öncelikli desteklenen alanı yansıtmaktadır.

**Tablo 17:** Siyasetçilerin Türkiye’de Kamu Kaynaklarının Dağıtımındaki Öncelik Puanları

Siyasi Parti	AKP	CHP	MHP	HDP
<b>Alanlar</b>				
Sağlık Hizmetleri	619*	394	261	165
Kültür ve Sanat	1066	595	494	465
Tarım Alanı	850	743	389	488
Ulaşım	932	853	545	502
Sanayi Alanı	813	866	411	535
<b>Turizm</b>	<b>1159</b>	<b>855</b>	<b>577</b>	<b>559</b>
Hizmet Alanı	1231	910	668	577
Kamu Güvenliği	1016	904	525	591
Eğitim	699	287*	257*	139*
Çevre	1537	810	672	433

Toplam puanlamaya göre; İktidar partisi AKP kamu kaynaklarının dağıtımında ilk önceliği, sağlık hizmetlerine, CHP, MHP ve HDP ise eğitime

vermektedir. Bu puanlamalara göre oluşturan Tablo 18’de ise siyasetçilerin kaynak dağıtımında hangi alanları öncelikli gördükleri ve turizme bu alanlar arasında hangi sırayı verdikleri net bir şekilde görülebilmektedir.

**Tablo 18:** Siyasetçilerin Türkiye’de Kamu Kaynaklarının Dağıtımında Turizmin Sırası Hakkındaki Görüşleri

<b>SİYASİ PARTİ</b>	<b>SIRA</b>	<b>ALAN</b>	<b>SİYASİ PARTİ</b>	<b>SIRA</b>	<b>ALAN</b>
<b>AKP</b>	<b>1</b>	Sağlık	<b>CHP</b>	<b>1</b>	Eğitim
	<b>2</b>	Eğitim		<b>2</b>	Sağlık
	<b>3</b>	Sanayi		<b>3</b>	Kültür ve Sanat
	<b>4</b>	Tarım		<b>4</b>	Tarım
	<b>5</b>	Ulaşım		<b>5</b>	Çevre
	<b>6</b>	Kamu Güvenliği		<b>6</b>	Ulaşım
	<b>7</b>	Kültür ve Sanat		<b>7</b>	Turizm
	<b>8</b>	Turizm		<b>8</b>	Sanayi
	<b>9</b>	Hizmet		<b>9</b>	Kamu Güvenliği
	<b>10</b>	Çevre		<b>10</b>	Hizmet
<b>MHP</b>	<b>1</b>	Eğitim	<b>HDP</b>	<b>1</b>	Eğitim
	<b>2</b>	Sağlık		<b>2</b>	Sağlık
	<b>3</b>	Tarım		<b>3</b>	Çevre
	<b>4</b>	Sanayi		<b>4</b>	Kültür ve Sanat
	<b>5</b>	Kültür ve Sanat		<b>5</b>	Tarım
	<b>6</b>	Kamu Güvenliği		<b>6</b>	Ulaşım
	<b>7</b>	Ulaşım		<b>7</b>	Sanayi
	<b>8</b>	Turizm		<b>8</b>	Turizm
	<b>9</b>	Hizmet		<b>9</b>	Hizmet
	<b>10</b>	Çevre		<b>10</b>	Kamu Güvenliği

Tablo 18’den anlaşıldığı üzere siyasetçiler tarafından eğitim ve sağlık hizmetleri kaynak dağıtımında en öncelikli iki alan olarak görülmektedir. Turizmin sırası siyasi partilere göre CHP dışında aynıdır. AKP, MHP ve HDP siyasetçileri kamu kaynaklarının dağıtımında turizme 8. sırada yer vermektedir. CHP’de onlara yakın bir şekilde 7. sıraya yerleştirmektedir. Turizm hizmetler alanının alt sektörü olmasına rağmen sorudan turizm ile ilgili net bir bilgi elde edilmesi adına ayrı bir alan olarak sıraya konulması istenmiştir. Hizmet alanının (bankacılık vb.) tüm siyasetçilerde son

sıralarda ve turizmden sonra yer alması hem bu alan içerisinde turizme daha çok öncelik verilecek şekilde görüldüğü hem de hizmet sektörünün hala Türkiye siyasetinde tarım ve sanayi kadar öncelikli görülmediği şeklinde yorumlanabilir. Nitekim iktidar partisi sanayi ve tarıma ayrılacak kaynağı en öncelikliler arasında saymakta, diğer partiler ise tarıma daha çok öncelik vermektedir. Sanayi AKP’de 3., MHP’ de 4., CHP’de 8, HDP’de 7. sıradadır. Bu bulguların siyasetçilerin turizme diğer sektör ve alanlarla karşılaştırma açısından önemli ipuçları verdiği söylenebilir.

### **V. 9. Siyasetçilerin Gelecekte Türk Turizmini Nerede Gördükleri ile İlgili Bulgular**

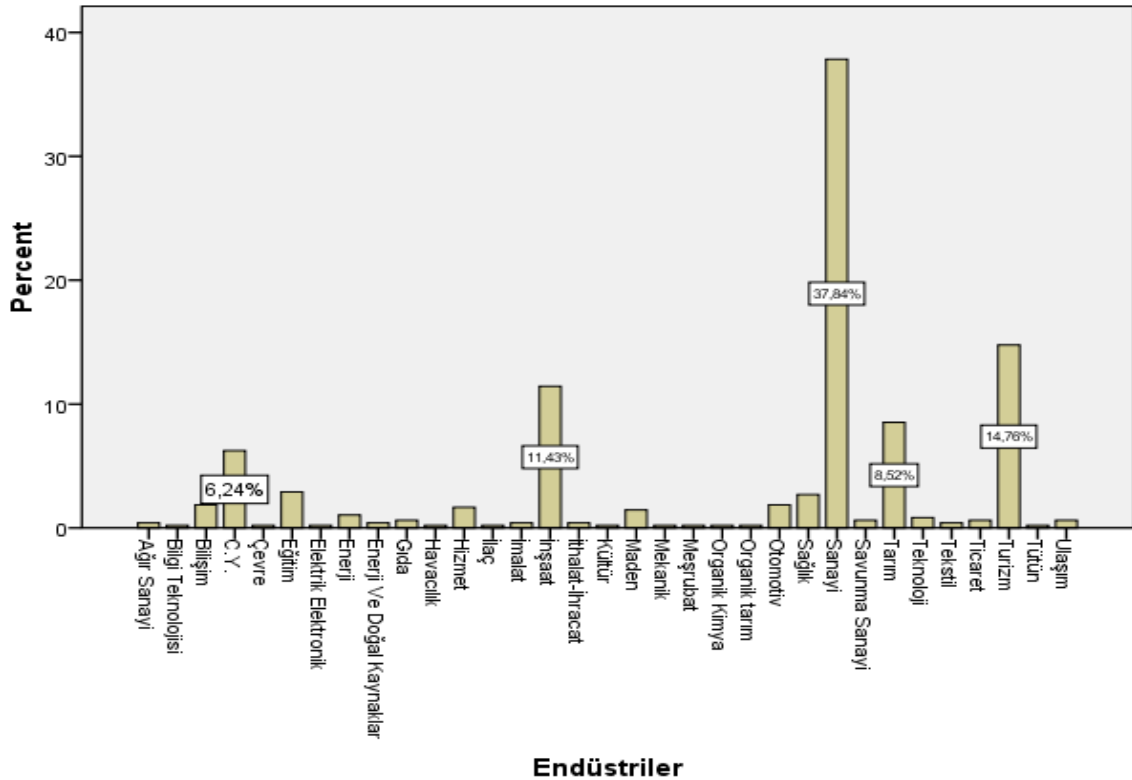
Siyasetçilerin gelecekte Türk turizmini nerede gördükleri araştırmada cevap aranan bir diğer soru grubudur. Bu amaçla mevcut 2023 Türkiye Turizm Stratejisi ve Cumhuriyetin 100. Yılı olması nedeniyle bu yıl baz alınarak 3 adet araştırma sorusu oluşturulmuştur. Bu bölümde bu sorulara cevap aramaya yönelik bulgular yer almaktadır.

#### **V. 9. 1. Siyasetçilerin Gelecekte Türk Ekonomisine En İyi Gelir Sağlayacak Endüstriler Hakkındaki Görüşlerine Yönelik Bulgular**

Siyasetçilerin gelecekte Türk ekonomisine en iyi gelir sağlayacak endüstrilerin neler olacağı hakkındaki görüşleri nelerdir?” sorusu için ankette “2023 yılına gelindiğinde sizce Türk ekonomisine en iyi gelir sağlayacak ilk beş endüstri hangileri olacaktır?” şeklinde açık uçlu bir soru sorulmuştur. Konu bütünlüğünün bozulmaması açısından bu bölüm “Nitel Bulgular” bölümü yerine bu bölümde değerlendirilmiştir. Sorular listelenen 5 sıra için, her sıranın ayrı ayrı frekanslarının alınmasıyla hesaplanmıştır. Soruya toplamda 457 kişi yanıt vermiş, bazıları beş endüstriyi yazmış bazıları ilk 3 ve ilk 2 sıralaması yapmıştır.

Bazı siyasetçiler ise endüstri belirtmemiş “2023’e beklentim yok”, ”bu iktidarla daha da kötüleşecek gibi duruyor”, “bu iktidarla olmaz”, “endüstri kalmadı”, “özelleştirme”, “hükümete bağlı” ifadelerini kullanmışlardır. Bu nedenle bu ifadeler de frekans hesaplamalarından çıkarılmış, “cevap verilmedi” şeklinde değerlendirilmiştir. İlk sıra için en sık belirtilen 10 endüstri ifadelerine göre oluşturulan Şekil 3 ve Tablo 19 aşağıda yer almaktadır. Buna göre sanayi ilk sırada olmak üzere, turizm, inşaat, tarım, eğitim, sağlık, otomotiv, bilişim, hizmet ve maden sıklığı en yüksek endüstrilerdir. (Siyasetçilerin ağır sanayi, savunma sanayi vb. alt sanayi oranları sanayi endüstri yüzdesine eklenmemiştir)

**Şekil 3:** Siyasetçilerin 2023’de Türkiye Ekonomisine En İyi Gelir Sağlayacak İlk Sıradaki Endüstri Görüşleri



**Tablo 19:** 2023’de Türk Ekonomisine En İyi Gelir Sağlayacak Endüstri Listesi 1. Sıra Görüşleri

SIRA	ENDÜSTRİ	SIKLIK (N)	YÜZDE (%)
1	Sanayi	182	37,84
2	Turizm	71	14,78
3	İnşaat	55	11,43
4	Tarım	41	8,52
5	Eğitim	14	2,9
6	Sağlık	13	2,7
7	Otomotiv	9	1,9
8	Bilişim	9	1,9
9	Hizmet	8	1,7
10	Maden	7	1,5
	<b>Toplam</b>	<b>451</b>	<b>100</b>

Katılımcı siyasetçilerin 377’si 2. sıra için öngöründe bulunmuş ve bu sıra için en çok ifade ettikleri endüstri “tarım” olmuştur. Elde edilen bulgulara göre oluşturulan Tablo 20’ye göre; turizm 2023’de en çok gelir getirecek endüstriler arasında siyasetçilerin ikinci sırada, %13,7 ile en sık ifade ettiği ilk 3 endüstri arasında yer almaktadır. Tabloda hizmet ile bilişim ve sağlık, ticaret ile hayvancılık aynı frekanslara sahip olarak birlikte aynı sırada yer almıştır.



**Tablo 20:** 2023’de Türk Ekonomisine En İyi Gelir Sağlayacak Endüstri Listesi 2. Sıra Görüşleri

SIRA	ENDÜSTRİ	SIKLIK (N)	YÜZDE (%)
1	Tarım	100	20,8
2	Sanayi	67	13,9
3	Turizm	66	13,7
4	Eğitim	18	3,7
5	Ulaşım	17	3,5
6	Maden	15	3,1
7	İnşaat	12	2,5
8	Hizmet- Bilişim-Sağlık	11	2,3
9	Tekstil	10	2,1
10	Ticaret-Hayvancılık	9	1,9
	<b>Toplam</b>	<b>377</b>	<b>100</b>

Katılımcı siyasetçilerin 3., 4. ve 5. sıralar için cevap sayıları düşmüş ve sırasıyla 300, 221, 181 cevaptan elde edilen ifadelere göre turizm, tarım, sanayi, maden ilk sıralara yerleşmişlerdir. Tablo 21, 22 ve 23’ de de gösterdiği üzere, genel olarak “sanayi” en çok ifade edilen endüstri olup, toplamda alt sektörleri hariç 305 frekansa sahiptir. Turizm 263, tarım 199 frekansla, katılımcı siyasetçilerin 2023’de Türkiye’ye en çok gelir getirecek endüstriler olarak gördükleri tespit edilmiştir.

Turizmin bu bulgulara dayanarak bugün olduğu gibi gelecekte de ülke ekonomisi önemli ölçüde gelir getirecek bir sektör olarak görülmekte olduğu ve turizm endüstrisinin “ülke için yüksek kazanç sağlayıcı” bir sektör algısına sahip olduğu söylenebilir. O halde turizm endüstrisi; bu fayda algısına layık bir şekilde, amaca uygun planlanmalı ve yönetilmelidir.

**Tablo 21:** 2023'de Türkiye Ekonomisine En İyi Gelir Sağlayacak Endüstri Listesi 3.

Sıra Görüşleri

SIRA	ENDÜSTRİ	SIKLIK (N)	YÜZDE (%)
1	Turizm	69	14,3
2	Tarım	48	10
3	Sanayi	34	7,1
4	Maden	23	4,8
5	Hayvancılık	17	3,5
6	Ulaşım	16	3,3
7	Sağlık	15	3,1
8	İnşaat	12	2,5
9	Tekstil	11	2,3
10	Eğitim	10	2,1
	<b>Toplam</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

**Tablo 22:** 2023'de Türkiye Ekonomisine En İyi Gelir Sağlayacak Endüstri Listesi 4.

Sıra Görüşleri

SIRA	ENDÜSTRİ	SIKLIK (N)	YÜZDE (%)
1	Turizm	35	7,3
2	Tarım	33	6,9
3	Maden	20	4,2
4	Sanayi	15	3,1
5	Tekstil- Ulaşım	14	2,9
6	Gıda-Eğitim-Sağlık	12	2,5
7	Hayvancılık	11	2,3
8	Liman İşletmeciliği	8	1,7
9	Hizmet	7	1,5
10	İnşaat	6	1,2
	<b>Toplam</b>	<b>221</b>	<b>100</b>

**Tablo 23:** 2023’de Türkiye Ekonomisine En İyi Gelir Sağlayacak Endüstri Listesi 5.

Sıra Görüşleri

<b>SIRA</b>	<b>ENDÜSTRİ</b>	<b>SIKLIK (N)</b>	<b>YÜZDE (%)</b>
<b>1</b>	Turizm	22	4,6
<b>2</b>	Tarım	17	3,5
<b>3</b>	Hizmet	16	3,3
<b>4</b>	Maden- Sağlık	14	2,9
<b>5</b>	Hayvancılık- Tekstil-Ulaşım	13	2,7
<b>6</b>	Liman İşletmeciliği	12	2,5
<b>7</b>	Sanayi- Eğitim	7	1,5
<b>8</b>	Kültür ve Sanat	6	1,1
<b>9</b>	Çevre- Enerji	5	1
<b>10</b>	İnşaat- Ticaret	4	0,8
	<b>Toplam</b>	<b>181</b>	<b>100</b>

### V. 9. 2. Siyasetçilerin Gelecekte Dünyada Türk Turizminin Yerini

#### Nerede Gördüklerine Yönelik Bulgular

Türkiye Turizm Stratejisi vizyonunda, Türkiye'nin 2023 yılına kadar, yabancı turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında olması hedeflenmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı, 2007). Bu konuda siyasetçilerin 2023 yılına gelindiğinde dünya turizm sıralamasında Türkiye'nin sırası hakkındaki görüşlerinin ne olduğu da öğrenilmek istenmiştir. Bu bölümde “Siyasetçilerin 2023 yılına gelindiğinde dünya yabancı turist sayısı sıralamasında Türkiye'nin sırası hakkındaki görüşü nedir?” ve “Siyasetçilerin 2023 yılına gelindiğinde dünya turizm geliri sıralamasında Türkiye'nin sırası hakkındaki görüşü nedir?” araştırma sorularına cevap aramaya yönelik ankette yabancı turist sayısı ve geliri bazında iki soru bulunmaktadır. Verilere göre elde edilen bulgular aşağıda yer almaktadır:

“2023 yılına gelindiğinde sizce dünyada yabancı turist sayısı sıralamasında Türkiye'nin sırası ne olacaktır?” sorusuna ankete katılan 481 siyasetçiden 134'ü (%27,9) 2023'de Türkiye'yi dünya yabancı turist sayısı sıralamasında ilk 5 arasında görürken, 162'si (%33,7) ilk 6-10 arasında, 59'u (12,3) ilk 11-15 arasında, 26'sı (%5,4) ilk 16-20 arasında, 17'si ise (%3,5) ilk 21-25 arasında olacağını düşünmektedir. 83 (%17,3) siyasetçi ise bilmiyorum cevabını vermiştir. 160 milletvekilinin 34'ü (%21,3) ilk 5 arasında, 78'i (%48,8) ilk 6-10 arasında, 21'i (%13,1) ilk 11-15 arasında, 6'sı (%3,8) ilk 16-20 arasında, 12'si ise (%7,5) ilk 21-25 arasında olacağı görüşünderken, 9'u (%5,6) ise bilmiyorum cevabını vermiştir. Bu bulgulara göre, %70 oranında milletvekilinin 2023'de turizmi ilk 10'da gördüğü, %25'inin ilk 11 ile 25 arasında yani günümüzdeki durum göz önüne alındığında daha gerilerde olacağını düşündüğü, %21,3 oranındaki milletvekilinin de stratejiyle aynı doğrultuda bir öngöründe bulunduğu söylenebilir.

Katılımcı 33 belediye başkanının 13'ünün (%39,4) stratejiyle aynı doğrultuda düşünerek Türkiye'ye dünya yabancı turist sayısı sıralamasında ilk beşte yer verdiği, 11'inin (%33,3) ilk 6-10, 4'ünün (%12,1) ilk 11-15, 3'ünün (%9,1) ise ilk 16-20 arasında yer verdiği tespit edilmiştir. 2 belediye başkanı (%6,1) ise bilmiyorum cevabını vermiştir. Belediye başkanlarının da büyük bir oranı (yaklaşık %73) Türkiye'yi ileride dünyada ilk 10'da görmektedir. Genel olarak siyasetçilerin yalnızca %27,9'unun 2023 yılında Türkiye'nin uluslararası turist sıralamasında ilk beş içinde olacağını söylemesi geriye kalanların Türkiye'nin sıralamasının daha gerilerde olacağını söylemesi ya devletin ortaya koyduğu 2023 yılında ilk 5 ülke içinde olmak hedefinden bu siyasetçilerin çoğunun haberi olmadığı ya da bu hedefi inandırıcı bulmadıkları şeklinde yorumlanabilir.

Diğer yerel siyasetçilerden il başkanları düzeyindeki dağılım ise partilerine göre şu şekildedir: 75 AKP'li il başkanının 53'ü (%70,7) ilk 5 arasında, 20'si (%26,7) ilk 6-10 arasında ve 1'i (%1,3) ilk 11-15 arasında, 1'i (%1,3) ise bilmiyorum cevabını vermiştir. CHP'li il başkanlarından 10'u (%12,3) ilk 5 arasında, 16'sı (%19,8) ilk 6-10 arasında, 8'i (%9,9) ilk 11-15 arasında, 5'i (%6,2) ilk 16-20 arasında, 2'si (%2,5) ilk 21-25 arasında cevabını verirken 40'ı ise (%49,4) bilmiyorum cevabını vermiştir. MHP'li il başkanlarının 10'u (%14,5) ilk 5 arasında, 21'i (%30,4) ilk 6-10 arasında, 17'si (%24,6) ilk 11-15 arasında, 4'ü (%5,8) ilk 16-20 arasında, 2'si (%2,9) ilk 21-25 arasında cevabını verirken 15'i (%21,7) bilmiyorum cevabını vermiştir. HDP'li il başkanlarının ise 14'ü (%22,2) ilk 5 arasında, 16'sı (%25,4) ilk 6-10 arasında, 8'i (%12,7) ilk 11-15 arasında, 8'i (%12,7) ilk 16-20 arasında, 1'i (%1,6) ilk 21-25 arasında görmekte iken 16'sı (%25,4) gelecekte Türk turizminin turist sayısı sıralamasındaki yeri için bilmiyorum cevabını vermiştir. AKP'lilerin daha yüksek oranda Türkiye'nin ilk beş içinde olacağını söylemeleri kendi partilerinin iktidarda olmaları ile açıklanabilir.

Bir diğer öngörü sorusu gelir bazında sorulmuştur. "2023 yılına gelindiğinde sizce dünya turizm geliri sıralamasında Türkiye'nin sırası ne olacaktır?" sorusuna ankete katılan 481 siyasetçinin 136'sı (%28,3) 2023'de Türkiye'yi dünya turizm gelir sıralamasında ilk 5 arasında görmektedir. 151'i (%31,4) ilk 6-10 arasında, 60'ı (12,5) ilk 11-15 arasında, 37'si (%7,7) ilk 16-20 arasında, 17'si ise (%3,5) ilk 21-25 arasında olacağı öngörüsünde bulunmuştur. 80 (%16,6) siyasetçi ise bilmiyorum cevabını vermiştir. Milletvekillerinin 39'u (%24,4) ilk 5 arasında, 67'si (41,9) ilk 6-10 arasında, 20'si (%12,5) ilk 11-15 arasında, 16'sı (%10) ilk 16-20 arasında, 10'u ise (%6,3) ilk 21-25 arasında cevabını vermiştir. 8'i (%5) ise bilmemektedir. Dolayısıyla ankete katılan siyasetçilerin %28,3'ü ile milletvekillerinin %24,4'ünün stratejide belirlenen hedefle doğru orantılı bir öngöründe olduğu söylenebilmektedir.

Milletvekillerinin yaklaşık %66'sı ise turizm gelirleri bakımından 2023'de Türkiye'yi dünya sıralamasında ilk 10 içerisinde değerlendirmektedir.

Katılımcı 33 belediye başkanının 10'u (%30,3) 2023'de Türkiye'yi dünya turizm gelir sıralamasında ilk 5 arasında görürken, 13'ü (%39,4) ilk 6-10, 4'ü (12,1) ilk 11-15, 4'ü (%12,1) ilk 16-20 arasında olacağını düşünmektedir. 2 belediye başkanı (%6,1) ise bilmiyorum cevabını vermiştir. Dolayısıyla, belediye başkanlarının %70'inin Türkiye'nin ilk 10'da yer alacağını öngördükleri anlaşılmaktadır.

Siyasi partilerin il başkanlarının partilerine göre dağılımıyla gelecek öngörülerini incelendiğinde AKP'li il başkanlarının 55'inin (%73,3) Türkiye'yi gelir sıralamasında ilk 5 arasında, 19'unun (%25,3) ilk 6-10 arasında, 1'inin (%1,3) ilk 11-15 arasında gördükleri anlaşılmaktadır. CHP'li il başkanlarının 9'u (%11,1) ilk 5 arasında görürken, 16'sı (%19,8) ilk 6-10 arasında, 9'u (%11,1) ilk 11-15 arasında, 5'i (%6,2) ilk 16-20 arasında, 2'si (%2,5) ilk 21-25 arasında olacağı görüşündedir. 40 (%49,4)'ı ise bilmiyorum cevabını vermiştir. MHP'li il başkanlarının 9'u (%13) ilk 5 arasında, 22'si (%31,9) ilk 6-10 arasında, 17'si (%24,6) ilk 11-15 arasında, 4'ü (%5,8) ilk 16-20 arasında, 2'si (%2,9) ilk 21-25 arasında olacağını öngörürken, 15'i (%21,7) bilmiyorum cevabını vermiştir. HDP'li il başkanlarının ise 13'ü (%20,6) ilk 5 arasında, 14'ü (%22,2) ilk 6-10 arasında, 9'u (%14,3) ilk 11-15 arasında, 8'i (%12,7) ilk 16-20 arasında, 3'ü (%4,8) ilk 21-25 arasında görmekte iken 15'i (%23,8) gelecekte Türk turizminin gelir sıralamasındaki yeri için bilmiyorum cevabını vermiştir. Bu bulgulardan da anlaşılacağı üzere; iktidar partisinin il başkanlarının büyük bir çoğunluğu (yaklaşık 3/4'ü) turizm 2023 vizyonunun öngördüğü gibi turizmi gelir sıralamasında ilk beşte görmektedir. Muhalefet partilerinde ise bu öngörü düşük düzeylerde kalmıştır. Bu durum iktidar partisi il başkanlarının turizmde yükselme yaşanacağını düşündükleri şeklinde yorumlanabilir. Aynı zamanda iktidar partisinin

yerel siyasetçilerinin kendi partisinin uygulamalarına olumlu onay ya da destek verdiği şeklinde de düşünülebileceği gibi, 2023'ü sürekli uygulama ve demeçlerinde kullanan partisinin olumlu gidişatını yansıtmaya algısıyla bu öngöründe buldukları söylenebilir. Buna bağlı olarak muhalefet partilerinin yerel temsilcilerinin de bu algı temelinde tam tersi olarak görüş bildirdikleri de söylenebilir.

#### **V. 10. Siyasetçilerin Turizm Sektörü Temsilcilerine Yönelik Görüşleriyle İlgili Bulgular**

“Siyasetçilerin turizm sektörünün meclisteki turizm çalışmalarına ne derece destek/katkı sağladığına dair düşüncesi nedir?” araştırma sorusunu cevaplamak üzere, ankete katılan siyasetçilere “Sizce meclisteki turizm çalışmalarına turizm sektörü ne derece destek/katkı sağlamaktadır?” sorusu sorulmuştur. Verdikleri yanıtlardan elde edilen bulgulara göre, bu desteği siyasetçilerin 5'i (%1) çok yüksek, 76'sı (%15,8) yüksek, 279'u (%58) orta, 97'si (%20,2) düşük, 24'ü (%5) çok düşük olarak değerlendirmektedir. Milletvekillerin 4'ü (%2,5) çok yüksek, 26'sı (%16,3) yüksek, 86'sı (%53,8) orta, 35'i (%21,9) düşük, 7'si (%4,4) çok düşük cevabını vermiştir. 2 milletvekili (%1,3) ise soruya cevap vermemiştir. Belediye başkanlarından 8'i (%24,2) yüksek, 15'i (%45,5) orta, 10'u (%30,3) düşük cevabını vermiştir. Siyasetçilerin turizm sektör temsilcilerinin orta, düşük ve çok düşük destek verme oranları bulgularına göre sektörün meclis çalışmalarına katkılarını vasat buldukları söylenebilir. Oysa turizm gibi önemine sıkça değinilen bir sektörün temsilcilerinin, siyasetçiler tarafından meclisteki çalışmalara daha fazla katkı sağlamalarının belirtilmesi beklenmelidir.

İl başkanlarındaki durum ise partilerine göre aktarılacak olursa; AKP'li il başkanlarındaki dağılım 1 (%1,3) çok yüksek, 37 (%49,3) yüksek, 23 (%32) orta, 8 (%10,7) düşük, 5 (%6,7) çok düşük şeklindedir. CHP'li il başkanlarından çok yüksek ve yüksek cevabını veren siyasetçi bulunmamakta, 74 kişi (%91,4) orta, 7 kişi (%8,6) ise

düşük oranda destek verdiklerini belirtmiştir. MHP il başkanlarından 1'i (%1,4) yüksek, 43'ü (%62,3) orta, 15'i (%21,7) düşük, 10'u (%14,5) çok düşük cevabını verirken, HDP il başkanlarının 4'ü (%6,3) bu desteğin yüksek, 35'i (%55,6) orta, 22'si (%34,9) düşük, 2'si (%3,2) ise çok düşük olduğu görüşündedirler. Bu bulgunun siyasetçilerin partilerine göre destek görüşlerinin dağılımın incelenmesiyle daha net ortaya konulabileceği düşünüldüğünden bir sonraki bölümde bu yönde bir analiz yapılmıştır.

Bir taraftan sektör örgütlerini tanımamaları ve diğer taraftan turizm sektörünün meclisteki turizm çalışmalarına orta düzeyde destek veriyorlar demeleri turizm sektöründen ne algıladıkları sorusunu gündeme getirmektedir. Bu konuda ilk akla gelen yorum, tanınan örgütler olan TÜRSAB, TÜROFED, TUROB ve illerinde yer alan örgütlerle, sektörde iş yapan kişisel tanıdıklar düşünülmüş olabileceğidir.

#### **V. 10. 1. Siyasetçilerin Turizm Sektörü Destek Derecesi Görüşlerinin Siyasi Partilerine Göre Karşılaştırmaları**

Siyasetçilerin siyasi partileri ile meclisteki turizm çalışmalarına turizm sektörünün ne derece destek/katkı sağladığı görüşleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı yönündeki araştırma sorusunu cevaplamak için veriler Ki-kare testi ile analiz edilmiştir. Analiz sonucu elde edilen bulgulara göre (Pearson  $\chi^2=129,961$ ;  $p=0,000$ ), siyasetçilerin siyasi partileri ile meclisteki turizm çalışmalarına turizm sektörünün destek/katkı sağlama konusundaki görüşleri arasında anlamlı bir ilişki vardır ( $p<0,05$ ).

İktidar partisi AKP'nin 179 katılımcısı içerisinde 4'ü (%2,2) çok yüksek, 65'i (%36,3) yüksek, 82'si (%45,8) orta, 19'u (%10,6) düşük, 7'si (%3,9) çok düşük cevabını verirken, 2'si (%1,1) cevap vermemiştir. CHP'li 132 katılımcının 1'i (%0,8) bu desteğin çok yüksek, 4'ü (%3) yüksek, 96'sı (%72,7) orta, 18'i (%20,7) düşük, 3'ü (%2,3) çok düşük olduğunu belirtirken, 1'i (%0,8) cevap vermemiştir. MHP'li 87 katılımcıdan 3'ü (%3,4) yüksek, 54'ü (%52,1) orta, 18'i (%20,7) düşük, 12'si (%13,8)



çok düşük şekilde değerlendirirken, HDP’li 81 katılımcıdan 4’ü (%4,9) yüksek, 44’ü (%54,3) orta, 31’i (%38,3) düşük, 2’si (%2,5) çok düşük görüşündedir.

Karşılaştırma bulgularına göre iktidar partisi olan AKP’nin siyasetçileri diğer parti siyasetçilerine göre toplam destek derecesi görüşü içerisinde %85,5 olmak üzere görüşleriyle turizm sektörünün meclisteki turizm çalışmalarına verdiği desteğin/katkının “yüksek” oranda olduğunu düşünmektedir. Çok yüksek diyenler de AKP’de diğerlerinden yüksek orandadır (toplam destek derecesi görüşü içerisinde %80). Ana muhalefet lideri CHP siyasetçileri bu desteğin orta düzeyde olduğunu en yüksek oranda (%34,8) belirten siyasetçilerdir. Sektörün verdiği desteğin çok düşük olduğunu söyleyenlerin oranı ise (%50) MHP’de en yüksektir. Yine HDP’de “düşük” diyenlerin oranı (%32,6) diğer partilerden yüksektir. İktidarın siyasetçilerinin bu şekilde düşünmesinin önemli bir bulgu olduğu söylenebilir. Zira bu bulguya dayanarak iktidarın siyasetçilerinin turizm sektörünün meclisteki turizm çalışmalarına verdiği desteği yüksek seviye gördüğünü, bu seviyenin çok yüksek olmasa da turizm sektörünün yasama çalışmaları açısından kendilerinde farkındalığın üzerinde bir algı yarattığı söylenebilir. İktidar partisi olarak kararlarda söz sahibi olmalarından ötürü sektör temsilcilerince kendilerine daha çok başvurulmuş olması, sektörün katkısının kendilerince daha çok bilinmesi sonucunu doğurmuştur şeklinde düşünülebilir.

Ayrıca siyasetçilerin turizm sektör temsilcilerine yönelik görüşleriyle ilgili araştırmada bir soru daha bulunmaktadır. Siyasetçilerin Turizm sektörü ile ilgili olarak, turizm örgütlerinin meclisteki turizm çalışmalarına katkıları hakkındaki görüşleri de öğrenilmek istenmiş, araştırmada “Siyasetçiler turizm örgütlerini meclisteki turizm çalışmalarına en çok katkı sunma bakımından nasıl değerlendirmektedir?” şeklinde bir sorunun da cevabı aranmıştır. Ankette buna yönelik olarak siyasetçilere “Aşağıdaki turizm örgütlerini, meclisteki turizm çalışmalarına katkı sağlamaları bakımından en çok

katkı yapana 1 vermek üzere (1/10 arası) sıralayınız” şeklinde bir soru yöneltilmiş ve en bilinen turizm örgütleri sıralanmak üzere soruda yer almıştır. Ancak siyasetçilerin bir kısmı bu sıralamayı yaparken, büyük bir çoğunluğu yapmamıştır. Gerek yüz yüze yapılan anketlerde siyasetçilerin ifadelerine dayanarak gerekse ankete düştükleri notlarından anlaşıldığı üzere; siyasetçiler bu örgütlerden başta TÜRSAB olmak üzere, TÜROFED ve TUROB ve illerindeki bazı yerel örgütler dışındakileri tanımamakta ya da bu örgütlerin meclis çalışmalarıyla ilgili hiçbir fikre sahip olmamaktadır. Hatta tanıdıkları örgütlerin de TÜRSAB dışında etkin katkıları da bulunmadığını belirtmişlerdir. Bu nedenle de bir sıralama yapamamışlar ve bu soru analiz edilememiştir. Bu durumun da, Türk turizm sektör örgütleri açısından değerlendirilmesi gereken önemli bir bulgu olduğu düşünülmekte ve siyasetçilerin sektör desteği hakkındaki açık uçlu soruya verdikleri cevaplarıyla birlikte Nitel Bulgular kısmında ayrıca değerlendirilmektedir.

#### **V. 11. Siyasetçilerin Turizmin Gelecek Yasama Döneminde Meclis Çalışmalarında Yer Alma Durumu Hakkındaki Bulgular**

Siyasetçilere “Gelecek yasama dönemi içerisinde meclis çalışmalarında turizmin ne derece yer tutacağı hakkındaki görüşleri nedir?” araştırma sorusuna cevap aramak üzere; “Sizce turizm, gelecek yasama dönemi içerisinde meclis çalışmalarında ne derece yer tutacaktır?” sorusu sorulmuştur. Seçenekler ise; çok yüksek, yüksek, orta, düşük, çok düşük şeklindedir. Siyasetçilerin genelinden elde edilen bulgulara göre, 6 kişi (%1,2), 117 kişi (%24,3) yüksek, 267 kişi (%55,5) orta, 77 kişi (%16) düşük, 12 kişi (%2,5) çok düşük cevabını verirken, 2 kişi (%0,4) cevap vermemiştir. Milletvekillerinin 6’sı (%3,8) çok yüksek, 33’ü (%20,6) yüksek, 84’ü (%52,5) orta, 29’u (%18,1) düşük, 6’sı (%3,8) çok düşük cevabını verirken, 2’si (%1,3) ise bu soruya cevap vermemiştir. Belediye başkanlarının yaklaşık yarısı yüksek oranda yer tutacağı

şeklinde değerlendirmede bulunmuş, %21'i ise düşük oranda yer alacağını öngörmüşlerdir.

Burada milletvekillerinin mecliste gündem oluşturmaları ve yasamanın direk aktörleri olmaları nedeniyle görüşlerinin daha önemli bir bulgu olduğu yorumu yapılabilir. Katılımcı milletvekilleri genel olarak turizmin mecliste çok yüksek bir derecede yer alacağı görüşünde değildir. Ancak, yüksek ve orta cevapları da göz önüne alındığında katılımcı milletvekillerinin 4'de 3'ünün turizmin gelecek yasama yılında mecliste orta derecede ve üzerinde bir yer tutacağını düşündükleri anlaşılmaktadır. Bu derece yer tutacağını düşünmüş olmaları turizm sektörünün imar ve çevre ile ilgili düzenlemeler başta olmak üzere birçok alanda yapılacak düzenlemelerle ilişkili olmasından dolayı olabilir. Belediye başkanlarının ise 16'sının (%48,5) yüksek, 10'unun (%30,3) orta, 7'sinin (%21,2) düşük cevabını vermesi, başkanların da çok yüksek derecede bir beklentileri olmadığı ama neredeyse %80'inin ve orta ve üzerinde bir derecede mecliste turizmin olacağını düşündükleri söylenebilmektedir.

Anketin diğer grubu olan il başkanları ise partilerine göre görüşlerini şu şekilde belirtmektedir: AKP'li il başkanlarından 58'i (%77,3) yüksek, 15'i (%20) orta, 2'si (%2,7) düşük, CHP'li il başkanlarının 76'sı (%93,8) orta, 5'i (%6,2) düşük cevabını vermiştir. MHP'li il başkanlarından 4'ü (%5,8) yüksek, 49'u (%71) orta, 13'ü (%18,8) düşük, 3'ü (%4,3) çok düşük derken, HDP'li il başkanlarından 6'sı (%9,5) yüksek, 33'ü (%52,4) orta, 21'i (%33,3) düşük ve 3'ü (%4,8) çok düşük cevabını vermiştir. Görüldüğü gibi iktidar partisi AKP'nin dışındaki muhalefet partilerinin yerel siyasetçilerinin bu konuda fazla bir beklentisi bulunmamaktadır ve orta ile orta derecenin altında yer tutacağı konusunda daha ağırlıkta görüşlere sahiplerdir. Bu görüşlerin daha net bir şekilde ortaya konulabilmesi için siyasetçilerin düşünceleri partilerine göre de analiz edilmiştir.

## V. 11. 1. Siyasetçilerin Gelecek Yasama Döneminde Meclis Çalışmalarında Yer Alma Durumu Görüşlerinin Partilerine Göre Karşılaştırılması

Siyasetçilerin partileri ile gelecek yasama döneminde meclis çalışmalarında yer alma durumu hakkındaki görüşleri aranda anlamlı bir ilişki olup olmadığı araştırma sorusuna cevap aramak amacıyla veriler Ki-kare testiyle analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular (Pearson  $\chi^2=176,317$ ;  $p=0,000$ ) araştırmaya katılan siyasetçilerin partileri ile gelecek yasama döneminde meclis çalışmalarında yer alma durumu hakkındaki görüşleri aranda anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir ( $p<0,05$ ).

AKP’li katılımcılar içerisinde 3’ü (%1,7) çok yüksek, 98’i (%54,7) yüksek, 67’si (%37,4) orta, 10’u (%5,6) düşük cevabını verirken, 1’i ise (%0,6) cevap vermemiştir. CHP’li 132 katılımcıdan 3’ü (%2,3) çok yüksek, 5’i (%3,8) yüksek, 99’u (%75) orta, 21’i (%15,9) düşük cevabını vermiştir. MHP’li 87 katılımcıdan 7’si (%8) yüksek, 60’ı (%69) orta, 16’sı (%18,4) düşük, 4’ü (%4,6) çok düşük cevabını vermiştir. HDP’li 81 katılımcıdan 7’si (%8,6) yüksek, 41’i (%50,6) orta, 29’u (%35,8) düşük, 3’ü (%3,7) çok düşük cevabını verirken, 1’i (%1,2) ise soruya cevap vermemiştir.

AKP muhalefet partilerine oranla oldukça yüksek bir oranda (%83,8) turizmin gelecek yasama dönemi içerisinde meclis çalışmalarında “yüksek” derecede yer alacağı görüşündedir. Ayrıca sadece AKP’li katılımcılarda “çok düşük” görüşüne sahip siyasetçi bulunmamaktadır. Bu bulgu, AKP’nin seçimler sonucu iktidar partisi olarak devam edeceği öngörülmüş olma olasılığı ile açıklanabilir. Çünkü iktidar olacakları beklentisiyle AKP temsilcilerine birçok talep iletilmiş olabilir ve/veya iktidar partisi mensupları kendi illeri ile ilgili talepte bulunmuş ya da bulunmayı düşünüyor olabilir. Bu talepler doğrultusunda da AKP mensupları gelecek yasama döneminde turizmin mecliste yer alma oranının yüksek düzeyde gerçekleşebileceğini düşünmüş olabilirler.

## **V. 12. Siyasetçilerin Temsilcisi Oldukları İllerle İlgili Araştırma Sorularına İlişkin Bulgular**

Siyasetçilerin temsilcisi oldukları illerle ilgili araştırma soruları; seçmenlerinden kendilerine ne sıklıkta talepte bulunulduğu, bulunulduysa bu taleplerin neler olduğudur. Ayrıca en çok yabancı turist alan iller ile bunların dışında kalan iller açısından talep sıklığının farklılık gösterip göstermediği, siyasetçilerin temsilcisi oldukları illerinin turizm endüstrisinin gelişimine yardımcı olmaya yönelik destekleri olup olmadığı, siyasetçilerin partilerinin destek verme durumlarının farklılaşp farklılaşmadığı, illerine gelen turistlerin siyasetçiler için ne anlam ifade ettiği bu bölümde bulguları ortaya konacak olan diğer araştırma sorularıdır.

### **V. 12. 1. Siyasetçilere İllerinden Gelen Turizme Yönelik Talep Sıklıkları İle İlgili Bulgular**

Siyasetçilerin temsilcisi oldukları illerle ilgili araştırma sorularından ilki seçmenlerinden kendilerine ne sıklıkta talepte bulunulduğudur. Bu amaçla ankette yer verilen “İlinizde bulunan seçmenler sizden turizme yönelik ne sıklıkla talepte bulunmaktadırlar?” sorusu sorulmuştur. Elde edilen bulgulara göre, 481 siyasetçi arasından 305’i (%63,4) hiç, 29’u (%6) haftada bir, 51’i (%10,6) ayda bir, 31’i (%6,4) üç ayda bir, 38’i (%7,9) altı ayda bir, 27’si (%5,6) yılda bir cevabını vermiştir. 160 milletvekilinin 88’i (%55) hiç, 13’ü (%8,1) haftada bir, 24’ü (%15) ayda bir, 14’ü (%8,8) üç ayda bir, 13’ü (%8,1) altı ayda bir, 8’i (%5) yılda bir cevabını verirken, katılımcı belediye başkanlarından 12’si (%36,4) hiç, 4’ü (%12,1) haftada bir, 5’i (%15,2) ayda bir, 7’si (%21,2) üç ayda bir, 2’si (%6,1) altı ayda bir, 3’ü (%9,1) ise yılda bir cevabını vermiştir.

İl başkanlarındaki dağılım ise şu şekildedir: AKP’li il başkanlarının 41’i (%54,7) hiç talepte bulunulmadığını belirtirken, 5’i (%6,7) haftada bir, 14’ü (%18,7)

ayda 1, 5'i (%6,7) 3 ayda 1, 4'ü (%5,3) 6 ayda 1, 6'sı (%8) yılda 1 cevabını vermiştir. CHP'li il başkanlarının 69'u (%66,7) hiç talepte bulunulmadığını belirtirken, 1'i (%1,2) ayda 1, 2'i (%2,5) 3 ayda 1, 6'sı (%7,4) 6 ayda 1, 3'ü (%3,7) yılda 1 cevabını vermiştir. MHP'li il başkanlarının 46'sı (%66,7) hiç, 5 kişi (%7,2) haftada 1, 7'si (%10,1) ayda 1, 1'i (%1,4) 3 ayda 1, 7'si (%10,1) 6 ayda 1, 3'ü (%4,3) yılda 1 cevabını verirken, HDP'li il başkanlarının 49'u (%77,8) hiç, 2'si (%3,2) haftada 1, 2'si (%3,2) 3 ayda 1, 6'sı (%9,5) 6 ayda 1, 4'ü (%10,1) yılda 1 cevabını vermiştir.

Bulgulardan anlaşıldığı gibi siyasetçilerin hem genel olarak hem de görevleri itibariyle kendilerine gelen taleplerin sıklığı çok azdır. Şaşırtıcı bir şekilde siyasetçiler yüksek oranlarda hiç talep gelmediğini belirtmişlerdir. Sadece belediye başkanlarında mevcut talepler biraz daha sık görülmektedir. İl başkanlarında da iktidar partisi AKP'de dahil olmak üzere hiç talep almadığını belirten siyasetçiler her partide yarından fazladır. Muhalefet partilerinde bu oran %60'lar 70'ler civarındadır. İktidar partisi olarak AKP örgütüne başvuru için talepte bulunulması doğal karşılanmalıdır. Ancak 75 İlin, iktidar partisi il başkanının yarısından fazlasına hiç talep gelmemesinin belki il örgütlerinin bu konuda etkisinin olamayacağı yönünde düşündüklerini, belki de daha öncelikli taleplerini iletmeyi tercih ettiklerini akla getirmektedir. Bu nedenle bu bulgunun, hem turizm illerine göre yapılan analizin, hem de gelen turizm taleplerinin neler olduğu ile ilgili açık uçlu soruların analizinin bulgularıyla birlikte değerlendirilmesinin daha sağlıklı olacağı söylenebilir.

#### **V. 12. 1. 1. Siyasetçilere İllerinden Gelen Turizme Yönelik Talep Sıklıkları ile Turizm İli Karşılaştırılması**

Bir diğer araştırma sorusu en çok yabancı turist alan iller ile bunların dışında kalan iller açısından talep sıklığının farklılık gösterip göstermediğidir. Siyasetçilerin illerinden gelen talep sıklıkları hakkındaki cevapları ile bu illerin turizm

ili olup olmaması arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek için Ki-kare testinden faydalanılmıştır. Bulgulara göre, yabancı turistlerin en çok geldiği ilk sekiz ilin 89 katılımcı siyasetçisi içerisinde 48'inin (%53,9) hiç, 12'sinin (%13,5) haftada bir, 11'inin (%12,4) ayda bir, 6'sının (%6,7) üç ayda bir, 8'inin (%9) altı ayda bir, 4'ünün (%4,5) yılda bir cevabını verdiği tespit edilmiştir. Diğer illerin 392 siyasetçisininin 257'si (%65,6) hiç, 17'si (%4,3) haftada bir, 40'ı (%10,2) ayda bir, 25'i (%6,4) üç ayda bir, 30'u (%7,7) altı ayda bir, 23'ü (%5,9) yılda bir cevabını vermiştir. Ki kare analiz sonuçları ise siyasetçilerin illerinden gelen talep sıklıkları hakkındaki cevapları ile bu illerin turizm ili olup olmaması arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığını göstermektedir ( $p=0,095$ ,  $p>0,05$ ). Dolayısıyla uluslararası turizm yönünden gelişmiş iller ile diğerlerinin siyasetçilerine illerinden talep gelme sıklığının farklılık arz etmemesi farklı şekillerde yorumlanabilir. 481 siyasetçinin %63,4 gibi bir oranına hiç talep gelmemesi siyasetçilere ihtiyaç duyulmaması şeklinde değil de; bireysel olarak taleplerin karşılanma olasılığının düşüklüğü nedeniyle kişilerde oluşan çekincelerden, örgütsüzlükten, işsizlik gibi sorunlarla ilgili taleplerin önceliğinden ya da turizmin birçok sektörle iç içe olmasından dolayı taleplerin turizm özeline mal edilmemesinden kaynaklandığı şeklinde yorumlanabilir.

#### **V. 12. 1. 2. Siyasetçilere İllerinden Gelen Turizme Yönelik Taleplerin Neler Olduğu ile İlgili Bulgular**

Açık uçlu bir soruyla siyasetçilere illerinden gelen talepler mevcut ise bunların neler oldukları sorulmuş, bu soruya verilen 162 cevap içerik analiziyle test edilmiş ve analiz sonucu Tablo 24 oluşturulmuştur. Tabloda da görüldüğü gibi 241 ifade “Turizm Potansiyelinin Artırılması ve Geliştirilmesine Yönelik Talepler”, “Sorunlarla İlgili Talepler” ve “Düzenlemelerle İlgili Talepler” olmak üzere 3 kategoride toplanmıştır.

**Tablo 24:** Siyasetçilere İllerinden Gelen Turizme Yönelik Talepler

	<b>KULLANILAN İFADELER</b>	$\Sigma_i$	$\Sigma_i (241)$	<b>%</b>	<b>% (100)</b>
<b>1-Turizm Potansiyelinin Arttırılması ve Geliştirilmesine Yönelik Talepler</b>	(1.1) Tanıtıma yönelik talepler	27	94	28,7	39
	(1.2)Yeni alanların turizme açılması yönündeki talepler	17		18	
	(1.3) İlin turizmine yatırım yapılmasına yönelik talepler	15		16	
	(1.4) Dağcılık ve kış turizminin geliştirilmesine yönelik talepler	7		7,5	
	(1.5) İnanç turizminin geliştirilmesine yönelik talepler	7		7,5	
	(1.6 ) Sağlık/termal turizmin geliştirilmesine yönelik talepler	6		6,4	
	(1.7) Gezi talepleri	5		5,3	
	(1.8)Yayla turizminin geliştirilmesine yönelik talepler	4		4,2	
	(1.9) Doğa turizminin geliştirilmesine yönelik talepler	3		3,2	
	(1.10) Kazı için destek talepleri	3		3,2	
<b>2- Sorunlarla İlgili Talepler</b>	(2.1) Tesislerin arttırılmasına yönelik talepler	27	89	30,3	37
	(2.2) Ulaşım sorunlarının giderilmesine yönelik talepler	18		20,2	
	(2.3) Tarihi alanların korunmasına yönelik talepler	17		19,1	
	(2.4) İşsizlik sorunu için iş talepleri	11		12,4	
	(2.5) Temizlik Sorunlarının giderilmesine yönelik talepler	6		6,7	
	(2.6) Doğanın korunmasına ne yönelik talepler	5		5,6	
	(2.7) Bürokratik engelleri aşma talepleri	5		5,6	
	(3.1) Restorasyon talepleri	12	58	20,7	24
	(3.2) Çevre düzenlemelerine yönelik talepler	12		20,7	



<b>3-Düzenlemelerle İlgili Talepler</b>	(3.3) İstihdam koşullarının düzenlenmesine yönelik talepler	9	15,5
	(3.4) Vergi oranlarının düzenlenmesine yönelik talepler	8	13,8
	(3.5) Teşviklerin arttırılmasına yönelik talepler	8	13,8
	(3.6) Yatırım maliyetlerinin azaltılmasına yönelik talepler	5	8,6
	(3.7) Tesislerin iyileştirilmesine yönelik talepler	4	6,9

Siyasetçilerin spesifik olarak ismen belirttiği illeri özelindeki turizm destinasyonları ve kaynakları ile ilgili talepleri genel olarak kodlanmaya çalışılmıştır. Siyasetçiler sıklığı en yüksek ifadelerden anlaşılacağı gibi illerinden en çok turizme yönelik olarak il tanıtımı ya da bölge tanıtımı ile tesislerin arttırılması için talep almaktadırlar. Tanıtım konusunda direk illerin geneli yönünde talep olduğu gibi özellikle destinasyon belirten ifadeler vardır. Örneğin, Hattuşaş'ın tanıtımı, Ilgaz Dağı'nın, tanıtımı, Küçük Ağı Dağı'nın tanıtımı gibi.

Siyasetçilere turizmin potansiyelinin arttırılması ve geliştirilmesine yönelik olarak tanıtımdan sonra en sık gelen talepler, yeni alanların turizme açılmasına ve ilin turizmi için yatırım yapılmasına yönelik taleplerdir. Halk ya da STK'lar özellikle potansiyeli olduğuna inandıkları ve bölgeye katkı sağlayacağını düşündükleri için turizme açılmasını istedikleri yerleri ismen ya da genel olarak talep etmişlerdir. Bunların dışında alternatif turizm talepleri de sıkça ifade edilmiştir. İlde potansiyeli olduğu düşünülen birçok turizm türü taleplerde 1 defa da olsa geçmektedir. Bu konuda sıklığı en çok ifade edilen ve tabloya yansıtılan talepler dağcılık ve kış, inanç, sağlık/termal, yayla ve doğa turizminin geliştirilmesi talepleridir. Bu bulgu, çok çeşitli illerde ya da bölgelerde halkın turizm ve turizmin etkilerinin farkında oldukları ve

turizmin çeşitlendirilmesini istediklerini ortaya koymaktadır. Ayrıca illerde tarihi potansiyeli olan ve henüz gün yüzüne çıkarılmamış alanlar için kazı talepleri ve genellikle yerel yönetimlere olmak üzere halktan gezi talepleri de gelmektedir.

Siyasetçilere turizm ve turizmi ilgilendiren konularda sıkça sorunlarla ilgili talepler de gelmektedir. Bu sorunlar da ilin turizmi ya da genel turizm sorunlarıyla ilgili olabilmektedir. Örneğin bir Nevşehir milletvekiline “balonculuk sorunları” ile ilgili talep gelirken, her görevdeki siyasetçiye ulaşım ile ilgili sorunların giderilmesine yönelik talepler gelebilmektedir.

Bu grup için sıklığı en yüksek ifade tesislerin arttırılmasıdır. Genellikle ilde ya da bölgede konaklama tesislerinin yetersizliği ile ilgili ifadeler bulunmakta ve arttırılması için destek talep edilmektedir.

Ulaşım sorunları da turizm talepleri konusunda en sıkça aktarılan sorunlardan birisi olup, çözümüne yönelik siyasetçilere talepler gelmektedir. Örneğin birkaç ilde hızlı tren istenirken, bir diğerinde direk uçuş istenmekte, ulaşım sorunu olan ve havaalanı olmayan bir ilde havaalanı talep edilmektedir. Yerel de ise bir destinasyona ulaşım güzergahı vb. talepler gelebilmektedir.

Bir diğer sıkça ifade edilen talep halktan ya da sektör uygulayıcılarından gelen illerinin ya da yaşadıkları bölgenin tarihi kaynaklarının korunması talebidir. Bir siyasetçi halktan özellikle “...Tarihin makyajlanmaması, tarihi dokunun bozulmaması için, mevcut tarihi yapıların korunması için” talepler geldiğini belirtmiştir. Bu koruma algısının da memnuniyet verici bir algı olduğu söylenebilir. Örneğin Ağrı milletvekili kendisinden Patnos İlçesi Sultan Alpaslan Anıtı'nın tarihi önemi nedeniyle sit alanı olması talep edildiğini ve gerçekleştirdiklerini belirtmiştir. Hasankeyf'in korunması vb. talepler spesifik olarak yine illere özgü talep ifadeleridir.

Halktan işsizlik sorunları için de iş talebi gelmektedir. Burada sıklığı ifade edilen talepler turizm sektörüne yönelik olarak iş imkânları konusundadır. Bu durum ise işsizliğin büyük boyutlarda olduğu Türkiye’de doğal bir talep haline gelmiştir.

Temizlik sorunlarının giderilmesi talepleri de sıkça gelmektedir. İfadelerden temizliğin ilde önemli bir turizm sorunu olarak görüldüğü anlaşılmaktadır. Bu konuda en dikkat çeken ise Van Milletvekili’ne gelen Van Gölü’nün kirlilik sorununun giderilmesi talebidir. Milletvekili endişe verecek boyutta olduğunu belirttiği bu konuda meclise soru önergesi verdiğini belirtmiştir.

Siyasetçilere doğanın korunması için de sıkça taleplerde bulunmaktadır. Örneğin Mersin milletvekillerine doğa koruma talebi ifadesi altında nükleer santral yapılmaması için destek talebinde bulunulmuştur. Yine bir İzmir Milletvekili’ne Hidro Elektrik Santrallerin kontrolsüzlüğünün yarattığı tahribat nedeniyle doğanın ve ormanların korunması talebinde bulunulmuştur. Yine bir siyasetçiye turizm destinasyonundaki denize kurulan balık çiftliklerinin doğaya zarar vermesi gerekçesiyle kaldırılması talebinde bulunulmuştur. Siyasetçilere ayrıca illerinden girişimci ya da turizm sektör yatırımcılarından bürokratik engelleri aşma ya da bürokrasiyi kolaylaştırma talepleri gelmektedir.

Düzenlemelerle ilgili talepler kategorisinin en yüksek ifadelerini “restorasyon talepleri” ve “çevre düzenlemeleri” talepleri oluşturmaktadır. Bu talepler halktan geldiği gibi sektörden de gelebilmektedir. Çevre düzenlemelerinde ise daha çok yeşil alanlar, parklar gibi düzenlemeler için genellikle yerel yöneticilerden destekler talep edilmektedir.

İstihdam koşullarının düzenlenmesi talepleri ise daha çok mevsimlik çalışma, iş garantisi, ücretler, nitelikli eleman gibi istihdam koşullarının düzenlenmesi şeklindedir. Vergi oranlarının düzenlenmesi, teşviklerin arttırılması, yatırım

maliyetlerinin azaltılması için destek talepleri de sektörden ya da girişimcilerden siyasetçilere gelen taleplerdendir. Bir milletvekili, turizmde vergilerin genel olarak düşürülmesi için gündeme getirilmesinin ve destek verilmesinin talep edildiğini belirtmekte, bir başka milletvekili sektörden içkideki KDV oranının düşürülmesi talebinin geldiğini ifade etmektedir.

Bu kategorinin son ifadesini ise halktan yerel siyasetçilere gelen tesislerin iyileştirilmesi talepleri oluşturmaktadır. Taleplerde tesislerin niteliksiz ve bakımsız olduğu ve iyileştirilmesi gerektiği yönünde ifadeler bulunmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde illerindeki halktan ve sektörden; koruma, tanıtım, turizm potansiyelinin geliştirilmesi, sorun çözme, gündeme getirme, düzenleme ve yenileme gibi talepler geldiği anlaşılmaktadır. Siyasetçiler turizm konusunda gelen taleplerin fazla olmadığını da gerek notlarında gerek sözlü olarak belirtmişlerdir. Halktan gelen genel taleplerin genellikle kendilerine ya da aile bireylerin iş, atama, terfi vb. konularda olduğunu belirtmektedirler. Türkiye'nin işsizlik sorunu gibi temel bir sorununun varlığı düşünüldüğünde bu son derece doğal olarak görülmelidir. Halktan bir bireyin seçim dönemleri dışında siyasetçilere ulaşmasının hele de bu siyasetçi bir milletvekili ya da bakan ise oldukça zor olduğu genel bir kanıdır. Vatandaşlar ise bu nedenle siyasetçiye ulaşabildiklerinde en öncelikli olan ekonomik sorunlarına çare aramakta ve iş taleplerini aktarmaktadırlar. İlleriyle ya da bölgeleriyle ilgili yine ekonomik çıkarlarının olduğu talepleri mevcut olduğunda ise az da olsa bu, siyasetçilere ilettikleri bulgulardan anlaşılmaktadır.

## **V. 12. 2. Siyasetçilerin İllerinin Turizm Endüstrisinin Gelişimine Yardımcı Olmaya Yönelik Destekleri Hakkındaki Bulgular**

Siyasetçilerin temsilcisi oldukları illerle ilgili olarak araştırma sorularından bir diğeri illerinin Turizm endüstrisinin gelişimine yardımcı olmaya yönelik herhangi

bir çalışmaya destek olup olmadıkları, oldular ise bunların neler olduğudur. Bu amaçla kendilerine ankette “İlinizin Turizm endüstrisinin gelişimine yardımcı olmaya yönelik herhangi bir çalışmaya destek oldunuz mu?” sorusu sorulmuştur. Bu soruya ait nicel bulgular ve ardından açık uçlu soruya ait nitel bulgular konu bütünlüğünün bozulmaması açısından “Nitel Bulgular” başlığı yerine, bu başlık altında değerlendirilecektir.

Siyasetçilerin, milletvekillerinin ve belediye başkanlarının illerinin turizm endüstrisinin gelişimine yardımcı olmaya yönelik destekleri hakkındaki verdikleri bilgilere göre, siyasetçilerin 153’ü (%31,8) evet, 296’sı (%61,5) hayır, 31’i (%6,4) hatırlamıyorum cevabını verirken 1’i (%0,2) cevap vermemiştir. Görüldüğü gibi genel olarak siyasetçilerin hayır deme oranı oldukça yüksektir. Milletvekillerinin 59’u (%36,9) evet, 74’ü (%46,3) hayır, 26’sı (%16,3) hatırlamıyorum cevabını verirken 1’i (%0,6) ise cevap vermemiştir. Milletvekillerinin de yarıya yakını illerinin turizm endüstrisinin gelişimine yardımcı olmaya yönelik destekleri olmadığını belirtmişlerdir. Belediye başkanlarının 25’i (%75,8) evet, 7’si (%21,2) hayır, 1’i (%3) hatırlamıyorum cevabını vermiştir. Bu dağılımlardaki “hayır” oranlarının milletvekillerine göre belediye başkanlarında daha düşük ve evet oranının da yüksek oluşu turizmin yerel düzeyde belediyelerin daha hakim oldukları, sahip çıktıkları ve destek verdikleri bir alan olması nedeninden kaynaklanabilir.

İl başkanlarındaki dağılıma göre ise, AKP’li il başkanlarından 35’i (%46,7) evet, 39’u (%52) hayır cevabını verirken, 1’i (%1,3) hatırlamıyorum cevabını vermiştir. CHP’li il başkanlarının 6’sı (%7,4) evet, 73’ü (%90,1) hayır, MHP’li il başkanlarının 21’i (%30,4) evet, 47’si (%68,1) hayır, HDP’li il başkanlarının 7’si (%11,1) evet, 56’sı (%88,9) hayır cevabını vermiştir. İktidar partisi il başkanlarından destek vermediklerini belirtenlerinin oranı nispeten biraz daha yüksek iken yaklaşık olarak verenlerle yarı

yarıyadır. Muhalefetteki partilerin il temsilcilerinin ise belki talep gelmemesi ve bu taleplere göre destek vereceklerini düşündüklerinden belki de iktidar gücünün ellerinde olmaması nedenleriyle talep almamaları ve dolayısıyla destek verememelerinden dolayı bu oranların oldukça yüksek olduğu söylenebilir.

#### **V. 12. 2. 1. Siyasetçilerin Partileri ile İllerinin Turizm Endüstrisinin Gelişimine Yardımcı Olmaya Yönelik Desteklerinin Karşılaştırılması**

Siyasetçilerin partileri ile illerinin turizm gelişimine yardımcı olmaya yönelik destekleri konusundaki cevapları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı araştırma sorusu için Ki-kare analizine başvurulmuştur. Analiz sonucu elde edilen bulgulara göre (Pearson  $\chi^2= 43,438$ ;  $p=0,000$ ), siyasetçilerin partileri ile illerinin turizm gelişimine yardımcı olmaya yönelik destekleri konusundaki cevapları arasında anlamlı bir ilişki vardır ( $p<0,05$ ).

AKP'nin 179 katılımcısı içerisinde 77'si (%43) evet, 81'i (%45,3) hayır, 21'i (%11,7) hatırlamıyorum cevabını verirken CHP'li 132 katılımcının 30'u (%22,7) evet, 94'ü (%71,2) hayır, 7'si (%5,3) hatırlamıyorum cevabını vermiştir. 1 kişi ise (%0,2) cevap vermemiştir. MHP'li 87 katılımcı içerisinde 27'si (%31) evet, 58'i (%66,7) hayır, 2'si (%2,3) hatırlamıyorum, HDP'li 81 katılımcının ise 17'si (%21) evet, 63'ü (%77,8) hayır, 1'i ise (%1,2) hatırlamıyorum cevabını vermiştir. Toplam destek yüzdeleri içerisinde ise iktidar partisi AKP'nin %51 ile diğer partilere göre en fazla destek veren parti olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu da AKP'nin iktidar gücünü elinde bulundurması nedeniyle, siyasetçilerinin illerine daha fazla destek imkânına sahip olmasıyla açıklanabilir.

## **V. 12. 2. 2. Siyasetçilerin İllerinin Turizm Endüstrisinin Gelişimine Yardımcı Olmak İçin Destek Oldukları Çalışmaların Neler Olduğuna Dair Bulgular**

Siyasetçilerin temsilcisi oldukları illerinin turizm endüstrisinin gelişimine yardımcı olmak için destek oldukları çalışmalar olup olmadığı sorusuna “evet” şeklinde cevap veren 153 siyasetçinin 146’sı, bu çalışmaların neler olduğunu, sorulan açık uçlu soruya verdikleri cevaplarda belirtmişlerdir. Bu cevaplar içerik analizine tabi tutulmuştur.

Siyasetçilerin İllerinin turizm endüstrisinin gelişim çalışmalarına verdikleri destekleri açıkladıkları cevaplarının analizi sonucu elde edilen toplamda 238 frekansa sahip 25 ifade; “Yenilikçi”, “Düzenleyici”, “Korumacı”, “Tanıtıma Yönelik”, “İşbirliği Odaklı Çalışmalar” olmak üzere beş kategoride birleştirilmiş ve Tablo 25 oluşturulmuştur. Buna göre, cevapların en yüksek frekansını “Yeni turistik ürünlerin ortaya konması” almaktadır. Siyasetçilerin desteklediği düzenleyici çalışmaların en yüksek frekansını “Ulaşım düzenlemeleri”, Korumacı çalışmaların “Restorasyon çalışmaları”, Tanıtıma yönelik çalışmaların en sıklığı yüksek ifadesini “Turizm destinasyonu/ürünü tanıtım çalışmaları”, İşbirliği odaklı çalışmaların ise “STK’larla turizm işbirliği çalışmaları” almıştır.

**Tablo 25:** Siyasetçilerin İllerinin Turizm Endüstrisinin Gelişimi İçin Destek Oldukları Çalışmalar

	<b>KULLANILAN İFADELER</b>	$\Sigma_i$	$\Sigma_i$ (238)	%	% (100)
<b>1-Yenilikçi Çalışmalar</b>	(1.1) Yeni turistik ürünlerin ortaya konması	26	75	34,6	31,5
	(1.2) Yeni alanların turizme açılması	15		20	
	(1.3) Proje çalışmaları	15		20	
	(1.4) Yeni tesis oluşturmaya destek	13		17,3	
	(1.5) Kazı çalışmalarına başlama desteği	3		4	
	(1.6) Etkinlik organizasyonları	3		4	
<b>2-Düzenleyici Çalışmalar</b>	(2.1) Ulaşım düzenlemeleri	22	63	34,9	26,5
	(2.2) Turizm merkezlerinin düzenlenmesi	15		23,8	
	(2.3) Doğal çevre düzenlemeleri	9		14,3	
	(2.4) Konaklama /yiyecek içecek vb. turistik tesis düzenlemeleri	8		12,7	
	(2.5) Alt yapı çalışmaları	5		7,9	
	(2.6) Hizmet kalitesini artırma çalışmaları	4		6,3	
<b>3-Korumacı Çalışmalar</b>	(3.1) Restorasyon çalışmaları	16	41	39	17,2
	(3.2) Turizmde koruma sorunlarını çözmek için gündeme taşıma	10		24,4	
	(3.3) Nükleer/ sanayi/ taş ocağı/ termik santral kararlarına karşı çıkma çalışmaları	5		12,2	
	(3.4) Tarihi eserlerin korunması	4		9,8	
	(3.5) Bilinç oluşturma çalışmaları	3		7,3	
	(3.6) Doğanın korunması	3		7,3	
<b>4- Tanıtma Yönelik Çalışmalar</b>	(4.1) Turizm destinasyonu/ürünü tanıtım çalışmaları	16	31	51,6	13
	(4.2) Çalıştay/fuar/festival/basın vb. toplantılar	13		42	
	(4.3) Film /dizi çalışmalarına destek	2		6,2	



<b>5- İşbirliği Odaklı Çalışmalar</b>	(5.1) STK'larla turizm işbirliği çalışmaları	9	28	32,1	11,8
	(5.2) Yatırımcılara ve girişimcilere destek	6		21,4	
	(5.3) Kamuoyu oluşturma	6		21,4	
	(5.4) Bürokratik engelleri aşma/hızlandırma desteği	4		14,4	
	(5.5) Bütçe desteği için yardım	3		10,7	

Turizmin, tarihi alanlardan doğal kaynaklara, ulaşımdan çevre düzenlemelerine kadar birçok unsurdan oluşması ve birçok alanla direk ve dolaylı ilişkili olması nedeniyle cevaplarda da bunun yansımaları rahatlıkla görülebilmektedir. Her ilin siyasetçisinin genel ifadelerden ziyade kendi ili özelinde net cevaplar vermeleri nedeniyle, temalar şeklinde oluşturulmuş kodlamalarda yapılan çalışmalar genel tutulmaya çalışılmıştır. Örneğin Şırnak İli'nin bir siyasi parti il başkanı Cudi Dağı'nın turizm potansiyelini geliştirme çalışmalarına destek verdiğini belirtirken aynı ilin milletvekili Cizre Kale'sinin restorasyonu ve İdil Süryanileri'nin misafirhane ve ibadethanelerinin korunması projelerine destek verdiğini ve gündeme getirdiğini belirtmektedir. Bir Hatay iktidar milletvekili "İskenderun-Arsuz arası otoyol ve 800 dönümü turizm alanı olarak tahsis ettirdim" şeklinde, bir Manisa milletvekili "Sardes Antik Kenti'nin turizme kazandırılması çalışmalarına destek verdim" şeklinde yanıt verirken, Çankırı'nın bir siyasi parti il başkanı, Çankırı Kaya Tuzu Mağarası'nın Turizme Kazandırılması için proje çalışmalarına destek verdiğini ifade etmektedir. Batman Belediye Başkanı ise Hasan Keyf'in turizm ve çevre sorunlarının çözümü ile ilgili çalışmalara destek verdiğini belirtmektedir. Bir Mersin milletvekili, yapılacak olan Akkuyu Nükleer Santrali'nin İlin turizm gelişimine engel olacağını düşünerek meclise yazılı soru önergesi verdiğini, yine Mersin sahillerine balık çiftliklerinin kurulması yönündeki bir karar üzerine araştırma önergesi verdiğini belirtirken, Van

milletvekilllerinden biri Van Gölü'nün kirlilik sorununu soru önergesi vererek meclisin gündemine taşıdığını ifade etmiştir. Dolayısıyla çok farklı turizm konuları ile ilgili bu destek cevapları örnekleri çoğaltılabilir.

Araştırmacı tarafından bulguların en dikkat çekeninin siyasetçilerin alternatif turizm türlerine yönelik farkındalıkları ve bunları geliştirme çabaları olduğu düşünülmektedir. Özellikle ilin yerel düzeydeki temsilcileri, illerinin mevcut alternatif turizm potansiyellerini ortaya çıkarmak ve geliştirmek için yapılan çalışmalara illeri özelindeki turizm türlerinin gücünü belirten ifadelerle destek olmaya çalıştıklarını aktarmışlardır. Günümüzde Türk turizm endüstrisi için geliştirilmesi için üzerinde önemle durulan alternatif turizm türleri; inanç, kültür, yayla, dağ, mağara, kurvaziyer, kongre, aliveriş, kış, spor ve sağlık/termal turizm şeklinde çoğu cevapta yer almıştır. Örneğin Düzce ilinin siyasetçisi “yayla, kış turizmi kaynaklarımızı turizme kazandırmaya çalışıyoruz”, aynı ilin diğer bir siyasetçisi “spor etkinlikleri ve rafting turizm çalışmaları hazırlıyoruz”, Hatay siyasetçisi “Beyazıt-ı Bestami Türbesi'nin onarımı ve böylece inanç turizmi olanaklarının arttırılmasını sağlamaya çalışıyoruz” şeklinde bu çalışmalara verdikleri destekleri aktarmıştır.

Yerel siyasetçilerden özellikle parti il başkanlarının “ilettim, aktardım, koordinasyon sağladım” gibi ifadelerle turizm çalışmalarına desteklerini aktardıklarından merkezle il arasında teoride olduğu gibi uygulamada da bir köprü oluşturdukları söylenebilir. Milletvekilleri ise görevlerinin boyutları nedeniyle cevaplarında daha çok “soru önergesi verdim, kanun teklifi verdim, mecliste gündeme getirdim vb.” şeklinde yanıtlar vermişlerdir. Son olarak turizm gelişiminde, karar alma ve uygulanmasında algıya dikkat çekmede yerel yönetimin öneminin, yerel bir yöneticinin verdiği bir örnekle vurgulanmasının yerinde olacağı düşünülmektedir. 2009'da Bakanlar Kurulu kararı ile yapılan kazı çalışmalarıyla Kibyra Antik Kenti gün

yüzüne çıkarılmıştır. Burdur Belediye Başkanı; “İlimizde Roma dönemine uzanan bir tarih var. AB desteğiyle Kibyra’da eski çağlara ait mozaikler bulunmuştur. Kibyra’nın bir özelliği adalet dağıtım merkezi olmasıdır. İl danışma meclisi toplantılarını merkezde değil de bu yerde yaparak farkındalık yaratmaya çalışıyorum” şeklinde verdiği gelişim ve kamuoyuna tanıtım desteğini aktarmıştır.

Hem talep sıklığı bulgularından hem de ifadelerinden yola çıkılarak siyasetçilere gelen turizmle ilgili talep miktarının düşük düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. Ancak siyasetçiler illerinin gelişimi için ve halka yardımcı olmak için ellerinden geldiğince destek vermeye çalıştıklarını da vurgulamaktadırlar.

### **V. 12. 3. Siyasetçilere İllerine Gelen Turistin Kendilerine Ne Anlam İfade Ettiğine İlişkin Bulgular**

Siyasetçilerin illerine gelen turistin kendilerine ne anlam ifade ettiğine ilişkin görüşlerini belirlemek üzere ankette yer alan “İlinize gelen turist size ne anlam ifade etmektedir?” sorusuna katılan 474 siyasetçinin verdiği cevapların tanımlayıcı istatistik analizi sonuçları Tablo 26’da verilmektedir:

**Tablo 26:** Siyasetçilerin İllerine Gelen Turistler Hakkındaki Görüş İfadeleri

<b>İFADE</b>	<b>SIKLIK (F)</b>	<b>YÜZDE (%)</b>	<b>TOPLAM (N)</b>
İlin gelişmesini ve dışa açılmasını sağlayan kişiler	331	70	474
Döviz bırakan kişiler	271	57,1	474
Yardım edilmesi gereken kişiler	82	17,2	474
İlimize fazla turist gelmemektedir.	65	13	474
Diğer.....	7	1,5	474
Halka kötü örnek olan kişiler	2	0,42	474
Hastalık bulaştıran kişiler	1	0,2	474
İli kirleten kişiler	0	0	474

Siyasetçilerin en sık belirttiği görüş; 331 sıklıkla “İlin gelişmesini ve dışa açılmasını sağlayan kişiler” görüşü olmuştur. İllerine gelen turist 271 siyasetçi tarafından “Döviz bırakan kişiler” olarak görülmektedir. Bu iki görüş diğerlerine oranla oldukça yüksek oranlarda paylaşılmıştır. “Yardım edilmesi gereken kişiler” ve “İlimize fazla turist gelmemektedir.” ifadeleri ise bu görüşleri izlemektedir. Diğer iki olumsuz görüşün ise 1-2 kişi tarafından belirtildiği, üçüncüsünün ise hiç seçilmediği görülmektedir. Siyasetçilere bu görüşlerin dışında “Diğer” şeklinde belirtebilecekleri bildirilen alana 7 siyasetçi: “İlin kültürel gelişmesini sağlar”, “kültürel alışverişi sağlar”, “hizmeti ifade etmektedir”, “kültür elçisi olarak kullanılabilir bireylerdir”, “ilimizi tanıtmaya yolu”, “misafir”, “ülke kültürünü yayan elçiler” şeklinde görüşlerini belirtmişlerdir.

### **V. 13. Siyasetçilerin Turizm İmajı Algılarına Yönelik Bulgular**

Araştırmada turizm imajı ile ilgili iki adet soru bulunmaktadır. Bu sorular; “Siyasetçilerin Türkiye’nin turizm imajını diğer ülkelere kıyasla nasıl algıladıkları” ve “Temsilcisi oldukları illerinin turizm imajını diğer illere kıyasla nasıl algıladıklarıdır?” Ankette bu soruların cevabını aramaya hizmet eden iki soru bulunmaktadır. Bu bölümde bu sorularının cevaplarına yönelik bulgular yer almaktadır.

#### **V. 13. 1. Siyasetçilerin Türkiye’nin Turizm İmajı Hakkındaki Algılarına Yönelik Bulgular**

“Sizce Türkiye’nin turizm açısından imajı rakip ülkelerle kıyaslandığında nasıldır?” sorusuna ankete katılan genel siyasetçilerin, milletvekillerinin ve belediye başkanlarının verdikleri cevapların dağılımlarına göre, 35 siyasetçi (%7,3) çok iyi, 157’si (%32,6) iyi, 225’i (%46,8) orta, 60’ı (%12,5) kötü, 3’ü (%0,6) çok kötü cevabını vermiş, 1’i (%0,2) ise cevap vermemiştir. Milletvekillerinin 21’i (%13,1) çok iyi, 75’i (%46,9) iyi, 52’si (%32,5) orta, 8’i (%5) kötü, 3’ü (%0,6) çok kötü cevabını verirken,

1'i cevap vermemiştir. Belediye başkanlarının ise 4'ü (%12,1) çok iyi, 11'i (%33,3) iyi, 16'sı (%48,5) orta, 2'si (%6,1) kötü cevabını vermiştir.

İmaj, algılanma ile ilgili bir kavram olup, turizmde tercih kararlarını etkileyen bir kavramdır. Türkiye'nin geçmişten beri olumsuz bir imajı olduğu kabul edilmektedir. Siyasetçilere genel olarak bakıldığında yarıya yakını, Türkiye'nin rakip ülkelere göre imajını orta düzeyde görmektedir. Milletvekillerinin %60 gibi bir oranı ise Türkiye'nin imajını "iyi"- "çok iyi" olarak değerlendirirken, belediye başkanlarının yaklaşık yarısı imajı "orta düzeyde" bulmaktadır. Genel olarak imajı kötü bulan siyasetçilerin oranı çok düşük düzeydedir.

İl başkanları açısından dağılım şu şekildedir: ankete katılan AKP'li il başkanlarının 8'i (%10,7) çok iyi, 49'u (%65,3) iyi, 18'i (%24) orta cevabını vermiştir. CHP'li il başkanlarının 4'ü (%4,9) iyi, 62'si (%76,5) orta, 15'i (%18,5) kötü imaja sahip olduğunu düşünürken, MHP'li il başkanlarının 1'i (%1,4) çok iyi, 13'ü (%18,8) iyi, 45'i (%65,2) orta, 10'u (%14,5) kötü olduğunu düşünmektedir. HDP'li il başkanları ise 1'i (%1,6) çok iyi, 5'i (%7,9) iyi, 32'si (%50,8) orta, 25'i (%39,7) kötü cevabını vererek Türkiye'nin turizm açısından imajını ağırlıkta orta ve kötü bulduklarını belirtmişlerdir. HDP'li il başkanlarının Türkiye'nin imajını ağırlıklı olarak orta ve kötü olarak değerlendirmelerinin nedenleri arasında kendi ideolojik bakış açısından hareketle Türk demokrasininin eksiklikleri olduğunu düşünmeleri ve başkanı oldukları illerin hem ağırlıklı olarak geri kalmış olmaları hem de terör ve güvenlik sorunları olduğunu düşünmeleri olabilir.

### **V. 13. 2. Siyasetçilerin Temsilcisi Oldukları İllerin Turizm İmajı Algularına Yönelik Bulgular**

"Siyasetçiler temsilcisi oldukları illerinin turizm imajını diğer illere kıyasla nasıl görmektedir?" araştırma sorusuna yönelik aynı ifadeyle sorulan soruya

katılımcıların 40'ı (%8,3) çok iyi, 135'i (%28,1) iyi, 214'ü (%44,5) orta, 75'i (%15,6) kötü, 16'sı (%3,3) çok kötü cevabını verirken 1 kişi ise (%0,2) cevap vermemiştir. Milletvekillerinin 26'sı (%16,3) çok iyi, 68'i (%42,5) iyi, 48'i (%30) orta, 15'i (%9,4) kötü, 2'si (%1,3) çok kötü cevaplarıyla illerinin turizm imajı hakkında değerlendirmede bulunurken, 1'i soruya cevap vermemiştir. Belediye başkanlarının cevapları ise, 5'i (%15,2) çok iyi, 14'ü (%42,4) iyi, 8'i (%24,2) orta, 4'ü (%12,1) kötü, 2'si (%6,1) çok kötü şeklindedir. Bu bulgulardan milletvekilleri ve belediye başkanlarının illerinin turizm imajını ağırlıkta "iyi" olarak değerlendirdikleri anlaşılmaktadır. Kötü ve çok kötü görüşüne sahip olanların siyasetçilerin illerine bakıldığında Bitlis, Şırnak, Batman gibi turizm açısından gelişmemiş iller olması nedeniyle bu bulgu doğal olarak görülebilir.

İl başkanlarının ise illerinin turizm imajı hakkındaki algılarının dağılımı 64'de görülmektedir. AKP'li il başkanlarının dağılıma bakıldığında 4'ünün (%5,3) çok iyi, 32'sinin (%42,7) iyi, 29'unun (%38,7) orta, 8'inin (%10,7) kötü, 2'sinin (%2,7) çok kötü cevabını verdikleri görülmektedir. CHP'li il başkanlarının 1'i (%1,2) çok iyi, 5'i (%6,2) iyi, 60'ı (%74,1) orta, 14'ü (%17,3) kötü, 1'i (%1,2) çok kötü cevabını verirken, MHP'li il başkanlarının 2'si (%2,9) çok iyi, 10'u (%14,5) iyi, 38'i (%55,1) orta, 12'si (%17,4) kötü, 7'si (%10,1) çok kötü cevabını vermiştir. HDP'li il başkanlarından ise 2'si (%3,2) çok iyi, 6'sı (%9,5) iyi, 31'i (%49,2) orta, 22'si (%34,9) kötü, 2'si (%3,2) çok kötü cevabını vermiştir. İl başkanlarında genel olarak orta ve iyi imaj algıları yoğunlukta olup, AKP'de illerinin imajını iyi bulanların oranı diğerlerinden oldukça yüksektir. CHP il başkanlarının ise ¾'ü illerinin orta düzeyde bir imajı olduğu görüşünde birleşmişlerdir. Daha önce de değinildiği gibi 81 ilden tamamından katılımcı olması ve bu illerin karşılaştırılmayacak bir düzeyde olması nedeniyle en çok turist

alan iller ve diğerleri olarak gruplama yoluna gidilmiş, bu soru için bu yönde de bir analiz yapılmıştır.

### **V. 13. 2. 1. Siyasetçilerin Temsilcisi Oldukları İllerinin İmaj Algılarının Turizm İli Olup Olmamasına Göre Karşılaştırılması**

Siyasetçilerin temsilcisi oldukları illerinin turizm imajıyla ilgili algılarının illerinin yabancı turistleri en çok alan iller ve diğerleri olması arasında bir ilişki olup olmadığı yönündeki araştırma sorusu için bu verilere Ki-kare analizi uygulanmıştır. Elde edilen bulgulara göre (Pearson  $\chi^2=46,153$ ;  $p=0,000$ ), siyasetçilerin illerinin turizm ili olup olmaması ile illerinin turizm imajı hakkındaki görüşleri arasında anlamlı bir ilişki vardır ( $p<0,05$ ). Yabancı turistlerin en çok geldiği ilk sekiz ilin temsilcilerinin 89'undan 19'u (%21,3) çok iyi, 36'sı (%40,4) iyi, 27'si (%30,3) orta, 5'i (%5,6) kötü, 1'i ise (%1,1) çok kötü cevabını vermişlerdir. 1 siyasetçi ise (%1,1) cevap vermemiştir. Diğer illerin temsilcisi olan 392 siyasetçisinin 21'i (%5,4) çok iyi, 99'u (%25,3) iyi, 187'si (%47,7) orta, 70'i (%17,9) kötü, 15'i (%3,8) çok kötü cevabını vermiştir.

Turizm ili temsilcisi olmayan siyasetçilerin toplam “kötü” (%93,3) ve “çok kötü” (%93,8) yüzdesi içerisinde yüksek oranlara sahip olması doğal karşılanabilmektedir. Çünkü yabancı turistleri en çok alan Antalya, İstanbul, Muğla gibi iller turizm açısından gelişmiş ve geliştirilmeye devam eden ve imajı daha iyi olarak nitelendirilebilecek illerdir. Diğer iller grubundaki siyasetçilerin “çok iyi” algısı toplam yüzdesi içerisinde %52,5, “iyi” algısı içerisinde %73,3 ve “orta” algısı içerisinde %87,4 oranları ile turizm illeri siyasetçilerinden daha yüksek oranları aldıkları tespit edilmiştir. Bu bulgu ise, turizm ili olmayan illerin siyasetçilerinin, illerinin turizm potansiyeline güvendikleri ve bu algıda sadece turist sayısı bakımından çok popüler olmanın önemli olmadığını düşündükleri şeklinde yorumlanabilir.

## V. 14. Siyasetçilerin Turizmi ve Turizmin Etkilerini Algılamalarına

### Yönelik Bulgular

Araştırma sorularından bir diğeri siyasetçilerin turizmi ve turizmin etkilerini nasıl algıladıkları ve bu algıları ile partileri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığıdır. Siyasetçilerin bu algılarının belirlenebilmesi için 20 maddeden oluşan algı ölçeği kullanılmıştır. Bu maddeler turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel olumlu-olumsuz etkileriyle ilgili önermelerden oluşmaktadır. Bu önermelere verdikleri yanıtlar Ki-kare analiziyle test edilmiştir ve elde edilen bulgular bu bölümde aktarılmaktadır.

### V. 14. 1. Siyasetçilerin Turizmin Ekonomik Etkilerini Algılama

#### Bulguları

Ankette turizmin ekonomik etkileri ile ilgili ilk önerme “Turizm iş alanları yaratmaktadır” maddesidir. Analiz sonucu elde edilen bulgular Tablo 27’de sunulmuştur. Analiz sonucu elde edilen bulgular siyasetçilerin partileri ile turizmin iş alanları yaratma konusundaki algıları arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir ( $p < 0,05$ ).<sup>5</sup>

Genel olarak katılımcı siyasetçilerin turizmin iş alanları yaratma konusunda çok yüksek oranda olumlu algısı olduğu tespit edilmiştir. Katılımcı siyasetçiler, %94,3 oranında “kesinlikle katılıyorum” ve “katılıyorum” şeklinde görüş bildirmiştir. %1,9 gibi çok düşük bir oranda katılmama görüşü vardır. Siyasetçilerin %3,8’i “ne katılıyorum ne katılmıyorum” şeklinde ortada görüş verirken, CHP’de ortada görüşlerinin oranı genel algı yüzdesi içerisinde diğer partilere göre oldukça yüksektir (%61). MHP’de katılmama görüşüne sahip siyasetçi bulunmamakta iken HDP’de kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum görüşüne sahip 1’er kişi bulunmaktadır. Genel

<sup>5</sup> Beklenen değer 5’in altında veya göze sayısı 3 olduğu veya beklenen değeri 5’in altında göze yüzdesi %20’nin altında olduğunda Pearson  $\chi^2$  değeri rapor edilmekte olup, bu durum olmadığında Likelihood Rasyo değeri rapor edilmektedir (Hair vd., 2010).



olarak tüm siyasetçilerde yüksek oranlarda olmak üzere turizmin iş yarattığı algısına çok güçlü bir şekilde sahip oldukları söylenebilir.

**Tablo 27: Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin İş Alanları Yaratma” Algısı İlişkisi**

SİYASİ PARTİ	Turizm, iş alanları yaratmaktadır					Toplam	
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum		
AKP	N	4	0	3	72	100	179
	% siyasi parti içerisinde	2,2%	0,0%	1,7%	40,2%	55,9%	100,0%
CHP	N	2	1	11	76	42	132
	% siyasi parti içerisinde	1,5%	0,8%	8,3%	57,6%	31,8%	100,0%
MHP	N	0	0	2	54	31	87
	% siyasi parti içerisinde	0,0%	0,0%	2,3%	62,1%	35,6%	100,0%
HDP	N	1	1	2	52	25	81
	% siyasi parti içerisinde	1,2%	1,2%	2,5%	64,2%	30,9%	100,0%
Toplam	N	7	2	18	254	198	479
	% siyasi parti içerisinde	1,5%	0,4%	3,8%	53,0%	41,3%	100,0%
	% algı içerisinde	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Likelihood Ratio: 39,642; s.d.:12 ; p:0,000; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %41,7; En küçük beklenen değer: 0,34

Ankette bulunan bir diğer turizmin ekonomik algısıyla ilgili önerme; “Turizm, yatırımları arttırmaktadır” önermesidir. Analiz sonucu elde edilen bulgular Tablo 28’de sunulmaktadır. Buna göre; yanıtların tüm siyasi parti siyasetçileri için “katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum” şeklinde yoğunlaştığı görülmektedir. Analiz

sonucuna göre; siyasetçilerin partileri ile bu görüşleri arasında olarak anlamlı bir ilişki vardır ( $p < 0,05$ ). İktidar partisinde katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum görüşleri yarı yarıya olup, muhalefete göre daha yüksek orandadır. MHP’de turizmin yatırımları arttırması görüşüne katılmıyorum görüşü hiç yokken, diğer partilerde “kesinlikle katılmıyorum” diyenler 1’er kişidir. Siyasetçilerin neredeyse tamamına yakınının (%94,5) turizmin yatırımları arttırdığı algısına sahip olduğu ve %35,5’inin ise “kesinlikle katılıyorum” görüşüyle bu yönde çok güçlü bir algısının olduğu görülmektedir.

**Tablo 28:** Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Yatırım Arttırma” Algısı İlişkisi

SİYASİ PARTİ	Turizm, yatırımları arttırmaktadır					Toplam
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	
<b>AKP</b>						
N	1	3	1	87	87	179
% siyasi parti içerisinde	0,6%	1,7%	0,6%	48,6%	48,6%	100%
% algı içerisinde	33,3%	50,0%	5,6%	30,9%	51,2%	37,4%
<b>CHP</b>						
N	1	3	10	81	37	132
% siyasi parti içerisinde	0,8%	2,3%	7,6%	61,4%	28,0%	100%
% algı içerisinde	33,3%	50,0%	55,6%	28,7%	21,8%	27,6%
<b>MHP</b>						
N	0	0	4	59	24	87
% siyasi parti içerisinde	0,0%	0,0%	4,6%	67,8%	27,6%	100%
% algı içerisinde	0,0%	0,0%	22,2%	20,9%	14,1%	18,2%
<b>HDP</b>						
N	1	0	3	55	22	81
% siyasi parti içerisinde	1,2%	0,0%	3,7%	67,9%	27,2%	100%
% algı içerisinde	33,3%	0,0%	16,7%	19,5%	12,9%	16,9%
<b>Toplam</b>						
N	3	6	18	282	170	479
% siyasi parti içerisinde	0,6%	1,3%	3,8%	58,9%	35,5%	100%
% algı içerisinde	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Likelihood Ratio: 37,694; s.d.:12 ; p:0,000; Beklenen değeri 5’in altında olan hücre oranı: %55; En küçük beklenen değer: 0,51

Turizmin ekonomik etkileri ile ilgili diğer önerme “Turizm alt ve üst yapıyı olumlu etkilemektedir” önermesidir. Analiz sonucu elde edilen bulgular Tablo 29’da sunulmaktadır. Siyasetçilerin partileri ile algıları arasındaki ilişki testi ise; siyasetçilerin partileri ile bu önermeye verdikleri yanıtlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir ( $p<0,05$ ).

Genel olarak yanıtların tüm siyasi parti siyasetçileri için “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” şeklinde yoğunlaştığı görülmektedir. Kesinlikle katılıyorum görüşleri içerisinde en yüksek oran %47,1 ile AKP’de olup, katılıyorum görüşlerindeki en yüksek oran %64,4 ile MHP’dedir. Her iki görüşteki en düşük katılma oranı HDP’dedir. Ortada görüş bildirenlerin oranı %9,4 olup, bu görüşlerin önceki ekonomik algı önermelerinin bulgularına göre daha yüksek olduğu da göze çarpmaktadır. Bu orandaki en yüksek pay CHP’ye aittir. Kesinlikle katılmıyorum görüşüne sahip AKP’li ve MHP’li siyasetçi bulunmazken HDP’de 2 kişi bu görüştedir. Dolayısıyla %87,3 oranında siyasetçinin turizmin alt ve üst yapıya olumlu etki ettiği algısına, bu oran içerisinde %32,4’ünün ise güçlü bir şekilde bu algıya sahip olduğu söylenebilir.

**Tablo 29:** Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Alt ve Üst Yapıya Etkileri” Algısı İlişkisi

SİYASİ PARTİ	Turizm alt ve üst yapıyı olumlu etkilemektedir					Toplam	
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum		
AKP	N	0	4	8	94	73	179
	% siyasi parti içerisinde	0,0%	2,2%	4,5%	52,5%	40,8%	100%
CHP	% algı içerisinde	0,0%	30,8%	17,8%	35,7%	47,1%	37,4%
	N	1	5	17	64	45	132
CHP	% siyasi parti içerisinde	0,8%	3,8%	12,9%	48,5%	34,1%	100%
	% algı içerisinde	33,3%	38,5%	37,8%	24,3%	29,0%	27,6%

<b>MHP</b>	N	0	2	8	56	21	87
	% siyasi parti içerisinde	0,0%	2,3%	9,2%	64,4%	24,1%	100%
	% algı içerisinde	0,0%	15,4%	17,8%	21,3%	13,5%	18,2%
<b>HDP</b>	N	2	2	12	49	16	81
	% siyasi parti içerisinde	2,5%	2,5%	14,8%	60,5%	19,8%	100%
	% algı içerisinde	66,7%	15,4%	26,7%	18,6%	10,3%	16,9%
<b>Toplam</b>	N	3	13	45	263	155	479
	% siyasi parti içerisinde	0,6%	2,7%	9,4%	54,9%	32,4%	100%
	% algı içerisinde	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Likelihood Ratio: 29,407; s.d.:12 ; p:0,003; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %40; En küçük beklenen değer: 0,51

Diğer bir ekonomik algı önermesi “Turizm, yerel halkın ve küçük işletmelerin gelir düzeyine katkı sağlamaktadır” önermesidir. Analiz sonucu elde edilen bulgular Tablo 30’da sunulmaktadır. Partilerle algılar arasındaki ilişki test edildiğinde, siyasetçilerin partileri ile turizmin yerel halkın ve küçük işletmelerin gelir düzeyine katkı sağlaması görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ( $p>0,05$ ;  $p=0,165$ ).

Her partinin genelinde olmak üzere toplamda siyasetçilerin büyük bir oranı bu görüşe katılmaktadır. Parti içlerindeki dağılımlara göre “katılıyorum” görüşlerinin oranları, “kesinlikle katılmıyorum” görüşlerinden yüksektir. “Katılmıyorum” diyenlerin toplamda oldukça düşük (%2,7) olduğu, %13,2 oranında “ne katılıyorum ne katılmıyorum” diyenler bulunduğu görülmektedir. Katılımcı siyasetçilerin büyük bir oranının (%84) turizmin yerel halkın ve küçük işletmelerin gelir düzeyine katkı sağlama konusunda olumlu bir algıya sahip oldukları, kesinlikle katılıyorum diyen %31’7 sinde ise bu algının daha güçlü olduğu söylenebilmektedir.

**Tablo 30:** Siyasetçilerin Partileri ile “Gelir Düzeyine Katkı Etkileri” Algısı İlişkisi

SİYASİ PARTİ	Turizm, yerel halkın ve küçük işletmelerin gelir düzeyine katkı sağlamaktadır					Toplam	
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum		
AKP	N	2	2	21	91	63	179
	% siyasi parti içerisinde	1,1%	1,1%	11,7%	50,8%	35,2%	100%
CHP	N	1	2	23	59	47	132
	% siyasi parti içerisinde	0,8%	1,5%	17,4%	44,7%	35,6%	100%
MHP	N	0	1	8	54	24	87
	% siyasi parti içerisinde	0,0%	1,1%	9,2%	62,1%	27,6%	100%
HDP	N	1	4	11	47	18	81
	% siyasi parti içerisinde	1,2%	4,9%	13,6%	58,0%	22,2%	100%
Toplam	N	4	9	63	251	152	479
	% siyasi parti içerisinde	0,8%	1,9%	13,2%	52,4%	31,7%	100%
	% algı içerisinde	25,0%	44,4%	17,5%	18,7%	11,8%	16,9%
	% algı içerisinde	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Likelihood Ratio: 16,599; s.d.:12 ; p:0,165; Beklenen değeri 5’in altında olan hücre oranı: %40; En küçük beklenen değer: 0,68

“Turizm genel ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır” önermesi ekonomik algıya yönelik bir diğer maddedir. Analiz sonucu elde edilen bulgular Tablo 31’de sunulmaktadır. Analiz sonucuna göre, siyasetçilerin partileri ile turizm genel ürün ve hizmet fiyatlarını arttırma görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur ( $p>0,05$ ,  $p=0,804$ ). Genel olarak toplam yüzde içindeki orana bakıldığında (%73,5) siyasetçilerin, turizmin genel ürün ve hizmet fiyatlarını arttırdığını düşündüğü

anlaşılmaktadır. Bu oran içerisindeki %22,8 siyasetçi “kesinlikle katılıyorum” şeklinde görüş bildirerek daha güçlü algılarını belirtmişlerdir. %5,2 gibi düşük bir oranda siyasetçi ise turizmin fiyatları arttırdığına katılmazken, “kesinlikle katılmıyorum” diyenler %1’i bile bulmamaktadır. HDP ve CHP’de “kesinlikle katılmıyorum” diyen siyasetçi yoktur. %21,3 oranda siyasetçi “ne katılıyorum ne katılmıyorum” şeklinde görüş bildirmiştir. Bu ortada görüşlerdeki en yüksek oran iktidar partisine aittir.

**Tablo 31:** Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Fiyatları Arttırma” Algısı İlişkisi

SİYASİ PARTİ	Turizm, genel ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır					Toplam	
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum		
AKP	N	2	7	46	87	37	179
	% siyasi parti içerisinde	1,1%	3,9%	25,7%	48,6%	20,7%	100%
CHP	N	1	7	26	67	31	132
	% siyasi parti içerisinde	0,8%	5,3%	19,7%	50,8%	23,5%	100%
MHP	N	0	4	14	45	24	87
	% siyasi parti içerisinde	0,0%	4,6%	16,1%	51,7%	27,6%	100%
HDP	N	0	4	16	44	17	81
	% siyasi parti içerisinde	0,0%	4,9%	19,8%	54,3%	21,0%	100%
Toplam	N	3	22	102	243	109	479
	% siyasi parti içerisinde	0,6%	4,6%	21,3%	50,7%	22,8%	100%
	% algı içerisinde	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Likelihood Ratio: 7,750; s.d.:12 ; p:0,804; Beklenen değeri 5’in altında olan hücre oranı: %30; En küçük beklenen değer: 0,51

Siyasetçilerin turizmin ekonomik etki algılarını belirlemeye yönelik bir diğer önerme “Turizm, ülke genelinde bölgesel farklılıkları ekonomik açıdan

azaltmaktadır” önermesidir. Bu önermeye ait yanıtlardan elde edilen bulgular ile Tablo 32 oluşturulmuştur. Siyasetçilerin partileri ile bu konudaki görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ( $p>0,05$ ;  $p=0,804$ ). Tabloya göre, genel olarak siyasetçilerin “kesinlikle katılmıyorum” oranı (%1,9) oldukça düşükken, “katılmıyorum” diyenlerin oranı %8,4’dür. “Ne katılıyorum ne katılmıyorum” görüşleri %19,2 iken, “Katılıyorum” oranı %46,6, “kesinlikle katılıyorum” diyenlerin oranı %24’dür. Dolayısıyla %70,6 oranında siyasetçi turizmin ülke genelinde bölgesel farklılıkları ekonomik açıdan azalttığını düşünmektedir.

**Tablo 32:** Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Bölgesel Farklılıkları Azaltma” Algısı İlişkisi

SİYASİ PARTİ	Turizm, ülke genelinde bölgesel farklılıkları ekonomik açıdan azaltmaktadır					Toplam	
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum		
AKP	N	1	13	26	93	46	179
	% siyasi parti içerisinde	0,6%	7,3%	14,5%	52,0%	25,7%	100%
CHP	N	3	13	31	52	33	132
	% siyasi parti içerisinde	2,3%	9,8%	23,5%	39,4%	25,0%	100%
MHP	N	3	3	15	44	22	87
	% siyasi parti içerisinde	3,4%	3,4%	17,2%	50,6%	25,3%	100%
HDP	N	2	11	20	34	14	81
	% siyasi parti içerisinde	2,5%	13,6%	24,7%	42,0%	17,3%	100%
Toplam	N	9	40	92	223	115	479
	% siyasi parti içerisinde	1,9%	8,4%	19,2%	46,6%	24,0%	100%
	% algı içerisinde	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Pearson  $\chi^2$ : 18,663; s.d.:12 ; p:0,097; Beklenen değeri 5’in altında olan hücre oranı: %30; En küçük beklenen değer: 1,52

## V. 14. 2. Siyasetçilerin Turizmin Sosyo-Kültürel Etkilerini Algılama

### Bulguları

Siyasetçilerin turizmin sosyo-kültürel etkilerini algılamalarını belirlemeye yönelik önermelerden ilki “Turizm, yerel halkın yaşam kalitesini iyileştirmektedir” önermesidir. Bu önermeye ait yanıtlardan elde edilen bulgular Tablo 33’de sunulmaktadır. Analiz sonucu siyasetçilerin partileri ile bu algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ).

Genel olarak, siyasetçilerin katılmama oranları oldukça düşükken (%3,3), “Ne katılıyorum ne katılmıyorum” görüşleri %12,5’dir. Bu görüş içerisinde HDP’nin oranının yüksekliği dikkat çekmektedir. Katılma oranlarındaki en yüksek payı alması ve “kesinlikle katılmıyorum” diyen AKP’li siyasetçi bulunmaması iktidar partisi siyasetçilerinin muhalefet partilerine göre daha olumlu bir algıya sahip olduğunu göstermektedir. Siyasetçilerin genel olarak değerlendirildiğinde %84 oranında, turizmin yerel halkın yaşam kalitesini iyileştirdiği algısına sahip oldukları bu oran içerisindeki %23,6’ında ise bu algının daha güçlü olduğu söylenebilmektedir.

**Tablo 33:** Siyasetçilerin Partileri ile “Yaşam Kalitesini İyileştirme Etkileri” Algısı İlişkisi

SİYASİ PARTİ	Turizm, yerel halkın yaşam kalitesini iyileştirmektedir					Toplam	
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum		
AKP	N	0	4	12	114	49	179
	% siyasi parti içerisinde	0,0%	2,2%	6,7%	63,7%	27,4%	100%
CHP	N	3	5	19	74	31	132
	% siyasi parti içerisinde	2,3%	3,8%	14,4%	56,1%	23,5%	100%
MHP	N	1	1	9	54	22	87
	% algı içerisinde	75,0%	41,7%	31,7%	25,5%	27,4%	27,6%



	% siyasi parti içerisinde	1,1%	1,1%	10,3%	62,1%	25,3%	100%
	% algı içerisinde	25,0%	8,3%	15,0%	18,6%	19,5%	18,2%
<b>HDP</b>	N	0	2	20	48	11	81
	% siyasi parti içerisinde	0,0%	2,5%	24,7%	59,3%	13,6%	100%
	% algı içerisinde	0,0%	16,7%	33,3%	16,6%	9,7%	16,9%
<b>Toplam</b>	N	4	12	60	290	113	479
	% siyasi parti içerisinde	0,8%	2,5%	12,5%	60,5%	23,6%	100%
	% algı içerisinde	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Likelihood Ratio: 28,227; s.d.:12 ; p:0,005; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %40; En küçük beklenen değer: 0,68

Bir diğer önerme “Turizm, tarihi kaynakların/eserlerin korunmasına katkıda bulunmaktadır” maddesidir. Bu önermeye ait yanıtlardan elde edilen bulgular ile Tablo 34 oluşturulmuştur. Siyasetçilerin partileri ile bu algıları arasındaki ilişkinin varlığına yönelik yapılan analiz sonucu; aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ). Genel olarak siyasetçilerin %80,4 oranında turizmin tarihi kaynakların/eserlerin korunmasına katkıda bulunduğu algısına sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların yarısı bu önermeye “katılıyorum” şeklinde görüş bildirmişlerdir. Bu görüşteki en yüksek pay iktidar partisine aittir. Bu algının daha güçlü olduğu “Kesinlikle katılıyorum” görüşüne sahip olan siyasetçilerin en yüksek oranı ise CHP’dedir (%37,2). Bu görüşlerin yanında AKP siyasetçilerinde daha yüksek olmak üzere turizmin tarihi kaynakların korunmasına katkıda bulunduğunu düşünmeyen siyasetçiler de bulunmaktadır.

**Tablo 34:** Siyasetçilerin Partileri ile “Tarihi Kaynakların Korunmasına Katkı” Algısı İlişkisi

SİYASİ PARTİ	Turizm, tarihi kaynakların/eserlerin korunmasına katkıda bulunmaktadır					Toplam	
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum		
AKP	N	2	11	24	103	39	179
	% siyasi parti içerisinde	1,1%	6,1%	13,4%	57,5%	21,8%	100%
CHP	N	3	5	17	53	54	132
	% siyasi parti içerisinde	2,3%	3,8%	12,9%	40,2%	40,9%	100%
MHP	N	4	1	10	40	32	87
	% siyasi parti içerisinde	4,6%	1,1%	11,5%	46,0%	36,8%	100%
HDP	N	2	6	9	44	20	81
	% siyasi parti içerisinde	2,5%	7,4%	11,1%	54,3%	24,7%	100%
Toplam	N	11	23	60	240	145	479
	% siyasi parti içerisinde	2,3%	4,8%	12,5%	50,1%	30,3%	100%
	% algı içerisinde	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	% Toplam	2,3%	4,8%	12,5%	50,1%	30,3%	100,0%

Likelihood Ratio: 25,092; s.d.:12 ; p:0,014; Beklenen değeri 5’in altında olan hücre oranı: %30; En küçük beklenen değer: 1,86

Sosyo-kültürel algıyı belirlemeye yönelik bir diğer önerme tarihi eser/kaynaklarla ilgili olarak “Turizm, tarihi kaynakları/eserleri olumsuz yönde etkilemektedir” şeklinde olumsuz bir önermedir. Bu önermeye ait yanıtlardan elde edilen bulgular ile Tablo 35’de görülebilmektedir. Analiz sonucu siyasetçilerin partileri ile bu algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ( $p < 0,05$ ). “Kesinlikle katılıyorum”, “katılıyorum” ve “ne katılıyorum ne katılmıyorum” görüşü içerisinde en yüksek oran iktidar partisinde olup, katılmama görüşleri CHP’de

AKP'ye göre nispeten yüksektir. CHP'nin diğer partilere göre turizmin tarihi kaynakları/eserleri olumsuz yönde etkilemediği algısına en yüksek oranda sahip olan parti olduğu anlaşılmaktadır. Toplam yüzde içerisinde %62,5 oranında siyasetçi turizmin tarihi kaynakları/eserleri olumsuz yönde etkilediğini düşünmemektedir. Ancak bunun içerisindeki %13,2 “kesinlikle katılmıyorum” oranının düşüklüğü, %19,4 oranında siyasetçinin turizmin tarihi kaynakları/eserleri olumsuz yönde etkilediğini düşünmesi ve %18,2'sinin ortada görüş vermesi algının fazla kuvvetli olmadığını göstermektedir. Bir önceki bulgularla ilişkili olarak; siyasetçilerin %80 oranında turizmin tarihi kaynakların korunmasına katkıda bulunduğu yönünde daha büyük oranda olumlu bir algıları varken, %60'larda bir oranda tarihi kaynakların olumsuz yönde etkilendiği algısına katılmama ve yaklaşık %20 katılma görüşü birlikte değerlendirilebilir. Dolayısıyla ortada görüşler de göz önüne alındığında genel olarak siyasetçilerin bu konuda yüksek bir olumlu algısı olmadığı söylenebilir. Bu bulgu normal karşılanabilir. Çünkü Turizm bir taraftan tarihi ve kültürel değerleri kullanarak bunların aşınmasına neden olmaktadır (Eser, Dalgın ve Çeken, 2010: 28). Örneğin Efes Antik Kenti binlerce kişi tarafından ziyaret edilmekte bu ziyaretçilerin yarattığı olumsuz etkilerle aşınmakta ve yıpranmaktadır. Ancak diğer taraftan bu eserlerin bu ziyaretler nedeniyle bir gelir kaynağı olması ve bazen turistlerin temel gelme nedeni olması sebebiyle turizm bu eserlerin korunmasına da katkıda bulunmaktadır. Bu konuda siyasetçiler, sürdürülebilir turizm karar ve politikalarıyla gerekli önlemlerin alınarak olumsuz etkilerin azaltılabileceği konusunda bilgilendirilebilir. Bu bulgu, siyasetçilerin bu kaynakların korunmasına hassasiyet gösterebilecekleri ve bu sayede sürdürülebilir turizme hizmet eden karar ve politikalar konusunda destek verebilecekleri ileri sürülerek, olumlu bir bulgu olarak da değerlendirilebilir.

**Tablo 35:** Siyasetçilerin Partileri ile “Tarihi Kaynakların/Eserlerin Korunmasına Olumsuz Etki” Algısı İlişkisi

SİYASİ PARTİ	Turizm, tarihi kaynakları/eserleri olumsuz yönde etkilemektedir					Toplam	
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum		
AKP	N	18	76	36	35	14	179
	% siyasi parti içerisinde	10,1%	42,5%	20,1%	19,6%	7,8%	100%
	% algı içerisinde	28,6%	32,2%	41,4%	49,3%	63,6%	37,4%
CHP	N	21	78	20	11	2	132
	% siyasi parti içerisinde	15,9%	59,1%	15,2%	8,3%	1,5%	100%
	% algı içerisinde	33,3%	33,1%	23,0%	15,5%	9,1%	27,6%
MHP	N	15	45	13	12	2	87
	% siyasi parti içerisinde	17,2%	51,7%	14,9%	13,8%	2,3%	100%
	% algı içerisinde	23,8%	19,1%	14,9%	16,9%	9,1%	18,2%
HDP	N	9	37	18	13	4	81
	% siyasi parti içerisinde	11,1%	45,7%	22,2%	16,0%	4,9%	100%
	% algı içerisinde	14,3%	15,7%	20,7%	18,3%	18,2%	16,9%
Toplam	N	63	236	87	71	22	479
	% siyasi parti içerisinde	13,2%	49,3%	18,2%	14,8%	4,6%	100%
	% algı içerisinde	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	% Toplam	13,2%	49,3%	18,2%	14,8%	4,6%	100,0%

Pearson  $\chi^2$ : 25,092; s.d.:12 ; p:0,014; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %15; En küçük beklenen değeri: 1,86

Siyasetçilerin “Yurtdışından gelen turistler bölge halkını olumsuz yönde etkilemektedir” önermesinin analiz sonuçları Tablo 36’da görülebilmektedir. Analiz sonucunda, siyasetçilerin partileri ile bu konudaki görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (p<0,05).

**Tablo 36:** Siyasetçilerin Partileri ile “Turistlerin Halkı Olumsuz Etkilemesi” Algısı İlişkisi

SİYASİ PARTİ	Yurtdışından gelen turistler bölge halkını olumsuz yönde etkilemektedir					Toplam	
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum		
AKP	N	29	66	27	47	10	179
	% siyasi parti içerisinde	16,2%	36,9%	15,1%	26,3%	5,6%	100%
CHP	% algı içerisinde	37,2%	29,3%	31,8%	62,7%	62,5%	37,4%
	N	20	78	18	11	5	132
MHP	% siyasi parti içerisinde	15,2%	59,1%	13,6%	8,3%	3,8%	100%
	% algı içerisinde	25,6%	34,7%	21,2%	14,7%	31,3%	27,6%
HDP	N	12	48	17	9	1	87
	% siyasi parti içerisinde	13,8%	55,2%	19,5%	10,3%	1,1%	100%
Toplam	% algı içerisinde	15,4%	21,3%	20,0%	12,0%	6,3%	18,2%
	N	17	33	23	8	0	81
Toplam	% siyasi parti içerisinde	21,0%	40,7%	28,4%	9,9%	0,0%	100%
	% algı içerisinde	21,8%	14,7%	27,1%	10,7%	0,0%	16,9%
Toplam	N	78	225	85	75	16	479
	% siyasi parti içerisinde	16,3%	47,0%	17,7%	15,7%	3,3%	100%
Toplam	% algı içerisinde	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Pearson  $\chi^2$ : 46,174; s.d.:12 ; p:0,000; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %15; En küçük beklenen değer: 2,71

Sonuçlar genel olarak siyasetçilerin bu önermeye %63,3 oranında katılmadığı yönündedir. Bu oranın içerisinde %16,3 oranında siyasetçi kesinlikle katılmıyorum görüşüne sahip olarak daha güçlü bir katılmama algısını ortaya koymuştur. “Kesinlikle katılmıyorum” görüşleri içerisinde AKP'nin (%37,2), “katılmıyorum” görüşleri içerisinde de CHP'nin oranı (34,7) daha yüksektir. Kesinlikle katılıyorum diyen siyasetçilerin oranı (%3,3) çok düşük olup, bu görüş içerisinde iktidar

partisi AKP siyasetçilerinin daha yüksek oranda (%62,5) yurtdışından gelen turistlerin bölge halkını olumsuz yönde etkilediği algıları olduğu görülmektedir. %15,7 oranında siyasetçi yabancı turistlerin bölge halkını olumsuz yönde etkilediği önermesine “katılıyorum” görüşündedir. Ne katılıyorum ne katılmıyorum diyenler %17,7 iken orta görüşte AKP’nin payı en yüksektir. Dolayısıyla yabancı turistlerin bölge halkını olumsuz etkilediği görüşüne sahip olmayan siyasetçiler yüksek oranda olmasa da baskın görünmektedir.

Bir diğer sosyo-kültürel algı önermesi “Turizm alkol tüketimini arttırmaktadır” önermesidir. Siyasetçilerin bu maddeye verdikleri cevapların analiz sonucu Tablo 37 oluşturulmuştur. Ki-kare testi sonucu siyasetçilerin partileri ile bu önermeye verdikleri yanıtlar arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ( $p < 0,05$ ).

İktidar partisi AKP’nin genel olarak alkol ile ilgili olumsuz bir algısı olduğu bilinmektedir. AKP’li siyasetçilerde parti içi dağılıma bakıldığında; %40,8 oranında katılma algısı ve bunun %6,7 sinde “kesinlikle katılıyorum” görüşüyle daha güçlü olan bir katılma algısı görülebilmektedir. %22,3 AKP’li siyasetçinin “ne katılıyorum ne katılmıyorum” görüşü önceki yanıtlara oranla daha yüksek bir “ortada görüş” olarak dikkat çekmektedir. %30,7 “katılmıyorum”, %6,1 ise “kesinlikle katılmıyorum” görüşündedir. AKP’li siyasetçilerin hem parti içerisinde hem de diğer parti siyasetçileriyle kıyaslandığında daha yüksek olarak turizmin alkol tüketimini arttırdığı yönünde bir algısı olduğu görülmektedir. Kesinlikle katıyorum görüşleri içerisinde en düşük pay CHP ile HDP’dedir (%9,5). Elde edilen bulgulara göre turizmin alkol tüketimini arttırdığına katılmama görüşleri içerisinde en yüksek oran CHP’dedir. CHP siyasetçileri partileri içerisinde de net oranda (%81,1) bu önermeye katılmama algısı varken, MHP’de parti içinde %55 oranında katılmama görüşü hakimdir. AKP gibi, HDP’nin de ortada görüşünün yüksekliği dikkat çekmektedir. Bu durumda alkol ile

ilgili olarak iki partinin de görüşlerini aktarırken kararsız ya da çekimser davrandıkları yorumu da yapılabilir. Genel bir değerlendirme yapılacak olursa AKP’li siyasetçilerin çoğunluğu arasında turizmin alkol tüketimini arttırdığı yönünde güçlü bir algı varken, CHP’nin bu algıya katılmama yönünde kuvvetli bir algısı vardır. Genel ideolojik yapılar ve AKP’nin bu konudaki genel algısı nedeniyle bu bulgu turizm açısından da beklenen bir sonuç olarak değerlendirilebilir.

**Tablo 37:** Siyasetçilerin Partileri ile Turizmin Alkol Tüketimini Arttırma” Algısı İlişkisi

SİYASİ PARTİ	Turizm alkol tüketimini arttırmaktadır					Toplam	
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum		
AKP	N	11	55	40	61	12	179
	% siyasi parti içerisinde	6,1%	30,7%	22,3%	34,1%	6,7%	100%
CHP	N	41	66	15	8	2	132
	% siyasi parti içerisinde	31,1%	50,0%	11,4%	6,1%	1,5%	100%
MHP	N	15	33	9	25	5	87
	% siyasi parti içerisinde	17,2%	37,9%	10,3%	28,7%	5,7%	100%
HDP	N	13	21	20	25	2	81
	% siyasi parti içerisinde	16,0%	25,9%	24,7%	30,9%	2,5%	100%
Toplam	N	80	175	84	119	21	479
	% siyasi parti içerisinde	16,7%	36,5%	17,5%	24,8%	4,4%	100%
	% algı içerisinde	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Pearson  $\chi^2$ : 81,504; s.d.:12 ; p:0,000; Beklenen değeri 5’in altında olan hücre oranı: %10; En küçük beklenen değer: 3,55

Bir diğer önerme olan “Turizm fuhuşu arttırmaktadır” önermesinin analiz sonuçları Tablo 38’e yansıtılmıştır. Siyasetçilerin partileri ile bu önermeye verdikleri yanıtlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $p < 0,05$ ).

**Tablo 38:** Siyasetçilerin Partileri ile Turizmin Fuhuşu Arttırma Algısı İlişkisi

SİYASİ PARTİ	Turizm, fuhuşu arttırmaktadır					Toplam	
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum		
AKP	N	22	72	36	38	11	179
	% siyasi parti içerisinde	12,3%	40,2%	20,1%	21,2%	6,1%	100%
	% algı içerisinde	17,9%	38,9%	42,4%	52,8%	78,6%	37,4%
CHP	N	52	60	15	5	0	132
	% siyasi parti içerisinde	39,4%	45,5%	11,4%	3,8%	0,0%	100%
	% algı içerisinde	42,3%	32,4%	17,6%	6,9%	0,0%	27,6%
MHP	N	23	30	16	16	2	87
	% siyasi parti içerisinde	26,4%	34,5%	18,4%	18,4%	2,3%	100%
	% algı içerisinde	18,7%	16,2%	18,8%	22,2%	14,3%	18,2%
HDP	N	26	23	18	13	1	81
	% siyasi parti içerisinde	32,1%	28,4%	22,2%	16,0%	1,2%	100%
	% algı içerisinde	21,1%	12,4%	21,2%	18,1%	7,1%	16,9%
Toplam	N	123	185	85	72	14	479
	% siyasi parti içerisinde	25,7%	38,6%	17,7%	15,0%	2,9%	100%
	% algı içerisinde	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100%

Pearson  $\chi^2$ : 59,816; s.d.:12 ; p:0,000; Beklenen değeri 5’in altında olan hücre oranı: %15; En küçük beklenen değer: 2,37

Genel olarak bakıldığında siyasetçilerin %64,3 oranında bu önermeye katılmadığı görülmektedir. %25,7’si “kesinlikle katılmıyorum” görüşüyle güçlü bir algı ortaya koyarken, %42,4’ü AKP’ye %21,2’si HDP’ye ait olan %17,7 oranında “ne katılıyorum ne katılmıyorum” görüş oranı vardır. Toplamda 85 kişinin bu ortada görüşü



de alkol önermesinde olduğu gibi dikkat çekmektedir. CHP’li katılımcılardan bu önermeye kesinlikle katılan bulunmazken, “kesinlikle katılmıyorum” görüşlerinde de en yüksek orana sahip olan partidir (%42,3). “Kesinlikle katılıyorum” görüşü yüzdesi içerisinde HDP ve MHP oranları yaklaşık %1 ve %2 iken, iktidar partisinden %78,6 oranında siyasetçi bu görüşe kesinlikle katıldığını belirtmektedir. AKP’li katılımcılarının kendi içerisinde %52,5’inin böyle bir algısı bulunmamakta iken %27,3’ünün bu algıya sahip olduğu görülmektedir. MHP ve HDP’nin kendi partileri içerisinde katılmama oranları %60,9 ve %60,5 iken CHP’de %85 katılmama oranıyla bu önerme için genel parti algısının çok daha net bir özellikte olduğu söylenebilir.

Siyasetçilerin sosyo-kültürel algılarını belirlemeye yönelik olan bir diğer önerme “Turizm, yerel halkın kendi kültürünü daha iyi tanımasını sağlamaktadır” önermesidir. Analiz sonuçlarına göre elde edilen bulgular Tablo 39’da gösterilmektedir. Siyasetçilerin partileri ile bu önermeye verdikleri yanıtlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $p < 0,05$ ).

Siyasetçilerin geneline bakıldığında %71,2 oranında bir katılım algısı olduğu görülmektedir. Bu algı siyasetçilerin %13,8’inde daha güçlüdür. Düşük bir oranda siyasetçi (%14,8) ise bu görüşe katılmamaktadır. AKP’nin katılma ve katılmama görüşleri kesinlik bildirenlerde de olmak üzere toplam oran yüzdesinde en yüksektir. İktidar partisinin kendi içerisinde oranlarının dağılımı 70,4 oranında katılım görüşünün hakim olduğunu göstermektedir. “Ne katılıyorum ne katılmıyorum” görüşünde olan siyasetçilerin oranı MHP’de en düşük olmak üzere diğer partilerde birbirine yakındır. Dolayısıyla genel olarak siyasetçilerde turizmin, yerel halkın kendi kültürünü daha iyi tanımasını sağladığı yönünde olumlu bir algıları olduğu söylenebilmektedir.

**Tablo 39:** Siyasetçilerin Partileri ile “Halkın Kendi Kültürünü Tanıması” Etkisi Algısı İlişkisi

SİYASİ PARTİ	Turizm, yerel halkın kendi kültürünü daha iyi tanımasını sağlamaktadır					Toplam
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	
AKP	N	10	23	20	96	179
	% siyasi parti içerisinde	5,6%	12,8%	11,2%	53,6%	100%
	% algı içerisinde	47,6%	46,0%	29,9%	34,9%	37,4%
CHP	N	4	11	18	81	132
	% siyasi parti içerisinde	3,0%	8,3%	13,6%	61,4%	100%
	% algı içerisinde	19,0%	22,0%	26,9%	29,5%	27,6%
MHP	N	5	5	10	62	87
	% siyasi parti içerisinde	5,7%	5,7%	11,5%	71,3%	100%
	% algı içerisinde	23,8%	10,0%	14,9%	22,5%	18,2%
HDP	N	2	11	19	36	81
	% siyasi parti içerisinde	2,5%	13,6%	23,5%	44,4%	100%
	% algı içerisinde	9,5%	22,0%	28,4%	13,1%	16,9%
Toplam	N	21	50	67	275	479
	% siyasi parti içerisinde	4,4%	10,4%	14,0%	57,4%	100%
	% algı içerisinde	100%	100%	100%	100%	100%

Pearson  $\chi^2$ :30,177; s.d.:12 ; p:0,017; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %10; En küçük beklenen değer: 3,55

“Turizm gelenek ve göreneklere zarar vermektedir ” önermesi siyasetçilerin sosyo-kültürel algılarını belirlemeye yönelik olan ölçekteki bir diğer önermedir. Analiz sonuçlarına göre elde edilen bulgular Tablo 40’da gösterilmekte olup, siyasetçilerin partileri ile bu görüşleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (p<0,05).

**Tablo 40:** Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Gelenek ve Göreneklere Zarar Vermesi” Algısı İlişkisi

SİYASİ PARTİ	Turizm, gelenek ve göreneklere zarar vermektedir					Toplam	
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum		
AKP	N	18	73	33	44	11	179
	% siyasi parti içerisinde	10,1%	40,8%	18,4%	24,6%	6,1%	100%
CHP	N	27	77	12	14	2	132
	% siyasi parti içerisinde	20,5%	58,3%	9,1%	10,6%	1,5%	100%
MHP	N	10	43	14	18	2	87
	% siyasi parti içerisinde	11,5%	49,4%	16,1%	20,7%	2,3%	100%
HDP	N	14	37	14	14	2	81
	% siyasi parti içerisinde	17,3%	45,7%	17,3%	17,3%	2,5%	100%
Toplam	N	69	230	73	90	17	479
	% siyasi parti içerisinde	14,4%	48,0%	15,2%	18,8%	3,5%	100%
	% algı içerisinde	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Pearson  $\chi^2$ : 24,568; s.d.:12 ; p:0,003; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %15; En küçük beklenen değer: 2,87

Tablo incelendiğinde, %22,3 oranında siyasetçinin turizmin gelenek ve göreneklere zarar verdiği algısına sahip olduğu, bunun içerisinde %3,5 gibi düşük bir oranda da bu yönde güçlü bir algı olduğu anlaşılmaktadır. Bu oran içerisinde muhalefet partilerinin eşit oranda payı olduğu (%11,8), iktidar partisinin ise %64,7 oranında yüksek bir payı olduğu görülmektedir. Toplam katılımcılar içerisinde %15,2 oranında

siyasetçi ise ortada görüş bildirmiş olup, iktidar partisinin bundaki yüksek oranı dikkat çekmektedir. İktidar partisi siyasetçileri aynı zamanda “katılıyorum” görüşüne diğerlerinden yüksek oranda sahip olarak da belirgin bir şekilde öne çıkmaktadır. Siyasetçiler genel olarak değerlendirildiğinde %62,4 oranında siyasetçinin turizmin gelenek ve göreneklere zarar verdiği görüşüne katılmadığı, %14,4’ünün ise daha güçlü bir biçimde katılmadığı görülmektedir. Bu güçlü algının içerisinde CHP’nin payı (%39) en yüksek, olup, “katılmıyorum” görüşünde de AKP’den nispeten küçük bir oranda olmak üzere diğer partilerden belirgin bir şekilde yüksek algıya sahiptir.

Ölçekte yer alan bir diğer sosyo-kültürel algı önermesi “Turizm farklı kültürlerin tanınmasını ve anlaşılmasını sağlamaktadır” önermesidir. Analiz sonuçlarına göre elde edilen bulgular Tablo 41’de gösterilmektedir. Siyasetçilerin partileri ile bu konudaki algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ).

Siyasetçiler genel olarak bu önermeye %75,4 oranında katılarak turizmin farklı kültürlerin tanınmasını ve anlaşılmasını sağladığı yönünde bir algıları olduğunu belirtmiştir. Bu oran içerisinde %14,2’sinde daha güçlü bir algı mevcuttur. Kesinlikle katılma konusunda en güçlü algı CHP’de iken, en düşük kesinlikle katılıyorum görüşü MHP’dedir. MHP’nin kendi içerisindeki oranlara bakıldığında en yüksek görüşün “katılıyorum” (%74,7) görüşünde olduğu görülmektedir. Kesinlikle katılmama görüşü; HDP’de hiç bulunmamakta iken ve MHP (%1) ve CHP (%1,5)’de yok denecek kadar düşük iken, AKP’de diğer partilere göre oldukça fazla orandadır (%82,4). Genel olarak katılımcıların bu önerme için olumlu bir algıya sahip olduğu söylenebilmektedir.

**Tablo 41:** Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Farklı Kültürlerin Tanınmasını Sağlama Etkisi” Algısı İlişkisi

SİYASİ PARTİ	Turizm, farklı kültürlerin tanınmasını ve anlaşılmasını sağlamaktadır					Toplam	
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum		
AKP	N	14	20	23	99	23	179
	% siyasi parti içerisinde	7,8%	11,2%	12,8%	55,3%	12,8%	100%
	% algı içerisinde	82,4%	45,5%	40,4%	33,8%	33,8%	37,4%
CHP	N	2	10	13	80	27	132
	% siyasi parti içerisinde	1,5%	7,6%	9,8%	60,6%	20,5%	100%
	% algı içerisinde	11,8%	22,7%	22,8%	27,3%	39,7%	27,6%
MHP	N	1	6	10	65	5	87
	% siyasi parti içerisinde	1,1%	6,9%	11,5%	74,7%	5,7%	100%
	% algı içerisinde	5,9%	13,6%	17,5%	22,2%	7,4%	18,2%
HDP	N	0	8	11	49	13	81
	% siyasi parti içerisinde	0,0%	9,9%	13,6%	60,5%	16,0%	100%
	% algı içerisinde	0,0%	18,2%	19,3%	16,7%	19,1%	16,9%
Toplam	N	17	44	57	293	68	479
	% siyasi parti içerisinde	3,5%	9,2%	11,9%	61,2%	14,2%	100%
	% algı içerisinde	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Pearson  $\chi^2$ : 29,586; s.d.:12 ; p:0,003; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %15; En küçük beklenen değer: 2,87

Ölçekte yer alan son sosyo-kültürel algı önermesi “Turizm, suç oranını arttırmaktadır” önermesidir. Analiz sonuçlarına göre elde edilen bulgular Tablo 42’de sunulmakta olup, siyasetçilerin partileri ile bu konudaki görüşleri arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir ( $p < 0,05$ ).

**Tablo 42:** Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Suç Oranını Arttırma” Etkisi Algısı İlişkisi

SİYASİ PARTİ	Turizm, suç oranını arttırmaktadır					Toplam	
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum		
AKP	N	12	71	55	30	11	179
	% siyasi parti içerisinde	6,7%	39,7%	30,7%	16,8%	6,1%	100%
	% algı içerisinde	18,8%	31,0%	47,8%	52,6%	78,6%	37,4%
CHP	N	23	76	24	6	3	132
	% siyasi parti içerisinde	17,4%	57,6%	18,2%	4,5%	2,3%	100%
	% algı içerisinde	35,9%	33,2%	20,9%	10,5%	21,4%	27,6%
MHP	N	10	47	20	10	0	87
	% siyasi parti içerisinde	11,5%	54,0%	23,0%	11,5%	0,0%	100%
	% algı içerisinde	15,6%	20,5%	17,4%	17,5%	0,0%	18,2%
HDP	N	19	35	16	11	0	81
	% siyasi parti içerisinde	23,5%	43,2%	19,8%	13,6%	0,0%	100%
	% algı içerisinde	29,7%	15,3%	13,9%	19,3%	0,0%	16,9%
Toplam	N	64	229	115	57	14	479
	% siyasi parti içerisinde	13,4%	47,8%	24,0%	11,9%	2,9%	100,0%
	% algı içerisinde	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Pearson  $\chi^2$ : 47,250; s.d.:12 ; p:0,000; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %15; En küçük beklenen değer: 2,37

Siyasetçiler genel olarak bu önermeye %61,2 oranında katılmamaktadır. Bunun içerisinde %13,4 oranında daha güçlü bir katılmama algısı vardır. Bu oran içerisindeki payı en yüksek olan parti CHP'dir. Kesinlikle katılmama görüşleri arasında en düşük oran MHP'de ardından AKP'dedir. “Ne katılıyorum ne katılmıyorum” oranı AKP'de daha yüksektir ve AKP'nin tüm diğer önermelere verdiği yanıtlar içerisinde en yüksek ortada görüş oranı olmuştur. Buradan iktidar siyasetçilerinin diğer önermelere oranla bu konuda daha net bir fikrinin olmadığı söylenebilir. %13,8 oranında ise katılma

görüşü vardır. Bu görüşün içerisindeki %2,9 oranındaki düşük güçlü algının içerisinde AKP'nin %78,6 gibi büyük bir oranda payı vardır. Öyle ki HDP ve MHP siyasetçilerinden bu önermeye kesinlikle katılıyorum cevabı veren bulunmamaktadır. Katılıyorum görüşlerinde de iktidar partisinin %52,6 oranında en yüksek oranda görüş verdiği görülmektedir. Genel olarak siyasetçilerin, suç oranını arttırması konusunda turizme yönelik olumlu algılarının yüksek oranda olmasa da daha ağır bastığı görülmektedir. Ancak 1/4 gibi bir ortada görüş oranının da ciddiye alınması gereken bir oran olduğu düşünülmektedir.

#### **V. 14. 3. Siyasetçilerin Turizmin Çevresel Etkilerini Algılama Bulguları**

Siyasetçilerin turizmin çevresel etkileri konusunda algılarını belirlemeye yönelik olarak ölçekte yer alan ilk önerme “Turizm doğal çevreyi olumsuz yönde etkilemektedir” önermesidir. Analiz sonuçlarına göre, siyasetçilerin partileri ile turizmin doğal çevreyi olumsuz yönde etkilemesi konusundaki algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ( $p < 0,05$ ). Tablo 43’de siyasetçilerin geneli incelendiğinde %14,7 oranında siyasetçinin bu algıya sahip olduğu %17,1 oranında net görüşler olmadığı anlaşılmaktadır. %68,3 siyasetçi turizmin doğal çevreyi olumsuz etkilediği görüşüne katılmamakta iken bu oranın içerisindeki %14,6’sı bu görüşe kesinlikle katılmamaktadır. Bulgular arasında en dikkat çeken husus; HDP’nin diğer önermelerdeki algılarından farklı bir oranda diğer partilere göre hem kesinlikle katılıyorum hem de katılıyorum yönündeki görüşlerinin oranının düşüklüğüdür. HDP siyasetçilerinin turizmin doğal çevreyi olumsuz etkilediği görüşüne kesinlikle katılmama ve katılmama görüşündeki en düşük oranlara (%12,9 ve %15,2) ve katılma görüşünde AKP ile eşit oranda olmak üzere en yüksek orana (%32,7) sahip olduğu tespit edilmiştir. Hatta ortada görüşleri hem diğer partilere hem de diğer birçok önermedeki kendi algı oranlarına göre de düşük orandadır. Dolayısıyla bu önerme için

HDP’de ağırlıkta bir olumsuz algı olduğu söylenebilir. Bu ayrıntılar dışında genel olarak siyasetçilerin çoğunluğunun turizmin doğal çevreyi olumsuz yönde etkilediğine dair bir algıları bulunmadığı söylenilebilir.

**Tablo 43:** Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Doğal Çevreyi Olumsuz Yönde Etkileme” Algısı İlişkisi

SİYASİ PARTİ	Turizm doğal çevreyi olumsuz yönde etkilemektedir					Toplam	
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum		
AKP	N	39	83	31	17	9	179
	% siyasi parti içerisinde	21,8%	46,4%	17,3%	9,5%	5,0%	100,0%
	% algı içerisinde	55,7%	32,3%	37,8%	32,7%	50,0%	37,4%
CHP	N	12	81	27	10	2	132
	% siyasi parti içerisinde	9,1%	61,4%	20,5%	7,6%	1,5%	100,0%
	% algı içerisinde	17,1%	31,5%	32,9%	19,2%	11,1%	27,6%
MHP	N	10	54	14	8	1	87
	% siyasi parti içerisinde	11,5%	62,1%	16,1%	9,2%	1,1%	100,0%
	% algı içerisinde	14,3%	21,0%	17,1%	15,4%	5,6%	18,2%
HDP	N	9	39	10	17	6	81
	% siyasi parti içerisinde	11,1%	48,1%	12,3%	21,0%	7,4%	100,0%
	% algı içerisinde	12,9%	15,2%	12,2%	32,7%	33,3%	16,9%
Toplam	N	70	257	82	52	18	479
	% siyasi parti içerisinde	14,6%	53,7%	17,1%	10,9%	3,8%	100,0%
	% algı içerisinde	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Pearson  $\chi^2$ : 33,625; s.d.:12 ; p:0,001;

Beklenen değeri 5’in altında olan hücre oranı: %15; En küçük beklenen değer: 3,04

Ölçekte yer alan bir diğer turizmin çevresel etkisiyle ilgili önerme “Turizm doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunmaktadır” önermesidir. Analiz sonuçlarına göre siyasetçilerin partileri ile bu önerme konusundaki algıları arasında anlamlı bir ilişki



tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ). Tablo 44'e göre, siyasetçiler genel olarak bu önermeye yaklaşık %75 oranında katılmaktadır. Katılma görüşleri en yüksek oranda iktidar partisi AKP'de olup, en yüksek "kesinlikle katılıyorum" oranı (%62,5) kendisine en yakın orana sahip CHP'nin 2 katından fazladır. Bu görüşte en düşük oran ise 2 siyasetçiyle MHP'dedir (%3,6). Katılıyorum görüşlerinde AKP en yüksek oranda olumlu görüş bildirirken, HDP en düşük oranda "katılıyorum" görüşüne sahiptir (%13,6). Katılmama görüşleri oranları AKP, CHP ve MHP' de aynı oranda (%18,2) iken HDP'de onlara göre oldukça yüksektir (%45,5). Genel olarak siyasetçilerin dörtte üçünün turizmin doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunduğu algısına sahip olduğu ve bu önermeye ait en kuvvetli olumlu algının AKP'de en düşük olumlu algının ise HDP'de olduğu söylenebilmektedir.

**Tablo 44:** Siyasetçilerin Partileri ile "Turizmin Doğal Çevrenin Korunmasına Katkı" Algısı İlişkisi

SİYASİ PARTİ	Turizm, doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunmaktadır					Toplam	
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum		
AKP	N	2	9	22	111	35	179
	% siyasi parti içerisinde	1,1%	5,0%	12,3%	62,0%	19,6%	100%
	% algı içerisinde	18,2%	22,5%	31,4%	36,8%	62,5%	37,4%
CHP	N	2	12	19	85	14	132
	% siyasi parti içerisinde	1,5%	9,1%	14,4%	64,4%	10,6%	100%
	% algı içerisinde	18,2%	30,0%	27,1%	28,1%	25,0%	27,6%
MHP	N	2	7	11	65	2	87
	% siyasi parti içerisinde	2,3%	8,0%	12,6%	74,7%	2,3%	100%
	% algı içerisinde	18,2%	17,5%	15,7%	21,5%	3,6%	18,2%
HDP	N	5	12	18	41	5	81
	% siyasi parti içerisinde	6,2%	14,8%	22,2%	50,6%	6,2%	100%
	% algı içerisinde	45,5%	30,0%	25,7%	13,6%	8,9%	16,9%
<b>Toplam</b>	N	11	40	70	302	56	479

% siyasi parti içerisinde	2,3%	8,4%	14,6%	63,0%	11,7%	100%
% algı içerisinde	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Pearson  $\chi^2$ : 39,558; s.d.:12 ; p:0,001; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %20; En küçük beklenen değer: 1,86

Turizmin çevresel etkileri konusundaki bir diğer önerme “Turizm trafiği olumsuz yönde etkilemektedir” önermesidir. Analiz sonuçlarına göre Tablo 45 oluşturulmuş olup, siyasi partiler ile bu önermeye verdikleri yanıtlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ).

**Tablo 45:** Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Trafiği Olumsuz Yönde Etkileme” Algısı İlişkisi

SİYASİ PARTİ	Turizm trafiği olumsuz yönde etkilemektedir					Toplam
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	
<b>AKP</b>						
N	20	86	39	27	7	179
% siyasi parti içerisinde	11,2%	48,0%	21,8%	15,1%	3,9%	100%
% algı içerisinde	33,3%	32,8%	44,8%	50,0%	43,8%	37,4%
<b>CHP</b>						
N	13	90	21	6	2	132
% siyasi parti içerisinde	9,8%	68,2%	15,9%	4,5%	1,5%	100%
% algı içerisinde	21,7%	34,4%	24,1%	11,1%	12,5%	27,6%
<b>MHP</b>						
N	14	51	13	8	1	87
% siyasi parti içerisinde	16,1%	58,6%	14,9%	9,2%	1,1%	100%
% algı içerisinde	23,3%	19,5%	14,9%	14,8%	6,3%	18,2%
<b>HDP</b>						
N	13	35	14	13	6	81
% siyasi parti içerisinde	16,0%	43,2%	17,3%	16,0%	7,4%	100%
% algı içerisinde	21,7%	13,4%	16,1%	24,1%	37,5%	16,9%
<b>Toplam</b>						
N	60	262	87	54	16	479
% siyasi parti içerisinde	12,5%	54,7%	18,2%	11,3%	3,3%	100%
% algı içerisinde	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Pearson  $\chi^2$ : 29,263; s.d.:12 ; p:0,004; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %15; En küçük beklenen değer: 2,71

Siyasetçilerin geneli incelendiğinde toplamda 262 siyasetçi (%54,7) katılmıyorum derken, %12,5 oranındaki siyasetçinin ise kesinlikle katılmadığı görülmektedir. Kesinlikle katılmama görüşlerindeki en yüksek algı iktidar partisindedir. Turizmin trafiği olumsuz etkilediği görüşüne kesinlikle katılıyorum şeklinde görüş bildirenler AKP’de en yüksekken (%43,8), MHP’de en düşüktür (%6,3). Katılmıyorum oranı ise CHP siyasetçilerinde küçük bir oranla AKP’den daha yüksektir. Genel olarak %67,2 oranında siyasetçinin turizmin trafiği olumsuz yönde etkilediğine dair bir algısı bulunmadığı, %14,6 oranında siyasetçinin ise bu olumsuz algıya sahip olduğu söylenebilmektedir.

Son çevresel algı önermesi ise “Turizm, yaban hayatının korunmasına katkıda bulunmaktadır” önermesidir. Analiz sonuçlarına göre siyasi partiler ile bu önermeye verdikleri yanıtlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ( $p < 0,05$ ). Elde edilen bulguların yansıtıldığı Tablo 46’ya göre, genel olarak siyasetçilerin %65’i turizmin yaban hayatının korunmasına katkıda bulunduğu yönünde olumlu bir algıya sahiplerdir. Bu oranın içerisindeki %10,2 oranında siyasetçinin ise bu konuda güçlü bir olumlu algısı bulunmaktadır. %14,4 oranında siyasetçi ise turizmin yaban hayatının korunmasına katkıda bulunduğu önermesine katılmamaktadır. Katılımcı siyasetçilerin %54,7’si “katılıyorum şeklinde görüş bildirirken, iktidar partisi AKP bu görüş içerisinde %42,4 katılıyorum ve %57,1 ile “kesinlikle katılıyorum” oranları içerisinde en yüksek olumlu algı oranına sahiptir. “Kesinlikle katılmıyorum” görüşüne sahip olanlar içerisinde en yüksek oran (%38,9) ve “kesinlikle katılıyorum” görüşü içerisindeki en düşük oran (%2) HDP siyasetçilerine aittir. HDP’nin bu önermede diğerlerinden daha güçlü olumlu ve olumsuz algısı olduğu, parti içerisinde görüşleri farklılaşsa da “katılma” oranının daha yüksek olduğu görülmektedir.

**Tablo 46:** Siyasetçilerin Partileri ile “Turizmin Yaban Hayatının Korunmasına Katkı” Algısı İlişkisi

SİYASİ PARTİ	Turizm, yaban hayatının korunmasına katkıda bulunmaktadır					Toplam	
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum		
AKP	N	4	11	25	111	28	179
	% siyasi parti içerisinde	2,2%	6,1%	14,0%	62,0%	15,6%	100%
	% algı içerisinde	22,2%	21,6%	25,3%	42,4%	57,1%	37,4%
CHP	N	5	15	29	66	17	132
	% siyasi parti içerisinde	3,8%	11,4%	22,0%	50,0%	12,9%	100%
	% algı içerisinde	27,8%	29,4%	29,3%	25,2%	34,7%	27,6%
MHP	N	2	10	17	55	3	87
	% siyasi parti içerisinde	2,3%	11,5%	19,5%	63,2%	3,4%	100%
	% algı içerisinde	11,1%	19,6%	17,2%	21,0%	6,1%	18,2%
HDP	N	7	15	28	30	1	81
	% siyasi parti içerisinde	8,6%	18,5%	34,6%	37,0%	1,2%	100%
	% algı içerisinde	38,9%	29,4%	28,3%	11,5%	2,0%	16,9%
Toplam	N	18	51	99	262	49	479
	% siyasi parti içerisinde	3,8%	10,6%	20,7%	54,7%	10,2%	100%
	% algı içerisinde	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Pearson  $\chi^2$ : 51,013; s.d.:12 ; p:0,000; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %15; En küçük beklenen değer: 3,04

## V. 15. Siyasetçilerin Türk Turizm Endüstrisinin Mevcut Durumuna

### İlişkin Görüşlerine İlişkin Bulgular

Siyasetçilerin Türk turizm endüstrisinin mevcut durumuna ilişkin görüşlerini belirlemek üzere ankette “Aşağıdaki seçeneklerden hangisi Türk turizm sektörünü yansıtmaktadır” sorusu sorulmuştur. Soruyu cevaplayan 481 siyasetçinin 474’ünün verdikleri cevapların tanımlayıcı istatistik analizi sonuçları Tablo 47’de

verilmektedir. Tabloya göre, siyasetçilerin en çok katıldığı görüş, 281 (%59) sıklıkla “Turizm endüstrisinde daha fazla örgütlenmeye ihtiyaç vardır” görüşü olmuştur. Nitel bulgulardan elde edilen sonuçlarla örtüşen bu görüşü 222 (%47) siyasetçinin “Turizm endüstrisi daha çok profesyonelleşmelidir” görüşü izlemektedir. 155 (%32,8) siyasetçi “Turizm endüstrisinin sürekli gelişme halinde olduğu” görüşünü de sıklıkla paylaşmaktadır. Ancak bunların ardından gelen ifadelerin sıklığı düşük oranda olmuştur. Siyasetçilere bu görüşlerin dışında “Diğer” şeklinde belirtebilecekleri bildirilen alana 5 siyasetçi: Turizm stratejisi geliştirilmeli ve çeşitlendirilmelidir, profesyonel ekip gereklidir, personel eğitimine önem verilmelidir, turizm endüstrisinde çeşitlendirmeye önem verilmelidir, hizmet kalitesi geliştirilmelidir” şeklinde görüşlerini belirtmişlerdir.

**Tablo 47:** Siyasetçilerin Türk Turizm Endüstrisinin Mevcut Durumuna İlişkin Görüş İfadeleri

İFADE	SIKLIK (F)	YÜZDE (%)	TOPLAM (N)
Turizm endüstrisinde daha fazla örgütlenmeye ihtiyaç vardır.	281	59	474
Turizm endüstrisi daha çok profesyonelleşmelidir.	222	47	474
Turizm endüstrisi sürekli gelişme halindedir.	155	32,8	474
Turizm endüstrisi bir geçiş dönemindedir.	90	19	474
Turizm endüstrisinin uyum yeteneği güçlüdür.	76	16	474
Turizm endüstrisi iyi geliştirilmiştir.	52	11	474
Turizm endüstrisi iyi yapılandırılmıştır.	44	9,2	474
Turizm endüstrisi iyi örgütlenmiştir.	39	8	474
Turizm endüstrisi çağ atlamıştır.	32	7	474
Diğer... (Turizm stratejisi geliştirilmeli ve çeşitlendirilmelidir, profesyonel ekip gereklidir, personel eğitimine önem verilmelidir, turizm endüstrisinde çeşitlendirmeye önem verilmelidir, hizmet kalitesi geliştirilmelidir.)	5	1	474

## V. 16. Siyasetçilerin Türk Turizm Sektöründeki Hizmet Kalitesi

### Algıları Bulguları

“Siyasetçilerin turizm sektöründeki konaklama, ulaşım, yeme içme, rehberlik, doğal kaynaklar, kültürel, tarihi ve arkeolojik değerler hizmet kaliteleri hakkındaki algıları nedir?” araştırma sorusunu cevaplamaya hizmet eden ankette her biri için ayrı ayrı “çok kötü”, “kötü”, “orta”, “iyi”, “çok iyi” şeklinde değerlendirmelerinin istendiği bir soru bulunmaktadır. Siyasetçilerin hizmet kalitesi algıları siyasi partilerine göre Ki-Kare testi ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, ankete katılan siyasetçilerin siyasi partileri ile turizm sektöründeki konaklama, ulaşım, yeme içme, rehberlik, kültürel değerler, tarihi ve arkeolojik değerler, doğal kaynaklar hakkındaki hizmet kalitesi algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır ( $p<0,05$ ).<sup>6</sup>

Tanımlayıcı istatistik analizi sonucu elde edilen Tablo 48’e göre; siyasetçiler genel olarak Türk turizmde bu alanlardaki hizmet kalitesini orta düzeyin üzerinde bulmaktadır. Siyasetçilerin hizmet kalitesini en iyi buldukları alan tüm siyasi partiler için “Tarihi ve Arkeolojik Değerler”dir. Bu yönde verilen hizmetin kalite algısı siyasetçilerin partileri bazında en yüksek ortalamayı atadıkları alandır. 179 AKP’li siyasetçinin hizmet kalitesi algıları tüm alanlarda 4’ün üzerinde yani “iyiden”, “çok iyiye” doğru seyretmektedir. AKP’nin hizmet kalitesi algı ortalamaları, diğer partilerin hepsinden yüksek ortalamalara sahipken, MHP’nin Kültürel Değerler, Tarihi ve Arkeolojik Değerler ile Doğal Kaynaklar hizmet kalitesi algılarının küçük oranda da olsa yüksek olduğu göze çarpmaktadır. Bu durum, MHP’nin milliyetçi ve ülke

<sup>6</sup>Konaklama Hizmeti : Likelihood R.:129,348; s.d.:12 ; p:0,000

Ulaşım hizmeti: Likelihood R.:146,819; s.d.:12 ; p:0,000

Yeme İçme Hizmeti: Likelihood R.:77,040; s.d.:12 ; p:0,000

Rehberlik Hizmeti: Likelihood R.:63,274; s.d.:12 ; p:0,000

Kültürel Değerler: Likelihood R.:27,801; s.d.:12 ; p:0,006

Tarihi ve Arkeolojik Değerler: Likelihood R.:43,178; s.d.:12 ; p:0,000

Doğal Kaynaklar: Likelihood R.:45,747; s.d.:12 ; p:0,000

kaynaklarını üstün tutan ideolojisine paralel bir algı nedeniyle kültür, tarih ve doğal kaynak gibi değerlere yönelik yüksek algıya sahip olduğu şeklinde de yorumlanabilir. CHP’de de benzer bir şekilde konaklama, ulaşım, yeme içme ve rehberlik hizmetlerinin kalite algıları orta ve iyi arası düzeylerde dir. Genel olarak muhalefet partilerinin hizmet kalitesindeki en düşük algıları konaklama ve ulaşım hizmetlerindedir. AKP’li siyasetçilerin konaklama, ulaşım, yeme içme, rehberlik hizmetleri ve arkeolojik değerler alanlarının tümündeki “çok iyi” ve “iyi” şeklindeki hizmet kalitesi algıları diğer partilere oranla çok daha yüksektir. Bu durumun nedeni uzun yıllar iktidarda olan bir partinin siyasetçilerinin olumlu ve olumsuz durumlardan kendilerini sorumlu tutmaları olabilir. Hizmet kalitesini kötü olarak ya da iyi olarak değerlendirmeleri durumunda bu kötülük ya da iyilikte kendilerinin de pay sahibi olmaları söz konusu olabilir. Dolayısıyla iktidar partisi siyasetçilerinin hizmet kalitesi algılarının daha yüksek düzeyde olumlu olarak çıkması normal olarak kabul edilebilir.

**Tablo 48: Siyasetçilerin Partilerine Göre Hizmet Kalitesi Algıları**

Siyasi Parti	Konaklama	Ulaşım	Yeme İçme	Rehberlik	Kültürel Değerler	Tarihi ve Arkeolojik Değerler	Doğal Kaynaklar
<b>AKP</b>	Ortalama Std. Sapma N	4,37 0,669 179	4,23 0,598 179	4,32 0,577 179	4,22 0,788 179	4,46 0,705 179	4,50 0,639 179
<b>CHP</b>	Ortalama Std. Sapma N	3,50 0,843 132	3,35 0,720 132	3,73 0,753 132	3,64 0,867 132	4,32 0,902 132	4,35 0,899 132
<b>MHP</b>	Ortalama Std. Sapma N	3,54 0,818 87	3,52 0,887 87	4,03 0,655 87	3,76 0,821 87	4,60 0,619 87	4,69 0,556 87
<b>HDP</b>	Ortalama Std. Sapma N	3,63 0,858 81	3,53 0,808 81	4,11 0,866 81	3,67 0,962 81	4,16 1,054 81	4,26 1,046 81
<b>Toplam</b>	Ortalama Std. Sapma N	3,85 0,875 479	3,74 0,821 479	4,07 0,734 479	3,88 0,885 479	4,39 0,826 479	4,45 0,796 479

Yanıt kategorileri: 1:Çok kötü, 2:Kötü, 3:Orta, 4:İyi 5: Çok iyi

## V. 17. Nitel Bulgular

Araştırmada daha detaylı veriler elde etmek ve katılımcının daha açık, net ve kısıtlanmadan serbestçe cevap verebilmesi için açık uçlu sorulara da yer verilmiştir. Açık uçlu sorular alternatif cevap seçenekleri olmayan sorulardır ve katılımcılar ister tek kelimeyle ister uzun cümlelerle düşüncelerini, görüşlerini ifade edebilir (Nakip, 2006: 123). Araştırmacı kişilik, ilgi ve görüş, tutum gibi kişisel yargı ve yoruma dayalı, subjektif türden verilere ulaşmak için, daha çok açık uçlu sorular tercih etmektedir. Bu sorular katılımcıya bir sınır getirmeden cevap verme imkânı sağladığı için yargısal verilerin kodlanması daha çok titizlik istemektedir (Aksoy, 2006).

Tezde açık uçlu sorularla elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuş, ayrıca bulguların sunumunda betimlemelere de başvurulmuştur. Araştırmada öncelikle toplanan verilerin araştırma sorularına ilişkin olarak hangi sonuçları ortaya koyduğunu belirlemek için “betimsel analiz” yapılmıştır. Ardından, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşma temel amacıyla kavramsal kodlama ve sınıflama yoluyla temaların ve bu temalar arasındaki anlamlı ilişkilerin ortaya çıkarıldığı içerik analizine başvurulmuştur (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 222-228). Elde edilen verilerin sağlıklı olması için alanında uzman kişilerin de önerileri ve eleştirileri dikkate alınmıştır.

### V. 17. 1. Siyasetçilerin, Türk Turizm Sektörüne Siyasetçilerin Desteğinin ve İlgisinin Nasıl Arttırılabileceği ile İlgili Görüşlerine Yönelik Bulgular

“Türk turizm sektörüne siyasetçilerin desteği ve ilgisinin nasıl arttırılabileceği konusundaki düşünceleri nelerdir?” şeklindeki son araştırma sorusuna cevap aramaya yönelik soruya 430 siyasetçinin verdiği cevaplardan elde edilen bulgular bu bölümde sunulmaktadır. İçerik analiziyle oluşturulan Tablo 49 aşağıda yer almaktadır. Tabloda da görüldüğü gibi 584 ifade “Siyasetçilerin Bilgilendirilmelerine



Yönelik Düşünceler”, “Turizmin Sektör Temsilcilerine Yönelik Düşünceler”, “Siyasetçilerin Siyasetçilerle İlgili Düşünceleri”, “Türk Turizmi ile İlgili Genel Düşünceler”, “Hükümetle İlgili Düşünceler”, “Halkla İlgili Düşünceler” ve “Turizm Politikalarıyla İlgili düşünceler” olmak üzere 7 kategoride birleştirilmiştir.

**Tablo 49:** Türk Turizm Sektörüne Siyasetçilerin Desteğinin ve İlgisinin Nasıl Arttırılabileceği Konusundaki Düşünceler

	<b>KULLANILAN İFADELER</b>	$\Sigma_i$	$\Sigma_i$ (584)	%	% (100)
<b>1-Siyasetçilerin Bilgilendirilmelerine Yönelik Düşünceler</b>	(1.1) Siyasetçilerin dikkatini çekebilecek il/bölge/destinasyon tanıtım ve reklamları yapılmalıdır.	66	146	45,20	25
	(1.2) Siyasetçiler çalıştay, panel vb. toplantılara dahil edilmelidir.	25		17,12	
	(1.3) Turizm sektör uygulayıcıları siyasetçileri sürekli bilgilendirmelidir	20		13,7	
	(1.4) Siyasetçiler il/bölge alternatif turizm türleri potansiyeli konusunda bilgilendirilmelidir.	15		10,27	
	(1.5) Siyasetçi akademik/bilimsel çalışmaların sonuçlarından haberdar edilmelidir.	12		8,21	
	(1.6) Yerel siyasetçiler/yöneticiler merkezi düzenli ve güncel olarak bilgilendirmelidir	8		5,47	
<b>2- Turizmin Sektör Temsilcilerine Yönelik Düşünceler</b>	(2.1) Turizm sektörü örgütlenmesi zayıftır ve güçlendirilmelidir.	35	153	22,87	26,2
	(2.2) Turizm sektörü örgütleri bilinmemektedir/ tanınmamaktadır.	30		19,60	
	(2.3) Siyasetçilerle etkin iletişim, diyalog, koordinasyon sağlanmalıdır.	28		18	
	(2.4) Siyasetçilere turizm gelişimi ve sorun çözme desteği için somut önerilerle	25		16,34	

	önerilerle/projelerle gelmelidirler.				
	(2.5) Turizm sektöründe etkin baskı grubu oluşturulmalıdır.	15		9,80	
	(2.6) Turizm sektörü kamuoyu oluşturacak şekilde çalışmalıdır.	10		6,5	
	(2.7) Turizm sektörü profesyonelleşmelidir.	5		3,2	
	(2.8) Turizm sektörü ile ilgili her alanın temsilcilerinin sürekli işbirliği ve iletişim halinde olması gerekir	5		3,2	
<b>3-Siyasetçilerin Siyasetçilerle İlgili Düşünceleri</b>	(3.1) Her siyasetçi kendi iline sahip çıkmalıdır.	27	112	24,1	19,2
	(3.2) Siyasetçiler turizmi daha çok ciddiye almalı/vakit ayırmalıdır.	22		19,64	
	(3.3) Siyasetçiler turizmi Meclisin gündeminde tutmalıdır.	13		11,6	
	(3.4). Her siyasetçi kendi ilini/bölgesini tanıtmalıdır.	12		10,71	
	(3.5) Siyasetçilerin turizm toplantılarına (çalıştay, panel, seminer vb.) katılıma ilgi göstermelidir.	10		8,93	
	(3.6) Siyasetçiler turizm karar süreçlerine turizm sektörünü dahil etmelidir.	7		6,25	
	(3.7) Siyasetçiler yerel ve ulusal turizm etkinliklerine katılmalıdır.	6		5,36	
	(3.8) Siyasetçi bizzat illerinin turizm projelerinin takipçisi olmalıdır.	5		4,46	
	(3.9) Milletvekilleri turizm kanun tekliflerini değerlendirmelidir.	5		4,46	
	(3.10). Siyasetçiler turizmi seçimlerde oyları etkileyecek bir sektör olarak görmemektedir.	5		4,46	
<b>4- Türk Turizmi ile İlgili Genel</b>	(4.1) Turizme yatırım/girişim alışkanlığı kazandırılmalıdır.	19	53	35,85	9

<b>Düşünceler</b>	(4.2) Ülkede turizm bilinci oluşturulmalıdır.	15		28,30	
	(4.3) Sektörde hizmet kalitesi artırılmalıdır.	7		13,2	
	(4.4) İç turizm teşvik edilmelidir	7		13,2	
	(4.5) Her şey dahil sistem turizme zarar vermektedir	5		9,43	
<b>5-Hükümetle İlgili Düşünceler</b>	(5.1) Hükümet turizm tanıtımını etkin yapmalıdır.	16	64	25	11
	(5.2) Hükümet turizm bütçesini arttırmalıdır.	15		23,43	
	(5.3) Hükümet turizmle ilgili ve bilgili kişileri bakan seçmelidir.	10		15,63	
	(5.4) Hükümet turizm sektörüne daha çok önem vermelidir.	10		15,63	
	(5.5) Turizm bakanı daha çok çalışmalıdır.	7		10,1	
	(5.6) Hükümet turizm sektörüne teşvikleri arttırmalıdır.	6		9,37	
<b>6- Halkla İlgili Düşünceler</b>	(6.1) Halk doğaya, kültüre, turizme değer veren kişileri temsilci seçmelidir	16	41	39	7,020
	(6.2) Halk turizm ile ilgili gelişim, sorun çözümü, iş vb talepte bulunmalıdır	15		36,58	
	(6.3) Halk doğal ve tarihi kaynaklarına sahip çıkmalıdır	10		24,4	
<b>7- Turizm Politikalarıyla İlgili düşünceler</b>	(7.1) İktidarlara göre ayrı sektör politikaları izlenmemelidir.	10	15	66,6	2,568
	(7.2) Turizm politikalarıyla diğer sektör politikaları uyumlaştırılmalıdır (turizm, çevre vb.).	5		33,3	

Tabloda yer alan ifadelerin direk olarak siyasetçilerin turizme ilgi ve desteğini artırma düşüncelerini yansıttığı, bazı ifadelerin de turizmin gelişimini, sürdürülebilirliğini ve sorunların tespitiyle ilgili oldukları için, bu desteği dolaylı olarak arttırılabilecek görüşleri yansıttıkları söylenebilir. Siyasetçiler turizm sektörüne kendi ilgi ve desteklerinin nasıl arttırılabileceği ile ilgili düşüncelerini aktarırken Türk turizminin geliştirilmesi için önerilerde de buldukları, dolayısıyla gelişen ve daha çok dikkat çeken turizme halkın da siyasetçilerin de daha çok duyarlı olabileceği ve ilgi gösterebileceğini düşündükleri anlaşılmaktadır. Siyasetçiler genel turizm sorunlarının tespitini de yapmakta, turizmin gelişmesi önündeki engelleri de belirtmekte ve bunların aşılmasıyla turizmden daha çok fayda sağlanmasıyla siyasetçilerin turizme daha çok ilgi gösterebileceklerini ve destek verebileceklerini vurgulamaktadır. Örneğin bu konuda bir siyasetçi, “Turizm sektör temsilcilerinin bölgelerinin, bölgesel farklılıkları gidermeye dönük detaylı tanıtımları sayesinde o bölgelere turistlerin ilgisi artacaktır, bu da daha çok desteği getirecektir” şeklinde görüş bildirmiştir. Yine tanıtımın ve bilgilendirmenin verilecek desteğe katkısını belirten bir siyasetçi “toplantılarla, panellerle, araştırmalarla ve tanınmayan bölgeleri tanıtarak ilk adımlar atılabilir” şeklinde görüşünü belirtmiştir. Bu nedenle destek ve ilgiye yönelik öneriler ve görüşler, siyasetçilerin sıklıkla ifade ettikleri Türk turizminin mevcut durumu, politikalar, algıladıkları sorun ve engeller de göz ardı edilmeden birlikte analiz edilmiş ve gruplandırılmıştır.

İlk grup olan “Siyasetçilerin Bilgilendirilmelerine Yönelik Düşünceler” kategorisinin en yüksek frekansını alan “Siyasetçilerin dikkatini çekebilecek il/bölge/destinasyon tanıtım ve reklamları yapılmalıdır” ifadesi aynı zamanda soruda da en sık belirtilen görüş olmuştur. Siyasetçiler öncelikle, siyasetçilere illerin ve/veya bölgelerinin tanıtım ve reklamlarının yapılması gerektiğini ifade etmektedir. Bu tanıtımlar ildeki/bölgedeki turizmin önemini ortaya koyan, ilgilerini sürekli canlı

tutabilecek ve il siyasetçilerinin diğer siyasetçileri de etkileyebilmesini sağlayabilecek şekilde dikkat çekici olmalıdır. Örneğin bir arkeolojik kazı ile ortaya çıkarılabilecek bir antik kentin ya da potansiyeli olan bir alternatif turizm türünün gelişiminin yerel halka, bölgeye dolayısıyla ülkeye katkısı her platformda siyasetçilere tanıtılmalıdır.

“Siyasetçiler çalıştay, panel vb. toplantılara dahil edilmelidir”, “Turizm sektör uygulayıcıları siyasetçileri sürekli bilgilendirmelidir”, “Siyasetçiler il/bölge alternatif turizm türleri potansiyeli konusunda bilgilendirilmelidir”, “Siyasetçi akademik/bilimsel çalışmaların sonuçlarından haberdar edilmelidir”, “Yerel siyasetçiler/yöneticiler merkezi düzenli ve güncel olarak bilgilendirmelidir” ifadeleri ise siyasetçilerin bilgilendirilmelerine yönelik diğer ifadelerdir. Bir siyasetçinin; “...Turizm sektörü, sektörü tanıtabilmeli, sorunları net olarak ortaya koyabilmeli. Özel ilgilim olmasa, güncel turizm verilerinden haberimiz olmuyor. STK, yereller, örgütler bu iletişimi ve bilgilendirmeyi sağlamak için daha çok çalışmalı” şeklinde bu durumu özetlemektedir. Görüldüğü gibi bilgilendirme sıklıkla üzerinde durulmuş bir görüştür. Bu bilgilendirmelerin kaynağının kim ya da kimlerin olması gerektiği ise siyasetçiler tarafından farklı şekillerde aktarılmıştır.

Turizmin Sektör Temsilcilerine Yönelik Düşünceler kategorisinin sıklığı en yüksek ifadesi, “Turizm sektör örgütlenmesi zayıftır ve güçlendirilmelidir” ifadesidir. Bu görüş aynı zamanda bu soruda frekansı en yüksek 2. görüştür. Siyasetçiler turizm sektör örgütleri algılarına dayanarak ya da diğer sektörlerle karşılaştırarak (sanayi vb.) sektör örgütlenmesinin oldukça zayıf ve etkisiz olduğu yönünde eleştiriler getirmişlerdir. Örgütlülüğün güçlendirilmesi gerekliliği, destek ve ilginin yaratılmasının başlıca koşulu olarak görülmektedir. Yine bilgilendirmeyle örgütlülük birlikte de görüşlerde yer almaktadır. Örneğin bir milletvekili “...Sektörü tanımıyoruz....sektörü tanıtarak ve sorunlarını örgütlenerek tespit edip aktararak ve daha aktif olarak desteği

arttırmalılar.” şeklinde hem tanıtma ve bilgilendirme gerekliliğini hem de bunun örgütlü olması gerektiğini belirten görüşünü ifade etmiştir.

Kategoride yer alan diğer ifadeler de bu konuyla ilgili ve ilişkili olarak değerlendirilebilir. Siyasetçiler “Turizm sektörü örgütleri bilinmemektedir/tanınmamaktadır.” şeklinde görüş bildirmişlerdir. Turizm sektör örgütlerinin meclisteki turizm çalışmalarına katkı sağlamaları ile ilgili turizm örgütlerinin sıralanması sorusunda da belirtildiği üzere siyasetçiler bu konuda eleştiride bulunmaktadır. Örneğin bir milletvekili bu konuda “...Sadece örgütlü olarak TÜRSAB biliniyor. O da daha çok bakanlıkla iletişime geçerek çalışma yapıyor. Yerel örgütler önemli, dikkat çekmeli ve etkin çalışmalı” şeklinde görüş bildirmiştir. Bir başka siyasetçi “...Turizm örgütlerinin Mecliste bize farkındalık yaratacak etkinlikleri yok...” derken, bir başkası bu konudaki düşüncelerini, “Mecliste gündem oluşturmak lazım. Bunun için siyasetçilere, milletvekillerine ulaşmalı ve yasa teklifleri için iletişime geçmeli, sorunlarını örgütlüce belirtmeli ve sorunların çözümü için genel kurulda vekiller aracılığıyla gündem oluşturulmalıdır.” şeklinde aktarmaktadır.

“Turizm sektörü etkin baskı grubu oluşturmalıdır” ve “Turizm sektörü kamuoyu oluşturacak şekilde çalışmalıdır” görüşleri ise araştırmanın kavramsal kısmında da açıklandığı üzere siyasi kararları etkileyen iki önemli unsurdur. Bir başka deyişle siyasal sistemin iki önemli siyasi gücünü ifade ettiğinden siyasetçilerin de bu unsurların sıklıkla tespitini yapması oldukça önemli bir bulgu olarak kabul edilebilir.

Siyasetçiler örgütlülük ve etkili örgüt çalışmalarının önemini yanı sıra “Siyasetçilerle etkin iletişim, diyalog, koordinasyon sağlanmalıdır” ve “Siyasetçilere turizm gelişimi ve sorun çözme desteği için somut önerilerle/projelerle gelmelidirler” görüşleriyle kendileriyle iletişime geçilmesi gerektiğini belirtmektedir. Bunun destek ve ilgi yaratmada faydalı olacağını ancak kendilerine yalnız sorunlarla ve yakınmalarla

değil ellerini güçlendirecek etkili çözüm önerileri ve projelerle başvurulmasının daha faydalı olacağını altını çizmişlerdir. Böylece işbirliği ile etkili kararlara imza atılabilecektir. Ayrıca siyasetçilerin, turizm sektörünün profesyonelleşmesi gerektiği yönünde ve turizm sektörü ile ilgili her alanın temsilcilerinin sürekli işbirliği ve iletişim halinde olması gerektiğini vurgulayan düşünceleri bulunmaktadır.

Siyasetçilerin siyasetçiler ile de ilgili görüşleri cevaplarda sıklıkla aktarılan düşüncelerdir. Bu kategoride en çok bahsedilen görüş, her siyasetçinin kendi iline sahip çıkması gerektiği görüşüdür. Siyasetçiler özellikle milletvekillerinin illerinin turizmine sahip çıkması gerektiğini belirtmektedirler. Hatta bir milletvekili bunun turizm kararları için bir zorunluluk olduğunu ve milletvekillerinin turizm için Ankara’da adeta bir turizm elçisi olarak illerine sahip çıkması gerektiğini belirtmektedir. Elbette ki her ilin turizm potansiyeli aynı değildir. Ancak ülkenin her alanındaki doğal, tarihi ve kültürel kaynakların birer turizm potansiyeli yaratacak öneme sahip olduğu kabul edilmektedir. Siyasetçinin bu şekilde bir misyonu olduğunu belirten görüşlere göre; “Her siyasetçi kendi ilini/bölgesini tanıtmalıdır”, “Siyasetçiler turizmi Meclisin gündeminde tutmalıdır” ve “Siyasetçiler bizzat illerinin turizm projelerinin takipçisi olmalıdır”. Böylece beklenen ilgi ve destek karşılık bulacaktır.

Siyasetçilerin sıklıkla kendileri için vurguladığı görüşler; “turizmi daha çok ciddiye almaları/vakit ayırmaları gerektiği” yönündedir. “Siyasetçiler turizm toplantılarına (çalıştay, panel, seminer vb.) katılmalı ve ilgi göstermelidir” ve “Siyasetçiler yerel ve ulusal turizm etkinliklerine katılmalıdır” şeklindeki düşünceleri siyasetçilerin kendilerinin de sektöre gereken ilgiyi ve desteği verebilmek için çaba göstermesi ve diyaloga açık olmaları gerektiğinin farkında oldukları şeklinde yorumlanmalıdır. Nitekim metinde de değinildiği üzere sektör uygulayıcıları siyasetçilerin konferans, toplantı, bilgilendirme vb. etkinliklerine diğer sektörler

(sanayi, tarım vb.) kadar ilgi göstermediğinden yakınmaktadır. Burada da bu yönde bir eleştiri ya da özeleştiriyi yapıldığı söylenilebilir.

Aynı kategoride bir diğer sıkça ifade edilen görüşe göre “Milletvekilleri turizm kanun tekliflerini değerlendirmelidir.” Siyasetçiler siyasi parti ayrımı ya da çıkar gözetmeden turizmin yararına olacak her teklifi ciddiye almalı ve değerlendirmelidirler. Bu görüşe sahip olan bir siyasetçi turizmin apolitik bir sektör olduğunu belirterek, “...Türkiye’nin bütün imkânları, gelir arttırıcı bir unsur olarak turizm ve planlanması için kullanılmalıdır” şeklinde düşüncelerini aktarmıştır. Bir başka bakış açısına göre ise, “Siyasetçiler turizmi seçimlerde oyları etkileyecek bir sektör olarak görmemektedir.” Bu yüzden de bir sanayi sektörü, bir inşaat, bir tarım sektörü kadar ilgi göstermemektedir. Bu da siyasetçilerin turizm algısının sektörün istekleri doğrultusunda yönetilmesi gerektiğinin bir işareti olarak yorumlanabilir.

Bu grupta yer alan düşüncelerden en sonuncusu ise; siyasetçilerin turizm karar süreçlerine turizm sektörünü dahil etmeleri gerektiği yönündeki görüşleridir. Literatürdeki paydaş çalışmalarında da sıkça sözü edildiği üzere paydaş gruplarının ortak çalışmaları ve işbirliği tüm sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de vazgeçilmez bir unsurdur. Sektörün soyutlandığı ve uygulayıcıların dikkate alınmadığı ya da onaylamadığı kararlar hem uygulamada sığ kalacak hem de başarısız sonuçlar elde edilecektir. Siyasetçilerin bu yöndeki görüşleri de bu yorumu onaylar niteliktedir.

Siyasetçilerin Türk turizmi ile ilgili genel düşünceleri kategorisini ise “Turizme yatırım/girişim alışkanlığı kazandırılmalıdır”, “Ülkede turizm bilinci oluşturulmalıdır”, “Sektörde hizmet kalitesi arttırılmalıdır”, “İç turizm teşvik edilmelidir.”, “Her şey dahil sistem turizme zarar vermektedir” ifadeleri oluşturmaktadır. Siyasetçiler turizme yatırım/girişim alışkanlığı olmadığını ya da bunun yetersiz olduğunu, yatırımların sadece yaz turizminin popüler olduğu bölgelerde ve



konaklama tesisi üzerine olduğunu belirtmektedir. Oysa iç bölgelerde ya da şehir içinde nitelikli yatırımlara da ihtiyaç bulunmaktadır. Yatırım ve girişim alışkanlığı kazandırıldıkça turizm, potansiyeli olan yerlerde de gelişecek daha çok dikkat çekecek, yatırım isteği ve talebi siyasi ve ekonomik ilgiyi de doğuracaktır. Bu konuda bir siyasetçinin düşünceleri; “turizm ülke ekonomisine önemli ölçüde gelir sağlar.... turizm gelişmişlik seviyesini ortaya koyar. Antalya’da denize girmek turizm değildir...her turizm türünü geliştirmek, önemsemek ve potansiyeli ortaya koymak gerekiyor.” şeklinde özetlenebilir.

Bu grupta en çok sözü edilen hususlardan bir diğeri turizm bilincidir. Örneğin bir siyasetçi, “...Turizmin ülkeye olan katkısı, somut bir şekilde ifade edilmeli, anlatılmalıdır” derken, bir diğeri “Halkın turizm bilinç seviyesi yükseldikçe siyasetçisine ve yöneticisine baskı yapabilecektir” demekte, yine benzer şekilde başka bir siyasetçi “Halkın turizm bilinci ve eğitim düzeyi yükseldikçe temsilcisini harekete geçirebilecektir” şeklinde turizm bilincinin önemini aktarmaktadır. Ülkede turizm bilincinin oluşturulmasının, siyasetçiler tarafından turizme gösterilen ilgi ve verilen desteği arttırmada önemli olduğu söylenebilir. Bir milletvekili bu konuda; “...Turizmin toplumlar arasında köprü görevi görerek, sosyal etkileşim ve yakınlaşmayı arttırdığı, bacasız sanayi olarak ülkenin milli gelirini yükselttiği ve Türkiye gibi döviz ihtiyacı bulunan bir ülke için, turizmin büyük bir fırsat olduğu gerçeğinin herkese anlatılarak, bir farkındalık yaratılması gerekmektedir...” şeklinde görüş bildirmiştir. Bir milletvekili ise turizmin alkol, fuhuş ve suç oranı artırma gibi sorunlara neden olabileceğini ve doğaya zarar verebilecek etkileri için tedbirlerin alınması gerektiğini belirtmektedir. “Yatırım planlamalarının bu etkilerin düşünülerek yapılması gerektiğini düşünüyorum. Tarihi ve arkeolojik değerlerin hizmet kalitesinde gelişmeler var ve daha da iyi olabilir” diyerek hizmet kalitesinin de önemine vurgu yapmıştır.

Siyasetçiler turizmdeki hizmet kalitesini düşük bulduklarını belirterek sektörde hizmet kalitesinin artırılması gerektiğini, iç turizmin de teşvik edilmesi gerektiğini ve “Her şey dahil” sistemin turizme zarar verdiğini de belirtmektedirler. Siyasetçiler; olurlarına bırakılmış, ucuz, yerel halka katkısı düşük olan, kalitenin de düşük olduğu bir turizm sisteminin doğal olarak beklenildiği kadar dikkat ve ilgi çekmediğinden ve nasılsa bir şekilde yürüyor algısının varlığından söz etmektedirler. “İç turizm teşvik edilmelidir” görüşü ise turizmin yalnız dışarıya yönelik değil içeriye yönelik teşvikiyle de hem halkın hem de siyasetçinin ilgi ve desteğini arttırabilecek bir görüş olarak ifade edilmiştir. Tüm sektörlerin gücü üretimin verimliliği, kalitesi vb. ölçütlere göre değerlendirildiği gibi üretimi içindeki yerli üretim miktarıyla da değerlendirilmektedir. Bu bağlamda iç turizm de turizm sektörü için yerli üretim olarak düşünülebilir. Dolayısıyla iç turizm oranının toplam turizm hacmi içinde artırılması turizm sektörünün güçlenmesi anlamına gelebilir.

Siyasetçiler hükümetle ilgili de ifadeleri sıklıkla aktarmışlardır. “Hükümet turizm tanıtımını etkin yapmalıdır” ifadesi en sık ifade edilen görüş olmuştur. Etkin turizm tanıtımıyla hem turizm kaynakları başka ülkelere hak ettiği ilgiyi görecektir hem de genel bir siyasetçi/halk destek ve ilgisi sağlanabilecektir. Bir kısım siyasetçinin sıklıkla ifade ettiği diğer bir görüş ise “Hükümet Turizm bütçesini arttırmalıdır.” ifadesidir. Bu siyasetçiler tanıtım bütçesinin yetersizliğinden yakınmakta bazıları başka ülkelerden örnekler vererek tanıtımın yalnız turizme değil birçok alana da hizmet ettiğini vurgulamaktadır. “Hükümet turizmle ilgili ve bilgili kişileri bakan seçmelidir”, “Hükümet turizm sektörüne daha çok önem vermelidir”, “Turizm bakanı daha çok çalışmalıdır”, “Hükümet turizm sektörüne teşvikleri arttırmalıdır” görüşleri ise daha çok ilgi, destek bildiren hükümete yönelik eleştiriler içeren ifadelerdir. Eleştirel bir yaklaşımla bir milletvekili turizme ilgi ve desteğin zaten Türkiye’de hükümetçe ve

toplumca mecburen gerçekleşeceğini belirtmektedir. Siyasetçi "...Günümüzde ülkede hiçbir şey üretilmediği için her şey ithal edildiği için bir süre sonra zorunlu olarak turizm daha çok önem kazanacak bir sektördür. Doğru yönetim anlayışları, politikalar ve bilinçle destekleyerek bu ilgi arttırılabilir" şeklinde bu durumu özetlemektedir. Bir süre sonra ülkede bir şey üretilmeyecek saptaması ne kadar gerçekçidir tartışmaya açık bir konu olmasına karşın turizme ilginin üretimsizlikten değil aksine üretimle birlikte artırılması daha sağlıklı bir yaklaşımdır.

Diğer bir grubu halkla ilgili görüşler oluşturmaktadır. "Halk doğaya, kültüre, turizme değer veren kişileri temsilci seçmelidir" görüşü bu grubun en sık ifade edilen düşüncesidir. "Halk turizm ile ilgili gelişim, sorun çözümü, iş vb. talepte bulunmalı", "Halk doğal ve tarihi kaynaklarına sahip çıkmalı" görüşleri; siyasetçilerin halkın bilinçlendikçe ve yerel halk turizmden para kazandıkça hem kaynaklara sahip çıkacağı hem de ilgisini ve gelişime yönelik taleplerini arttıracığı şeklinde düşündüğünü göstermektedir.

Siyasetçilerin turizm politikalarıyla ilgili en sık ifade ettikleri görüş; "İktidarlara göre ayrı sektör politikaları izlenmemelidir" görüşüdür. Gerçekten de giriş bölümünde değinildiği üzere Türkiye'de her iktidarın kendi döneminde sil baştan bir şekilde yeni kararlara imza atmaları ve eski politikaları bırakmalarının önemli hatalardan birisi olduğu ileri sürülebilir. İktidarların da birçok nedenle kısa süreli hükümetler oluşturmaları da bu olumsuzluğu arttırmıştır. Bu bağlamda AKP'nin 13 yıllık uzun iktidarı aslında turizm politikaları ve uygulamaları için önemli bir fırsat oluşturmaktadır. Siyasetçilerin bir kısmı iktidara göre ayrı sektör politikaları izlenmesinin yanlış olduğunu ve turizm gibi birçok sektöre zarar verdiğini belirtmektedir. Turizm politikalarıyla ilgili diğer görüş ise "Turizm politikalarıyla diğer sektör politikaları uyumlaştırılmalıdır (turizm, çevre, sanayi vb.)" görüşüdür. Örneğin

bir siyasetçi turizm potansiyeli ve doğal güzelliği olan bir alanın nükleer santral yapımına ayrılması kararının çelişkiler içerdiğini ve turizm kaynaklarına zarar verebilecek bir karar olduğunu belirtmektedir. Yine bir siyasetçi tarafından, sanayi alanı ile turizm alanının yan yana olmasının plansız ve sonuçları düşünülmeden alınan kararlar olduğu ifade edilmektedir.

Bütünsel olarak değerlendirildiğinde; siyasetçiler bilgilendirme, tanıtım, bilinç, örgütlülük, talep, algı ve genel Türk turizmi ile ilgili çok sayıda bütüncül görüşlere sahiptir. Bu düşüncelerin birçoğu birbiriyle ilişkilendirerek aktarılmıştır. Bunların yanı sıra siyasetçilerin akademisyenlere ve akademik/bilimsel çalışmalara da önem verdikleri anlaşılmakta; destek, paydaşlık, iletişim, koordinasyon, turizm hakkında bilgi verme gibi farklı konularla ilişkilendirdikleri cevaplar verdikleri görülmektedir. Bir siyasetçi bu konuda “Akademisyenlerin bu yönde yapacağı çalışmalar ışık olabilir” derken, bir başka siyasetçi, “Akademik camia kent, sektör ve karar alıcılar koordine olmalı. Akademik ve bilimsel çalışmalardan haberimiz olmuyor, bilgi verilmiyor” şeklinde, bir diğeri “Akademi, sektör ve karar alıcı koordinasyonu olmalıdır” şeklinde düşüncelerini aktarmışlardır. Akademi, sektör ve siyasetçi işbirliği söylem boyutunda yıllardır söylenmekte ancak uygulamada bu mekanizmalar yeterince kurulamamaktadır. Bu sorun bir şekilde aşılacak zorundadır. Aksi takdirde her kesim bunun acısını daha çok yaşayacaktır. Bu yönde atılan Teknokent gibi girişimler memnuniyet verici olsa da bu çabaların artırılması ve geliştirilmesi tüm sektörler için hayati bir önem taşımaktadır.

Siyasetçiler kendilerine sorunlar ve somut çözüm önerileriyle ve projelerle gelmesini, böylece daha kararlı ve etkili olunabileceğini ve mecliste turizmin gündemde tutulabileceğini belirtmektedir. Karşılıklı diyalogun da önemine değinen bir milletvekili bu konuda; “Karşılıklı diyalog gerekmekte, sektör sürekli her kanalla aktif

diyalog halinde olmalıdır. Sorunlar ve çözüm önerileri konusunda yalnız sorunla gelme değil; yönlendirme, projeye, teklifle, önerilerle siyasetçilere başvurulmalıdır. Karar alma konusunda o öneriyle gelecek ki ben destek olup, gündeme getireceğim.” şeklinde görüş bildirmektedir. Bu söylemden hareketle sektör temsilcilerinin ya da halkın çok fazla çözüm önerisiyle siyasetçinin karşısına çıkmadığı çoğunlukla sorunları aktardıkları şeklinde bir çıkarım yapılabilir. Ancak unutulmamalıdır ki siyaset bir çözüm üretme sanatıdır ve siyasetçinin işi toplumun sorunlarına çözümler üretmektir. Diğer taraftan gelişmiş bir ülkenin turizm sektörü temsilcileri ve halkı kendi sorunlarına sahip çıkar ve sadece sorunların tespitiyle yetinmeyip bu sorunların çözümüne yönelik ciddi çaba sarf ederler. Kalkınma ve gelişme bir bütün olarak yaşanan bir olgu olduğu için Türkiye kalkındıkça ve geliştikçe tüm sektörlerin temsilcileri, akademi, halk ve siyasetçiler işbirliği içinde sorunların tespiti ve çözüm yolları konusunda daha yoğun çalışabileceklerdir. Bir başka milletvekili; “...Turizm tüm siyasetçilerin uzlaşacağı bir alan, herkesin üzerinde kolay ittifak sağlayabileceği bir sektördür. Yatırımcılar ve organizasyon firmaları vb. birçok koldan ilgi var. Seçim sonucuna fazla yansımadağı için çok gündemde olmuyor olabilir. Aslında var olan bu ilginin güçlü diyaloga dönüştürülmesi için, bakanlığa önemi görevler düşmektedir” şeklinde düşüncelerini aktarmıştır. Bu cevaptan da anlaşıldığı gibi aynı zamanda siyasetçilerin bazıları turizmin seçim sonuçlarını etkileyecek önemde olmadığı şeklinde bir algıdan da söz etmektedir. Bir siyasetçi yine aynı hususu halkın turizm gelişimi, sorunu ve iş imkânı vb. taleplerde bulunmasıyla ilişkilendirerek aktarmaktadır: “...STK’ların, meslek örgütlerinin, sektördeki herkesin, seçmen olarak talebi ve doğru tanıtım programları önemlidir. Siyasetçi, seçmenlerin turizm talepleriyle turizmi oylarını arttıran oldukça önemli bir unsur olarak görürse ilgilenir ve destek verir. Bunun için de halkın talepte bulunması lazım.”

Ancak talepler dışında, sıklıkla ifade edilen ve önemli olduğu düşünülen bir konu da; turizme destek verecek seçilmişlerin turizmin kaynakları olan doğaya, tarihe, önem vermesi ve ilgi duymasındır. Bir siyasetçi; “Öncelikle seçilmiş siyasetçilerin, kültüre, tarihi değerlere, doğaya önem veren kişiler olmaları gerekir. Dikkatleri böyle çekilebilir...dikkatlerini çekebilmek için sektörde örgütlenmeye önem verilmelidir.” derken bir başkası; “Siyasetçinin seçim çevresi turizm bölgesi değil ise, siyasete atılmadan önceki mesleği turizm ile ilgili değil ise ya da siyasetçi turizm ile ilgili komisyonlarda üye değil ise turizme ilgisinin arttırılması zor olacaktır” şeklinde görüş bildirmiştir.

Bu görüşler, bilgi ve algının önemine yönelik tezin amacıyla bütünleşen görüşler olarak kabul edilebilir. Siyasetçilerin büyük bir oranı, gerek kendilerinin ilgi duyarak sektör hakkında bilgi edinmelerinin, gerekse akademik ve bilimsel yollarla sektör temsilcileri tarafından bilgilendirilmelerinin ve turizm sektörünün kendilerine tanıtılmasının turizm sektöründe gösterecekleri ilgi ve desteği arttıracağını ifade etmektedirler. Hatta ifadeleri bu konularda bir beklenti içerisinde oldukları yönünde de yorumlanabilir. Ayrıca algı yönetimi ve baskı grupları konusunda da belirtildiği gibi; turizmdeki örgütlenme ihtiyacını ve siyasetçi gözüyle bu örgütlerin tanınırlıklarının olmayışı, iletişim konusundaki eksiklikleri ve baskı ve kamuoyu oluşturma önerileri de tezde araştırılan sorulara hizmet etmekte ve tezin amaçlarıyla örtüşmektedir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Türk Turizmi yıllar boyunca alınan kararlarla ve uygulanan politikalarla geliştirilmeye çalışılmış ve son yıllarda büyük bir ivme kazanarak uluslararası turist sayısı ve gelir bakımından dünya sıralamasında önemli bir konuma ulaşmıştır. Türk turizm endüstrisinin gelişme ve büyümesinde çok önemli rolleri olan ve kararlarda etkili ve söz sahibi olan siyasetçilerin; turizmi ve turizmin etkilerini nasıl algıladıkları, turizme ne derece önem verdikleri, endüstri hakkındaki bilgileri ve bilgilendirilme durumlarının belirlenmesi geleceğin daha doğru şekillendirilebilmesi için önemlidir. Bu nedenle bu çalışma yapılmış ve çalışma bulgularından hareketle ulaşılan sonuçlar aşağıda ortaya konulmuştur.

Tezde 160 milletvekili, 33 belediye başkanı ve 288 il başkanı olmak üzere toplam 481 siyasetçiye anket uygulanmıştır. Bulgularda detaylı bir şekilde açıklandığı üzere 15 milletvekili, 8 il başkanı ve 5 belediye başkanı dışındaki siyasetçiler erkeklerden oluşmaktadır. Genel olarak Türkiye'nin 81 ilinin her birinden ankete katılım sağlanmış ve bu katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (%76,3) görev süresinin 0-5 yıl arasında olduğu belirlenmiştir. Katılımcı siyasetçilerin 179'u iktidar partisi AKP'ye, 132'si CHP'ye, 87'si MHP'ye, 81'i BDP/HDP'ye mensup, 2'si ise bağımsız siyasetçilerdir.

Tezde, karar verici konumunda olan ve karar süreçlerini etkileyen siyasetçilerin Türk turizm sektörünün bugünkü gelişmişlik düzeyini, dünyadaki yerini, ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerini ve dünyada geldiği noktanın bilip bilmedikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu yönde tezde, siyasetçilerin Türk turizminin temel istatistikî verileri hakkında bilgi sahibi olup olmadıklarını belirlemeye yönelik beş araştırma sorusuna yanıt aranmıştır. Bunlar; Türkiye'nin dünya uluslararası turist ve dünya turizm geliri sıralamalarındaki yeri, turizmin ülke ekonomisine katkısının parasal

değeri, istihdam açısından sektör bazında turizmin sırası ve turizm gelirlerinin ihracat içindeki payı hakkındadır.

Bulgular ve yorumlar bölümünde ayrıntılarıyla aktarıldığı üzere siyasetçilerin büyük bir oranının genel olarak turizmin temel istatistik verileri hakkında yetersiz ya da yanlış bilgiye sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu bulgu literatürdeki, bu yönde yapılan araştırmaların sonuçlarıyla da örtüşmektedir.

Siyasetçilerin bu veriler hakkındaki doğru bilgilerinin en yüksek oranda dünya uluslararası turist sayısı (%49,4) ve turizm geliri (%30) sorularında olduğu anlaşılmaktadır. Diğer sorularda doğru cevaplar %6,9 ile %21 arasındadır. Milletvekillerindeki doğru cevaplar da aynı sorularda yüksek olup, doğru cevap yüzdesi oranı daha yüksektir (%45,5 ve %42,4). Bu durum, milletvekillerinin parlamentoda olmaları nedeniyle Türkiye rakamlarına, yani bu bilgilere diğer siyasetçilere göre daha çok hakim olmaları şeklinde açıklanabilir.

Genel olarak siyasetçilerin yaklaşık yarısı, turizmin uluslararası turist sayısı bakımından dünyadaki sırasının daha aşağılarda olduğunu düşünmektedir. %16,3'ü ise gelir bakımından daha aşağılarda ve %43'ü ise daha yukarı sıralarda olduğunu düşünmektedir. Milletvekillerinin %55,7'si Türkiye'nin, dünya turizm geliri sıralamasındaki yerinin daha yukarılarda olduğunu, %11,3'ü ise sıralamadaki yerinin daha aşağılarda olduğunu düşünmektedir. Benzer şekilde katılımcı milletvekillerinin %6,9'u ülkenin turist sıralamasındaki yerinin daha yukarılarda, %41,3'ünün ise daha aşağılarda olduğunu düşündüğü tespit edilmiştir. Siyasetçilerin diğerlerine göre çok daha yüksek oranda doğru cevapladıkları bu sorularda bile oldukça yanlış bilgilere sahip oldukları görülmektedir.

Siyasetçilerin turizmin, dünyadaki gelir ve turist sayısı anlamında çok daha fazla gündeme gelmesi ve/veya genelde bu hususta bir algı seçicilikleri olması



nedeniyle daha çok haberdar oldukları yorumu yapılabilir. Ancak bir o kadar önemli olan; turizmin Türk ekonomisinde yarattığı istihdam ve gelir, ihracat payı ve sektörel bazdaki turizmin istihdam sırası konularındaki bilgi düzeyleri ya bu bilgilerden daha yanlış ya da oldukça yetersizdir. Hem siyasetçilerin hem de özellikle yasa yapıcı konumunda olan milletvekillerinin turizmin ülkedeki öneminin yeterince farkında olmadıkları söylenebilir. Siyasetçilerin sadece %12,3'ü, turizmin ülke ekonomisine katkısının parasal değerini doğru bilmekte, %9,8'i turizmin yarattığı istihdama göre sektörel sırasını doğru bilmekte ve %10,4'ü turizmin ihracat içindeki payını doğru olarak bilmektedir. Bulgularda ayrıntılarıyla açıklandığı üzere; milletvekillerinin %38,2'sinin turizmi istihdam sağlama sırasında sektörel bazda ilk 10'dan sonra görmeleri, hatta %12,6'sının bu sıranın 16'dan sonra olduğunu düşünmeleri, %13 oranında milletvekilinin ise bu konuda bilgi sahibi olmaması gibi bulgu örnekleri, yasa yapıcıların turizmin istihdam ve gelir yaratma açısından Türkiye'de önemli bir konumda olduğunu bilmediklerine işaret etmektedir. Oysa yılda %1,3 oranında nüfusun artış gösterdiği Türkiye'de, işsizlik oranının 2012'de %8,2'den %8,8'e 2014'de ise %9,9'a çıktığı ve TÜİK rakamlarına göre 2.800.000 işsiz olduğu (TÜİK, 2014) ancak iş bulamayıp iş aramayı bırakanlar, mevsimlik çalışanlar ve çalışmaya hazır olduğu halde iş bulamayacağını düşünerek iş aramayanlar ile bu sayının yaklaşık 5,8 milyona ve yaklaşık %20'ye çıktığı (Yazar, 2015) düşünüldüğünde ve turizmde direk olarak 1.300.000 dolayında sigortalı çalışan istihdam edilmesi ve Türkiye'de istihdam yaratan ilk beş sektör içerisinde olması sektörün başlı başına istihdamdaki gücünü ortaya koymaktadır (AKTOB, 2014:13). Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülkenin döviz ihtiyacı ve işsizlik sorunlarının yüksekliği düşünüldüğünde, turizm sektörünün gelişimine olan ihtiyaç daha da bir önemli hale gelmektedir. Bu nedenle siyasetçilerin

turizm sektörü hakkındaki bilgilerinin doğruluğu ve yeterliliği daha fazla önem kazanmaktadır.

Siyasetçilerin turizmin istatistiki bilgileri hakkında yanlış ya da yetersiz bilgiye sahip olmaları doğal olarak görülebilir. Ancak tezde sıklıkla vurgulandığı gibi merkezi ve yerel karar aktörleri olarak siyasetçiler, tüm sektörlerde olduğu gibi turizm endüstrisi açısından da oldukça önemli kişilerdir. Özellikle milletvekilleri, turizmi ilgilendiren kararlarda karar aktörleri olarak başrolü oynamaktadır ve gündemde olsun olmasın her türlü sorun, olay ya da durumu meclise taşıyabilmektedirler. Literatürde sıkça değinildiği üzere karar süreçleri algılamayla beraber doğru bilgilenmeyle başlamakta ve süreç boyunca her aşamada kararı etkileyen en önemli unsurları oluşturmaktadırlar. Ülkeler için kalkınma ve büyümede ihracatın oldukça büyük önemi var iken ve gerek siyasetçiler gerekse sektörler tarafından birçok sektörün (tarım, sanayi, madencilik vb.) ihracat rakamlarının altı çiziliyor iken; turizmin ihracattaki payının bilinmemesi, eksik ya da yanlış bilinmesinin turizme verilebilecek desteği ve sektörden en üst düzeyde yararlanabilmeyi sağlayabilecek karar ve politikaları etkileyebileceği söylenebilir. Ayrılacak bir kamu kaynağının turizm sektörü yerine başka bir sektöre aktarılması, vergilendirme oranı gibi konularda sektörün aleyhine sonuçlanabilecek bir kararın görmezden gelinmesine yol açma ya da sektöre duyarsız kalma örnekleri gibi çok sayıda olumsuz sonuçları doğurabileceği ileri sürülebilir. Oysa sadece Türkiye'nin 2013 yılı baz alındığında; ihracatının %21,2'sini turizmin oluşturduğu, 99.858.613 milyar \$ dış ticaret açığının yaklaşık 1/3'ünün, %32,3'ünün turizm gelirleriyle kapatıldığı (TÜRSAB, 2014) bilgisi bile göz önüne alındığında turizmin büyük ekonomik katkısı anlaşılabilir.

Bilgilenmeyle ilgili olarak bu tezde elde edilen bir diğer sonuç; katılımcı siyasetçilerin turizm endüstrisi ile ilgili herhangi bir rapor okuma, duyma, izleme vb.

kısaca bilgi sahibi olmamaları oranının %67,4 ile büyük bir oran olarak nitelenebilecek bir düzeyde olmasıdır. Milletvekillerinin %40,6'sı son bir yılda Türk turizmi ile ilgili hiçbir rapor hakkında bilgi sahibi olmamışlar ve %21,3'ünde de bu bilgi edinme 1-2 adetle sınırlı kalmıştır. Kararın en önemli aktörleri ve mecliste turizmi gündem dışı konularda dile getirip ilgi çekebilecek siyasetçiler olmaları açısından bu, çarpıcı bir bulgudur. Yerel siyasetin baş aktörlerinin de Türk turizm endüstrisi hakkında güncel veri, bilgi, olumlu olumsuz durumlar, yenilik vb. gelişmeleri içeren raporlardan yüksek oranda “hiç” haberdar olmamalarının ya da çok az bilgi sahibi olmalarının turizm endüstrisi açısından oldukça olumsuz bir durum olduğu söylenebilir. İktidar il başkanlarının %74,7'sinin ve ana muhalefet partisi il başkanlarının %95'inin “hiç” cevabını vermesi örnekleri de göz önüne alındığında hem yerel hem de merkez siyasetçilerinin turizm endüstrisine ilgi duymayıp bilgi sahibi olmaya ihtiyaç duymadıkları ya da buna zaman ayırmaya değer görmedikleri ya da sektör tarafından yeterince bilgilendirilmedikleri düşünülebilir. Güncel verilerle ya da raporlarla bilgi sahibi olmayan siyasetçinin, turizme direk ya da dolaylı olarak etkide bulunabilecek herhangi bir karar ya da politikanın ya da bir siyasi söylemin turizmde nasıl bir sonuç doğurabileceğini kestirmesinin güç olduğu ileri sürülebilir. Örneğin, bir Suriye tutumunun, gezi olayları vb. durumların turizmde yarattığı etkiler ile ilgili çok sayıda araştırma, rapor ve veri yayınlanmıştır (Alpaslan, 2012; Turizm Haberleri, 2013). Bu araştırma ve raporların siyasetçiler tarafından okunması gelecekte yaşanabilecek benzer olaylarda daha sağlıklı tutumlar belirlemelerine yardımcı olabilir. Bir diğer anlatımla, bu olayların turizmi nasıl etkilediği ile ilgili bilgi sahibi olmanın başta iktidarın üst düzeydeki siyasetçileri olmak üzere yerel ve merkezdeki tüm siyasetçiler tarafından bilinmesinin elzem olduğu söylenebilir. Nitekim; McGehee, Meng ve Tepanon (2006) tarafından yapılan 1991 ve 2003 yıllarındaki yasa yapıcıların algı, tutum ve bilgilerinin

araştırıldığı iki çalışma karşılaştırılmış ve önceki yıllara göre turizmin ekonomik öneminin daha olumlu algılandığını tespit edilmiş ve bu duyarlılık artışı turizm raporları hakkında daha sık ve düzenli bilgilendirilmelerine bağlanmıştır.

Bu bulguların, tezin turizm sektörü açısından da dikkat çeken sonuçlarından birisi olduğu düşünülmektedir. İşsizliğin yoğun olduğu bir sektörün sorunlarına ve taleplerine daha duyarlı yaklaşabilmeleri için öncelikle Türkiye’de turizmin yarattığı istihdam olanaklarına dikkatin çekilmesi ve bu bilgiye sahip olunması gerekmektedir. Bilgilendirme konusunda sektöre de önemli görevler düşmektedir. Algılamanın dikkat çekmeyle başladığı ve aynı zamanda yönetilebileceği göz önüne alındığında turizm baskı gruplarının öncelikle karar vericilerin sektöre dikkatini çekmek için, doğru ve güncel bilgilendirmenin önemini dikkate almaları gerekmektedir. Daha sonra ise örgütlü ve etkin baskı gruplarıyla turizm sektörünün bu özelliklerini öne çıkararak siyasetçilerin/karar vericilerin algılarını ve kararlarını yönetebilmek üzere çalışmalıdırlar. Nitekim, siyasetçilerin bir kısmı turizm sektörüne yönelik bilgi eksiklerinin farkındadırlar. Bunu yüz yüze anketi doldururken ifade ettikleri gibi siyaset desteği konusundaki açık uçlu soruda da sektöre yönelik bilgi eksiklikleri olduğunu ve bunun artırılması için hem siyasetçilerin kendilerinin çaba göstermeleri gerektiğini, hem de sektörden kendilerinin bilgilendirilmesini beklediklerini de vurgulamışlardır. Ayrıca siyasetçilerin Türk turizm sektörünün mevcut durumuyla ilgili ve turizm sektör temsilcilerine yönelik; meclis çalışmalarına katkılarını vasat bulmaları, turizm örgütlerini tanımamaları, turizm endüstrisinin daha çok profesyonelleşmesi, turizm sektörü örgütlenmesinin zayıf olduğu ve güçlendirilmesi gerektiği, turizmin gelişimi ve sorun çözme desteği için somut öneriler getirmeleri gerektiği, turizm sektöründe etkin baskı grubu oluşturulması gerekliliği vb. görüş ve önerileri bu tezde tespit edilen ve önemli olduğu düşünülen sonuçlardır. Oysa turizm gibi önemine sıkça değinilen bir

sektörün temsilcilerinin, hem daha örgütlü olmaları hem de siyasetçiler tarafından meclisteki çalışmalara daha fazla katkı sağlamalarının belirtilmesi beklenmelidir. Turizm sektör örgütleri hazırlattıkları veya hazırlatacakları raporları başta milletvekilleri olmak üzere tüm siyasetçilere göndermelidirler. Siyasetçilerin önem algıları olumluyken, bilgileri eksiktir ve bu eksiklikte sektör örgütlenmelerinin büyük payı olduğu söylenebilir. Nitekim bu örgütlerin bilinmemesi/tanınmaması da bunun göstergesidir. Daha kendisini bile karar alıcı makamlar olan siyasetçilere tanıtamayan örgütlerin varlık nedenleri ve etkinlikleri sorgulanmalıdır. Oysa bu örgütler aktif, işbirliği içerisinde ve sürekli iletişim kanalları oluşturarak hem kendilerine hem sektörlerine hem de ülkelerine daha doğru hizmet edebilirler.

Siyasetçilere turizm ile ilgili gelen talep sıklığı bulgularından elde edilen sonuçlar, siyasetçilere hem genel olarak hem de görevleri itibariyle gelen taleplerin sıklığının oldukça düşük olduğunu göstermektedir. Hatta genel olarak siyasetçilerin %63,2'sine ve milletvekillerinin %55'ine hiç talep gelmemiştir. Sadece belediye başkanlarında mevcut talepler biraz daha sık görülmektedir. Bu taleplerin neler olduğunu belirlemek için yapılan içerik analizi sonuçları daha detaylı bilgiler sağlamıştır. Siyasetçiler kendilerine az da olsa (481 siyasetçiye toplam 241 talep) taleplerde bulunulduğunu ve bu taleplerin de genellikle turizmin geliştirilmesi, tanıtılması, tarihin ve çevrenin korunması ve ulaşım başta olmak üzere sorunlarının çözülmesine yönelik olduğunu belirtmişlerdir. Ekonomik katkı sağlayacak taleplerin yanında özellikle tarihin ve doğanın korunmasına yönelik talepler; sektörün ve halkın bir kısmının artık genel olarak kalkınmanın ve özel olarak ise turizmin geliştirilmesinin doğa ve tarihe rağmen yapılamayacağını, ancak ve ancak onlarla uyumlu bir gelişmenin olabileceğinin, yani sürdürülebilir bir gelişme olması gerektiğinin bilincinde olduğunu göstermektedir. Ancak bu taleplerin örgütlü güçler yerine ağırlıklı olarak bireysel

taleplerden oluşması ve diğer taraftan siyasetçilerin çoğu turizm örgütünü tanımaması bulgularıyla, Türkiye'nin genelinde olduğu gibi turizm sektöründe de ciddi örgütlenme sorunu olduğu bu tezde de ortaya konmuş bulunmaktadır.

AKP iktidarının ulaşıma ciddi yatırımlar yapmasına karşın hala ciddi oranda ulaşım sorunlarının çözümüne yönelik taleplerin gelmesi, Türkiye'de ulaşım konusunda daha yapılacak çok şeyin olduğunu ortaya koymaktadır. Çukurova Uluslararası Havaalanı inşaatına 2015 yılı yazında bile hala başlanamamış olması ve Mersin Antalya çift yolunun hala bitirilememiş olması ve Otoyolun Mersin'in batıdaki turizm bölgesinin başlangıcı sayılabilecek Çeşmeli'den Taşucu'na kadar uzatılmamış olması durumun Mersin örnekleri olarak sayılabilir.

Yeni alanların turizme açılması, ilin turizm yatırımlarının artırılması ve yatak sayısının artırılmasına yönelik talepler, henüz Türk turizminin potansiyelinin çok gerisinde olduğunu ve turizmin gelişimine yönelik yapılacak çok şey olduğunu göstermektedir. Türkiye'de Kuşadası gibi kimi alanlar plansız gelişme sonucu çarpık yapılaşmaya kurban edilmiş ve taşıma kapasitesinin sınırına dayanmış durumdadır. Bu alanlara durumu daha da kötüleştirecek yeni yatırımlara izin verilmemesi gerekir. Bunun yerine yeni alanların planlı ve sürdürülebilir turizm gelişimi yaklaşımıyla turizme açılması ve yeni destinasyonlar ve yatak kapasiteleri yaratılması gerekir. Böylelikle yeni istihdam alanları yaratılarak işsizliğin çözümüne de katkıda bulunulabilir. Bu alanlardan birisi de 10 yıldır tartışılan ve turizme açılması planlanan Tarsus-Kazanlı Turizm Alanıdır. Tarsus-Kazanlı Turizm Alanı'nda ilk aşamada 7500 olmak üzere 2 aşamada 15.000 yatak kapasitesi yaratılması planlanmaktadır. Bu konuda ilk aşama için arazi tahsisleri yapılmış ancak bir türlü alt yapı yatırımları bitirilemediği için üst yapı yatırımlarına geçilememiştir. Oysa Mersin ve Adana Türkiye genelinde işsizliğin en çok yaşandığı bölgelerden birisidir ve acil olarak yeni istihdam alanlarına

ihtiyaç vardır. Bu örnek yeni alanların turizme açılarak yeni destinasyonlar yaratılması taleplerinin ne kadar yerinde olduğunu ortaya koymaktadır. Oluşturulacak yeni destinasyonlar var olan destinasyonlar üzerindeki baskının da azalmasına katkıda bulunabilecektir.

Siyasetçilerin turizmin ülke ekonomisinde yarattığı gelir ve istihdam açısından ne derece önemli gördükleri konusunda elde edilen sonuçlar hem yerel siyasetçilerinin hem de merkez siyasetçilerinin önem algılarını ortaya koymaktadır. Siyasetçilerin %98,5 gibi büyük bir oranı turizmi ülke ekonomisine yarattığı gelir ve %98,5'i istihdam açısından orta ve üzerinde derecede önemli görmektedir. Milletvekillerinde de %98,1 ve %98,8 gibi yüksek oranlarda orta ve üzerinde derecede var olduğu tespit edilen turizm önem algısı; yasa yapıcıların turizme önem verdiklerini göstermektedir.

Yapılan analiz sonucu önem algıları arasında anlamlı farklılık olduğu ve AKP'nin diğer siyasi partilere, yani muhalefet partilerine oranla turizmi ülke ekonomisinde yarattığı istihdam bakımından daha fazla önemli olarak algıladığı görülmektedir. Türkiye'nin en önemli sorunlarından biri olan işsizlik sorununa çözüm bulma yükümlülüğü iktidar partisinde olduğu için böyle bir sonuç çıkmış olabileceği söylenebilir. Görevler itibariyle de anlamlı bir farklılık tespit edilmiş, milletvekillerinin, il başkanları ve belediye başkanlarından daha yüksek oranda (%53,8) turizmi istihdam açısından "son derece önemli" buldukları görülmüştür. Bu sonuç, milletvekillerinin yasamanın başrolünde olan ve merkezde sektörler hakkında daha fazla farkındalıkları olan siyasetçiler olmalarıyla açıklanabilir. Ayrıca ülkedeki işsizliğin çözümü konusunda atılacak her türlü adımda, ekonomik politikalarının belirlenmesinde sorumlu makamlarda olmaları da bir başka neden olabilir.

Türkiye'nin işsizlik sorununu gidermede turizm, gerek direk olarak endüstride yarattığı iş olanakları gerekse tesisleşme nedeniyle inşaat sektörü, seyahat hacmi nedeniyle ulaşım sektörü vb. örneklerde yarattığı dolaylı istihdam nedeniyle karar vericilerce daha yüksek derecede önem verilmesi gereken bir sektör olarak algılanmalıdır. Ancak, bilgilerinin düşük seviyelerde olduğu göz önüne alındığında Türk ekonomisindeki istihdam, gelir katkısı, ihracat payı gibi konulardaki bilgilerinin artırılması ve algılarının yönetilmesiyle “çok önemli” ve “son derece önemli” şeklinde önem verebilmeleri de sağlanabilir. Nitekim, ülke ekonomisinde yarattığı istihdam bakımından önemli bulmadıklarını belirten, oransal olarak az da olsa 2 vekilin turizmin istihdam açısından önemli olmadığını düşünmesi gerçeklerle bağdaşmadığı için oldukça ilginç bir bulgudur. Bu bulgu bilgi eksikliğinin hat safhada olabileceğini akla getirmektedir.

Siyasetçilerin diğer partilerin turizme verdiği önemi nasıl algıladıkları ile ilgili cevaplarından elde sonuçlar ise araştırmadaki tüm siyasi partilerin kendi partilerinin, kendi partileri dışındaki siyasi partilere göre turizmi daha yüksek derecede önemli algıladıklarını göstermektedir. AKP siyasetçileri için, öncelikle AKP, ardından MHP, HDP ve CHP şeklinde bir sıralama, CHP siyasetçileri için öncelikle CHP ardından MHP, AKP, HDP şeklinde bir sıralama, MHP siyasetçileri için öncelikle MHP, ardından AKP, CHP, HDP şeklinde bir sıralama, HDP için ise öncelikle HDP ardından CHP, MHP, AKP şeklinde bir sıralama yapılmıştır. Partilerin öncelikle “biz turizme daha çok önem veriyoruz” bakış açısıyla ilk kendi partilerini belirtmeleri doğal olarak karşılanabilir. Günümüzde bu partilerin ikili ilişkileri, ideolojik görüşleri ve bu ideolojilerin partiler arası yakınlık ve uzaklıklara etkileri gibi nedenlerle bu sıralamalarının güncel siyasi tabloyla benzerliği açısından beklenebilecek bir sonuç olduğu söylenebilir. Örneğin, ana muhalefet lideri olarak CHP'nin Cumhurbaşkanlığı



seçimleri örneğinde olduğu gibi ortak hareket ettiği MHP'yi kendi partisinden sonra belirtmesi, AKP ve MHP'nin muhafazakar ideolojileri ve tabanlarının benzerliği nedenleriyle kendi partilerinden sonra birbirlerini belirtmesinin bu yoruma dayanak oluşturduğu söylenebilir. Yine MHP'nin ve CHP'nin HDP'yi sonda değerlendirmesi aynı gerekçeler ve HDP'ye karşı terör konusundaki algıları nedeniyle bu partinin Türk turizmüne önem vermediğini düşünmeleri şeklinde yorumlanabilir. AKP'nin CHP'ye sonda yer vermesinin altında yatan nedenin ise iktidarın en kuvvetli takipçisi ve rakibi olan muhalefet partisi olduğu düşünülebilir.

Ücret düzeyleriyle ilgili genel olarak siyasetçilerin görüşleri, turizmde verilen ücretlerin ortalama ve ortalamanın üzerinde olduğunu düşündüklerini göstermektedir. İktidar partisi AKP, ücretleri muhalefet partilerine kıyasla çok daha yüksek oranlarda ortalama, ortalamanın üzerinde ve yüksek bulmaktadır. Bu durum, bir taraftan iktidar olmanın sorumluluğu nedeniyle asgari ücreti belirleme yetkisi olan bir partinin turizm sektöründeki ücretleri düşük bulmasının asgari ücreti de düşük bulması gerekliliğini doğuracağından ücretleri düşük bulmadıkları şeklinde yorumlanabilir. Türk turizm sektöründeki ücret düzeyi yapılan çalışmalarda “düşük” olarak değerlendirilmektedir (Yanardağ ve Avcı, 2012:52; Çakıcı, Unur ve Dönmez, 2010; Aymanıkuy ve Aymanıkuy, 2011). İktidar partisine mensup siyasetçilerin bu ücreti düşük bulmaması bu bulgularla örtüşmemektedir.

Vergi oranlarıyla ilgili görüşlerinden elde edilen sonuçlar ise siyasetçilerin genel olarak vergi oranlarını ortalama bir düzeyde gördüğünü göstermektedir. Çok yüksek ve yüksek diyenler ortalama düzeyde görenlere göre daha az orandadır. Ancak milletvekilleri ve belediye başkanları arasında vergi oranlarını yüksek bulan siyasetçiler bulunması, milletvekillerinde yüksek görüşüne katılımının %40 düzeylerinde olması, iktidar partisine mensup il başkanlarından daha fazla siyasetçinin vergi oranlarını

yüksek bulmaları turizm sektörü yeterince çalıştığı takdirde bu oranların düşürülebilme olasılığı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu nedenle bunun başarılmasında sektör örgütlenmelerinin bu konudaki çabalarının yetersizliğinin de katkısı olduğu söylenebilir.

Türkiye’de özellikle sektör tarafından vurgulanan en önemli sorunlardan birisi Türkiye’nin tanıtımıdır. Bu konuda tanıtım bütçesiyle ilgili de sıklıkla eleştiriler yapılmaktadır. Tezde de siyasetçilerin turizm desteği konusundaki Hükümet’e yönelik olarak görüş ve önerilerinde, Hükümet’in turizm tanıtımını etkin yapması ve turizm tanıtım bütçesinin artırılması görüşleri sıklıkla ifade edilmiştir. Siyasetçilerin bütçe miktarının yeterliliği konusundaki görüşlerinden elde edilen sonuçlara göre; siyasetçilerin yarısından fazlası (%54,1) bütçenin artırılması gerektiğini düşünmektedir. Turizm tanıtımına ayrılan bütçenin daha az olması gerektiği yönünde görüşe sahip çok düşük oranda (%1) siyasetçi vardır. Siyasetçiler genel olarak ele alındığında ve belediye başkanlarında yarıdan fazlasının bütçenin artırılması gerektiği görüşünde oldukları anlaşılmaktadır. Ancak milletvekillerinde bütçenin yeterliliği görüşü oranı nispeten artırılması görüşünden daha yüksektir. Elbette tek başına bütçe miktarı yeterli olmamakta, aynı zamanda bu bütçenin etkin kullanılması gerekmektedir. Yalnız genel ülke tanıtımı değil bölgesel ve destinasyon bazında tanıtıma da ağırlık verilmelidir. Sektör tarafından da tanıtım konusunda özel sektör ve devletin birlikte çalışabileceği ortamın sağlanması, finansmanda işbirliği ve sektörde yer alan STK’lar ile kamu ve özel sektör temsilcilerinin bir araya gelmesinin şart olduğu söylenebilmektedir (NTV, 2000).

Kamu kaynaklarının dağıtımında turizme verilen sıra ve diğer sektörlerin sırası ile ilgili sonuçlar; iktidar partisi AKP’nin kamu kaynaklarının dağıtımında ilk önceliği sağlık hizmetlerine, CHP, MHP ve HDP’nin ise eğitime verdiğini göstermektedir. AKP siyasetçileri ise eğitime 2. sırada yer vermişlerdir. İktidar partisinin genel olarak sağlıkta dönüşüm gibi politikalarla sağlık sektörüne eğilimi

bilinmektedir. Kamu kaynaklarının ayrılmasında da sağlığı ön planda tuttuğu siyasetçilerinin bu görüşleriyle de netleştirilmiştir. Sağlık turizmi konusunda da önemli girişimlerde bulunan hükümet, sağlık turizmini geliştirme adına yeni bir birim kurmuş doğru ve güncel veri toplamak için 2011’den itibaren sağlık kuruluşlarında “sağlık turizmi veri tabanı” uygulamalarına geçmiştir. Yıllar itibariyle artan sağlık turistlerinin sayısının 260.000 civarında olduğu belirtilmektedir. Bu ve benzeri örneklerin turizm potansiyelinin etkin kullanımı ve turizmin çeşitlendirilmesi ve gelirin arttırılması açısından önemli olduğu söylenebilir. Nitekim sağlık turizminde 2023 için hükümet 2 milyon uluslararası hastayı tedavi etme ve 20 milyar \$ hedef belirlemiştir. Bu nedenle hem turizm sektöründe hem de sağlık sektöründe alt yapı çalışmalarının sürdüğu ve Sağlık Bakanlığı’nın 32 bin yatak kapasiteli hastane inşaatlarının devam ettiği belirtilmektedir (TÜRSAB, 2014). Ancak, milli eğitim konusunun hayati önemi göz önüne alındığında, eğitim açısından geliştirilemeyen bir toplumun diğer hiçbir alanda başarılı olmasının beklenemeyeceği söylenebilir. Bu nedenle eğitime diğer alanlardan daha fazla kaynak ayrılmasının ve iktidarlarla/kişilerle değişmeyecek etkin, çağdaş bir eğitim sisteminin yerleştirilmesinin elzem olduğu vurgulanabilir.

Siyasetçilerin kaynak dağıtımında turizme 7 ve 8. sırada ve hizmet alanının üzerinde yer vermeleri, hizmet alanı içerisinde turizmi ayrıştırarak diğer hizmet alanlarına kaynak ayırma açısından daha önemli gördükleri söylenebilir. Bu sonuçlardan hizmet sektörünün ise hala Türkiye siyasetinde tarım ve sanayi kadar öncelikli görülmediği tespiti de yapılabilir. Ayrıca ulaşım konusunda iktidar partisinin eğilimi ve bu yöndeki çabaları da bilinen bir eğilim olarak kaynak ayırma bulgularında da net bir şekilde görülebilmektedir. “Çevre” yi ise CHP ve HDP’nin ön plana almış iken AKP ve MHP’nin en sonda görmesi durumu, dikkat çekici bir bulgu olarak göze çarpmaktadır. Oysa siyasetçilerin gelecekte Türk ekonomisine en iyi gelir sağlayacak

endüstrilerin neler olacağı hakkındaki görüşlerinin tespit edildiği bulgulara göre, siyasetçiler turizmi ve tarımı ön plana çıkarmaktadır. Turizm ise sürdürülebilirlik ve çekicilik anlamında çevre ve doğayla beslenmektedir. Özellikle son yıllarda uluslararası turizm talebinin yapısının; artan eğitim seviyeleri, çevre konularına karşı artan ilgi, bilinç ve doğaya duyarlılık gibi nedenlerle değişmesi ekoturizmi (doğaya duyarlı turizm), turizm endüstrisinde en hızlı büyüyen sektörlerden biri haline getirmiştir. Bu bağlamda, siyasetçiler turizmin Türk ekonomine en iyi gelir sağlayacak endüstriler içerisinde görmeye devam etmek istiyorlar ise çevre ve doğaya duyarlılığı ve çevreye yatırımlarını ön plana almalıdırlar.

Turizmin hem ekonomiye gelir katkısının önemi sorusundan elde edilen bulgulara, hem de gelir getirecek bir sektör olarak görülmesi bulgusuna dayanarak; katılımcı siyasetçilerin turizm endüstrisinin ülke ekonomisi için hem günümüz için hem de gelecek için oldukça olumlu bir algıya sahip olduğu söylenebilmektedir. Bu algı uygun yönetilmeli ve turizmin sürdürülebilirliğine hizmet edecek şekilde kullanılabilmelidir. Türkiye'nin günümüzde uluslararası turist sayısında dünyada geldiği nokta genel olarak memnuniyet vericidir. Ancak turizm gelirinin buna paralel olarak artmaması, turizmin tüm yıla yayılarak çeşitlendirilememesi ve sadece belirli bölgelerde yoğunlaşarak var olan turizm potansiyelinin etkin kullanılamaması turizmin gelişmesi ve sürdürülebilirliği konusunda sıklıkla dile getirilen önemli engellerdir. Tüm bunların temelinde, alınan kararlar yatmaktadır. Bu yönde başta hükümet siyasetçileri olmak üzere kararlarda etkili olan siyasetçilere büyük görevler düşmektedir. Çünkü, sürdürülebilir turizm ilkelerini uygulamaya yönelik her girişim; zor siyasi ve ekonomik seçimler, karmaşık sosyo-ekonomik ve çevresel kararlar gerektirmekte ve siyasetçilerin/hükümetlerin işbirliği olmadan bu kararları uygulamanın olanaksız olduğu belirtilmektedir (Ayaz, 2012: 40).

Katılımcı siyasetçilerin önemli bir kısmının Türk ekonomisine 2023 Cumhuriyetin 100. Yılı'nda en fazla gelir getirecek sektör olarak sanayi sektörünü seçmiş olmaları oldukça sağlıklı bir bakış açısı olarak düşünülebilir. Bugün dünyanın gelişmiş ülkeleri olarak nitelendirilen ülkelerin aynı zamanda sanayileşmiş ülkeler olarak da nitelendirildiği düşünüldüğünde neredeyse gelişme için sanayileşmenin olmazsa olmaz bir olgu olduğu söylenebilir. Türkiye'de bugün yaşandığı gibi sanayileşmemiş toplumlar üretemedikleri tüm teknolojik ürünleri diğer toplumlardan ithal etmek zorunda kalacaklarından ciddi bir dış açlıkla karşı karşıya kalabilirler. Ayrıca ülke çıkarları gereği meydana gelecek uluslararası ihtilaflarda ya da 1974 Kıbrıs Barış Harekatı gibi savaş durumlarında ülkenin ihtiyaç duyabileceği tüm kritik sanayi ürünlerini uygulanacak ambargo vb. yaptırımlar nedeniyle ithal edemez duruma gelebilir.

Turizmin Türk ekonomisine gelir yaratacak 2. sektör olarak görülmesi bir turizm akademisyeni olarak sevindirici bir durum olarak değerlendirilebilir. Ancak unutmamak gerekir ki turizm temel itibarıyla bir tüketim olayıdır ve üretime dayanmayan bir tüketimin sağlıklı bir ekonomik model olduğunu ileri sürmek kolay değildir. Diğer taraftan üreten yani sanayileşmiş bir ekonomi üzerine inşa edilmiş bir turizm sektörü çok daha az kırılabilir ve sağlıklı olacaktır. Çünkü iç turizm talebi belirli bir büyüklükte olacaktır ve toplam talep içindeki ağırlığı bugünkünden daha yüksek olacaktır için olağanüstü durumlarda aşırı dış talebe bağlı olmanın yaratacağı olumsuzluklar da asgariye inmiş olacaktır. Bu bağlamda Türk ekonomisine 2023 yılında en çok gelir getirecek sektör olarak turizm sektörünün katılımcılar tarafından 3. sıradan itibaren 1. sırada gösterilmesi ve daha önceki sıralarda sanayi ve tarımın ağırlık kazanması siyasetçilerin Türk ekonomisine uzun dönemli bakışlarının doğru ve yerinde olduğu şeklinde yorumlanabilir. Türk ekonomisinde sanayide ve tarımda yaşanan

verimlilik artışı ve kırdan kente göç nedeniyle sanayileşmiş bir ülke olsa dahi gelişmiş ülkelerde günümüzde yaşandığı gibi bir işsizlikle karşı karşıya kalabilir. Ancak coğrafyanın sağladığı tüm güzellikler ve kolaylıklar ile güçlü tarih ve kültür birikimi sonucunda daha da geliştireceği turizm sektörü sayesinde daha düşük işsizlik rakamlarını yakalayabilir. Bu sonuçların özellikle sanayi, tarım, inşaat vb. sektörlerde yapılan algı çalışmalarıyla kıyaslanmak suretiyle ya da bu yönde yapılacak çalışmalarda turizmin karşılaştırılmasıyla sektörlere verilen öncelikler, ayrılan kaynak vb. yorumlar daha da netleştirilebilecektir.

Siyasetçiler, gelecekte Türk turizminin dünya turizmi gelir ve turist sayısı sıralamasındaki yeri konusunda da büyük oranda olumlu öngörülere sahiplerdir. Ancak turist sayısı bakımından siyasetçilerin genelinin %28'i ile milletvekillerinin %21'inin ve gelir bakımından siyasetçilerin genelinin %28,3'ü ile milletvekillerinin %24,4'ünün stratejide belirlenen hedefle doğru orantılı bir öngöründe bulunduğu söylenebilir. Diğerlerinin ise Türkiye'nin sıralamasının daha gerilerde olacağını belirtmesi nedeniyle, Hükümet'in 2023 yılında her iki sıralamada ilk 5 ülke içinde olma hedefinden bu siyasetçilerin çoğunun bilgisi olmadığı ya da bu hedefi inandırıcı bulmadıkları şeklinde bir yorum yapılabilir.

Siyasetçiler genel olarak, temsilcisi oldukları illerinin imajını %36,5 oranında iyi ve çok iyi olarak algılamaktadır. Yarısına yakını ise bu imajı orta düzeyde bulmaktadır. Siyasetçilerin illerinin turizm ili olup olmamasına göre bulguları doğal olarak farklılaşmaktadır. Turizm ili temsilcisi olmayan siyasetçilerin kötü ve çok kötü oranlarının yüksekliği bu nedenle doğal karşılanabilir. Bu iller için "çok iyi" algılarının %52,5 oranında olması Türkiye'nin birçok ili ve bölgesinin turizmin birçok türünde rekabet edilebilecek doğal tarihi ve kültürel kaynaklara sahip olabilmesi nedeniyle; siyasetçilerin, illerinin bu turizm potansiyeline güvenerek olumlu imaj algısına sahip

oldukları düşünülebilir. Türkiye imajı konusunda da toplamda %86,7 oranında “orta”, “iyi” ve “çok iyi” şeklinde algıları vardır. Burada önemli bir bulgunun az da olsa Türkiye’nin imajını kötü olarak değerlendiren siyasetçilerin bulunmasıdır. Kötü diyen siyasetçilerin neden kötü dediklerinin öğrenilmesi belki imajın nasıl düzeltileceğine dair araştırmalara da ışık tutabilir.

Tezde elde edilen diğer bir sonuç siyasetçilerin genel olarak turizmde hizmet kalitesi algılarının orta düzeyin üzerinde, “iyi” ye yakın bulunmasıdır. Siyasetçilerin hizmet kalitesini en iyi buldukları alanların başında tüm siyasi partiler için “tarihi ve arkeolojik değerler” gelmektedir. Partiler ile algıları arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre; iktidar partisi AKP, hizmet kalitesi algı ortalamaları içerisinde diğer partilerin hepsinden yüksek ortalamalara sahiptir. Bu bulgu, iktidarda olmaları ve hizmetlerin kaliteleriyle ilgili olumsuz görüşlerin kendilerini bağlayacağı şeklinde bir algıya sahip olabilecekleri şeklinde açıklanabilir. Genel olarak muhalefet partilerinin hizmet kalitesindeki en düşük algıları ulaşım hizmetlerindedir. Onun ardından konaklama ve rehberlik hizmetleri gelmektedir. Ancak bu algılar da “orta” ve “iyi” arasındadır. Bu nedenle siyasetçilerin genel olarak hizmet kalitesini iyi buldukları söylenebilir. Ancak daha da geliştirilmesi yönünde de görüşleri vardır. Siyasetçilerin desteği ile ilgili açık uçlu soruya verdikleri cevaplar arasında “sektörde hizmet kalitesi arttırılmalıdır” ifadelerinin de bulunması bunu desteklemektedir. Özellikle bu soruda Türkiye gibi zengin yöresel mutfak kültürüne sahip, gastronomi turizminde rekabet edebilecek kaynaklara sahip olan bir ülkenin yeme içme hizmet kalitesinin çok daha iyi olması ve çok daha iyi algılanması beklenebilirdi. Bu nedenle bu yöndeki hizmetlerin var olan potansiyele paralel olarak geliştirilmesi gerektiği önerilebilir. Yine konaklama tesislerinin yalnız nicelik olarak,

değil nitelik olarak da hizmet kalitesini üst düzeye çekebilecek şekilde arttırılması gerektiği vurgulanabilir.

Turizm, geliştiği bölgelerde olumlu ve olumsuz sonuçlara neden olabilir. Sosyo-kültürel ya da çevresel birtakım problemler doğurabileceği gibi, yerel halka iş yaratma, ekonomik gelir sağlama, doğal, tarihi ve kültürel kaynaklara daha fazla sahip çıkma bilinci oluşturma konusunda da olumlu etkiler yapabilir. Olumsuz sonuçların asgari düzeye çekilmesi ve turizmden üst düzeyde fayda sağlanabilmesi için etkili kararlar dolayısıyla sürdürülebilir turizm politikaları oluşturulup, uygulanmalıdır. Bunun yolu da karar vericilerden geçmektedir. Kararlarını ve tutumlarını da algılarına göre belirleyecekleri için turizmi ve turizmin etkilerini nasıl algıladıkları önem kazanmaktadır.

Turizmin ekonomik etkileriyle ilgili sorularda görüldüğü gibi neredeyse tüm siyasetçiler turizmin istihdam, yatırım, alt ve üst yapıya olumlu katkıları konusunda hemfikirdirler. Ancak bu üç soruda partiler arasında bazı farklılıklar vardır. AKP'liler bu etkiler konusunda güçlü bir algıya sahipken CHP'liler küçük de olsa daha düşük oranda güçlü bir algıya sahiptir. Bu durum iktidar ve ana muhalefet farkıyla ilişkilendirilebilir. Genel olarak katılmıyorum oranı MHP'lilerde en düşüktür. Ancak diğer tüm partilerde oranlar küçük de olsa katılmıyorum diyenler vardır ve bu veriyi yorumlamak oldukça zordur. Çünkü istihdam gibi somut bir katkıya yoktur demek kolay açıklanabilecek bir durum değildir. MHP'de bu oranın düşüklüğü milliyetçi bir bakış açısıyla hareket ettiği ve HDP'lilerde ise hala HDP'nin Türkiye partisi olması konusunda hemfikir olmayanlar olduğu şeklinde yorumlanabilir. CHP'lilerin ise muhalefet olmaları şeklinde düşünülebilir ancak, AKP'liler iktidardadırlar ve muhalefet mantığı ile açıklanamaz. Belki de bu durum AKP için diğer tüm partilerde de



olabileceği gibi AKP içinde de turizme çok sıcak yaklaşmayanların olabileceği ile açıklanabilir.

Turizmin sosyo-kültürel algısı ile ilgili sorularda iktidar partisi AKP'nin diğer partilere göre daha olumsuz algılamaları ön plana çıkmaktadır. AKP'nin turizmin bölge halkını olumsuz etkilemesi, alkol tüketimini, fuhuşu, suç oranını arttırması ve gelenek ve göreneklere zarar vermesi konusundaki önermelerdeki bu olumsuz bakış açısı; tüm partiler içerisinde en çok dini referans alan parti olarak karar ve uygulamalarıyla da ortaya koyduğu muhafazakar ideolojik yapısı ile açıklanabilir. Örneğin; AKP'li siyasetçilerin diğer parti siyasetçilerine göre fazla alkol tüketimini arttırdığı görüşüne sahip olması, CHP'nin ise bu algıya katılmama yönünde algısının diğer partilere göre en düşük olması pratik hayattaki uygulamaları ile beklenen bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Nitekim AKP'nin alkol satışıyla ilgili yasaklama kararı alması, CHP ise bu kararlarının iptali istemiyle Anayasa Mahkemesi'ne başvurması bu yönde örnek olarak verilebilir (Hürriyet Gazetesi, 2014). İktidar partisi AKP'nin daha muhafazakar bakış açısı, CHP'nin ise bireysel özgürlükler konusunda daha liberal bakış açısı nedeniyle bu farklı algılara sahip oldukları ileri sürülebilir. Turizmin gelenek ve göreneklere zarar vermesi konusundaki algılarının da yüksekliği yine iktidar partisinin bu muhafazakar yapısı ve gelenek-göreneklere bağlı duruşundan yola çıkılarak açıklanabilir. Nitekim ideoloji bölümünde de aktarıldığı üzere, Heywood (2012: 5-6) "sol" ve "sağ" görüşlerin, siyasetçilerin, siyasi partilerin ve hareketlerin ideolojik duruşlarını özetleyen siyasi görüş ve inançlarını belirten terimler olarak kesin anlamları olmasa da tutumları özetleyebileceğini belirtmektedir. Sağ kanata sahip ideolojilerin genellikle otorite, hiyerarşi, düzen, ödev, gelenek, milliyetçilik vb. görüşlere sahipken; sol kanat ideolojilerin ise özgürlük, kardeşlik, haklar, ilerleme, reform, uluslararasıçılık vb. karakterlere sahip olduğunu ifade etmektedir. Parti içerisinde bu sosyo-kültürel

etkilere daha olumlu bakış açısıyla yaklaşan siyasetçiler de bulunmaktadır. Turizmin sosyo-kültürel etkileri ile ilgili önermelerdeki olumsuz algıları kadar ortada görüşlerinin de diğer ekonomik ve çevresel önermelere göre yüksekliği, ortada görüşü veren siyasetçilerin bu konuda çekimser kaldıkları şeklinde de yorumlanabilir.

Turizmin tarihi kaynakların/eserlerin korunmasına katkıda bulunması konusunda siyasetçilerde genel olarak %80,4 oranında olumlu bir algı olduğu tespit edilmiştir. Siyasetçilerin bu önermeye katılmama görüşlerinin (%7) ve ortada görüşlerin (%12,5) varlığı da dikkat çekmektedir. Diğer önermede de benzer şekilde %19,4 oranında siyasetçi turizmin bu kaynakların korunmasına olumsuz etki ettiği görüşündedir. Bu oranda en yüksek payın iktidar partisinde olduğu görülmektedir. Turizm tarihi ve kültürel değerleri kullanarak bunların yıpranmasına neden olabilir, ancak bir yandan da bu eserlerin gelir sağlayıcı önemli birer turizm kaynağı ve turistin gelme nedeni olması sebebiyle bu eserlerin korunmasına da katkıda bulunmaktadır. Bilgilenmelerinin önemi ile de ilişkilendirilebilecek olan bu bulgu aynı zamanda, bu siyasetçilerin tarihi kaynakların/eserlerin korunması konusunda hassasiyet gösterebilecekleri şeklinde de yorumlanabilir. Özellikle iktidar partisi siyasetçilerinin bu görüşleriyle, turizm kaynaklarının koruma-kullanma dengesinin sağlanması ve sürdürülebilir turizme hizmet eden karar ve politikalar konusunda destek verebilecekleri ileri sürülerek bu bulgu olumlu bir bulgu olarak da değerlendirilebilir.

Çevresel etki algıları konusunda genel olarak siyasetçilerin olumlu bir algıya sahip olduğu görülmektedir. Turizmin doğal çevreyi olumsuz etkilediği görüşüne bulgular kısmında ayrıntılı açıklandığı üzere yaklaşık %70 siyasetçi katılmamakta iken bu oranın içerisindeki yaklaşık %15 oranında siyasetçinin daha güçlü bir katılmama algısı bulunmaktadır. Turizmin doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunması önermesine ise %75 oranında bir katılma vardır. Genel olarak siyasetçilerin

çoğunluğunun turizmin doğal çevreyi olumsuz yönde etkilediğine dair bir algıları bulunmadığı ve turizmin doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunduğu algısına sahip oldukları söylenebilir. Ancak, ekonomik etki algılarından yola çıkarak çevresel bir hassasiyet ve duyarlılık olduğu da ileri sürülebilir. Özellikle turizmin aşırı yoğunlaştığı bölgelerde taşıma kapasitesinin üzerine çıkılması, çarpık yapılaşma ve bu yapıların doğa alanlarına, yeşile ve ağaçlara zarar vererek yapılması vb. tahribatlarla sonuçlanabilecek olumsuzluklar olabilir. Bu yönde de yapılması gereken kitlesel turizmin olumsuz etkilerini azaltmak için eko turizm, doğa turizmi, yayla turizmi gibi doğaya daha fazla koruma ve zarar vermeme odaklı sürdürülebilir turizm uygulamalarını arttırmaktır. Siyasetçilerin de bu konudaki olumsuz algılarının varlığı göz önüne alındığında; bunları geliştirecek karar vericiler ve karar etkileyicileri olmaları nedeniyle özellikle iktidardaki siyasetçiler bu turizm türleri hakkında bilgilendirilmeli ve çevre konusuna daha fazla duyarlı olmalıdırlar.

Turizmin trafiği olumsuz yönde etkilemesi önermesine %67,2 oranında siyasetçi katılmamaktadır. Bu önermeye katıldığı yönünde görüş bildirenlerin iktidar partisi AKP’de en yüksek olması büyükşehirlerdeki genel trafik yoğunluğunu açıklama içgüdüleriyle belirtilmiş olabileceği söylenebilir. Ancak Türkiye’nin genel bir sorunu olarak özellikle büyük şehirlerde turizm hareketliliğinin olmadığı zamanlarda ciddi trafik sıkışıklıklarının, yoğunlukların ve kazaların olduğu gerçeği yadsınamaz. İktidar partisinin ulaşım ve yola yatırım hedefleri herkesçe bilinmektedir. Ancak buna rağmen bu konuda daha kat edilecek ciddi mesafeler olduğu söylenebilir. Özellikle iç turizmin yoğunlaştığı bayram, tatil vb. dönemlerde trafik kilitlenmektedir. Turizmde 2023’de dünyada sayı ve gelirden ilk beş hedefleyen bir ülkede trafik sorununun ivedilikle çözülmesi birçok sektör için olduğu gibi turizm de hayati bir önem taşımaktadır.

Genel olarak siyasetçilerin %65'inin turizmin yaban hayatının korunmasına katkıda bulunduğu yönünde olumlu bir algıya sahip olduğu anlaşılmaktadır. Dünyada birçok hayvan türü nesli tükenme tehlikesiyle karşı karşıyadır. Özellikle eko turizm, kuş gözlemciliği, yaban hayatı izleme turizmi vb. turizm türleri yaban hayatının korunmasında en etkili yol olarak görülmektedir. Turizmle para kazanan yerel halk doğayı ve hayvanları koruma bilinci kazanmaktadır. Kaplumbağa gibi bazı hayvanları yiyecek olarak tüketen ve ticaretini yapan ülkelerdeki halk, sadece bunların izlenmesiyle turizmden çok daha fazla gelir elde etmeleri nedeniyle bu turizm türlerini geliştirmeyi yiyecek olarak tüketmeye ya da ticaretini yapmaya tercih etmektedir (Unur ve Yavuz, 2013). Türkiye gibi hayvan çeşitliliği çok yüksek olan ve bu turizm türlerine çok elverişli olan bir ülkenin siyasetçilerinin bu algısının, bu turizm türlerinin geliştirilmesi açısından önemli bir zemin oluşturduğu söylenebilir. Karar vericilerin bu yönde daha somut adımlar atması, halkta bu yönde bilinç oluşturabilecek projelere ağırlık vermesi, etkili turizm politikaları oluşturması ve etkili ceza ve yaptırım kararları alarak uygulaması gerekmektedir.

Turizm literatüründe, turizm ve onun ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerinin algılanmasına yönelik sıklıkla yapılan çalışmalarda genellikle halkın üzerinde yoğunlaşılması nedeniyle, siyasetçilerin belirlenen bu algılamalarının oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Çünkü değerler ve algı, tutum ve davranışa dolayısıyla kararlara yansımaktadır. Yeni yapılacak çalışmalar için de birtakım öneriler sunulabilir. Bu araştırmalarda halkın yanı sıra, merkezi ve yerel yönetim siyasetçilerinin paydaş gruplar olarak mutlaka dahil edilmesi gerektiği söylenebilir. Paydaşlar arasında yer alacak olan halk, sivil toplum örgütleri, karar verici düzeydeki siyasetçiler ve bürokratların turizm ve onun etkileri konusundaki algılarının belirlendiği ve karşılaştırıldığı çalışmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Böylece, algıları arasında

farklılıklar olup olmadığı ortaya konulabilir ve bu algıların turizm sektörüne yansımaları ile ilgili tüm paydaşlara fikir verebilir ve farkındalıklar artırılabilir.

Siyasetçilerin bazılarının birkaç cümleyle bazılarının uzun uzun yazarak aktardıkları siyasetçilerin Türk turizm sektörüne destek ve ilgisinin nasıl artırılacağı ile ilgili açık uçlu sorunun bu tezin en önemli bulgularından birini oluşturduğu söylenebilir. Çünkü açık uçlu bu soruyla siyasetçilerin herhangi bir sınırlama olmadan düşüncelerini aktarmaları beklenmiştir. Siyasetçiler bulgular kısmında detaylıca aktarıldığı üzere bu sorularda görüşlerini aktarırken tanıtımdan, politika ve kararlara, turizm sorunlarından, halkın bilinç düzeyine kadar çok farklı unsurları aynı cümlelerde kullanmışlardır. Turizmin çok boyutluluğu göz önüne alındığında bunun son derece doğal olduğu düşünülmekte ise de ifadelerin gruplandırılmalarında ve kodlamalarında bu hususta zorluklar yaşanmıştır. Öyle ki her bir ifadenin ayrı ayrı bilimsel çalışmalarda konu edilmesi gereken ve siyasetçiler üzerinde araştırılabilecek önemde olduğu söylenebilir. Sorudan çıkarılan en önemli sonuçlar, siyasetçilerin dikkatini çekebilecek il/bölge/destinasyon tanıtım ve reklamlarının yapılması gerektiğidir. Tanıtım, siyasetçilerin görüşlerinde direk ya da dolaylı bir şekilde Türk Turizmi'nde hem sorunlar hem de gelişim önerileri olarak en çok ifade ettikleri unsur olmuştur. Ayrıca siyasetçilerin sıklıkla, hem kendileri, hem sektör, hem halk, hem de hükümet hakkında görüş ve önerileri olmuştur.

Metinde de aktarıldığı üzere turizm yazarlarının ve sektör uygulayıcılarının üzerinde önemle durdukları konuların en önemlilerinden birini Türkiye'de siyasetçilerin sektöre ilgisizliği oluşturmaktadır. Turizm sektörü açısından çok önemli olan toplantılara bile hem hükümet düzeyinde hem de genel olarak siyasetçilerin katılım göstermediğinden şikayet edilmektedir. Bu sorudan çıkarılan sonuçlara göre; siyasetçilerin bir kısmı kendilerinin turizm sektörü tarafından, turizm etkinlikleri,

çalıştay, panel, vb. toplantılara dahil edilmesi görüşündedirler. Aynı zamanda siyasetçilerin bir kısmında yine siyasetçiler için; turizm bilgilendirme (çalıştay, panel, vb.) toplantılarına katılıma ilgi göstermeleri ve yerel ve ulusal turizm etkinliklerine katılmaları gerektiği yönünde düşünceleri de bulunmaktadır. Bu sonuçları ve bu destek ve ilginin artırılması için önerilen bu görüşleri göz önüne alarak; karşılıklı bir şekilde var olduğu ve önemli olduğu düşünüldüğü anlaşılan bu katılımların öneminin sektör tarafından baskılayıcı ve ikna edici yöntemler denenerek sağlanması gerektiği söylenebilir. Literatürdeki paydaş çalışmalarında da sıkça sözü edildiği üzere paydaş gruplarının ortak çalışmaları ve işbirliği tüm sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de vazgeçilmez bir unsurdur. Sektörün, uygulayıcıların, halkın ve STK'ların soyutlandığı ve dikkate alınmadığı ya da onaylamadığı kararlar hem uygulamada sık kalacak hem de başarısız sonuçlar elde edilecektir. Siyasetçilerin bu yöndeki görüşleri de bu yorumu onaylar niteliktedir. Başta turizm bakanı olmak üzere turizme ilgi duyan, bilgi sahibi olan ve turizmin önemini idrakinde olan kişilerden seçilmesi (ki bu bulgu bu sorudan elde edilen bir tespittir), hem bu etkinliklerde hükümetin siyasetçilerinin bulunmasını sağlayabileceği, hem de diğer siyasetçilerin katılımını teşvik edebileceği söylenebilir. Böylece özellikle uluslararası turizm etkinliklerinde hem hükümetin gücünün ve ağırlığının hissedilebileceği hem de turizmin dünyada ve ülkedeki gelişimi, sorunları ve etkileri ile ilgili bilgi sahibi olunabileceği böylece bunun da turizm algısını önemli ölçüde etkileyebileceği ileri sürülebilir.

Bu tezden çıkarılan bir başka sonuç ise; karar yaklaşımlarındaki modellerin gerçekte Türk siyasetiyle çok bağdaşmamasıdır. Zaten, ortaya atılan modellerin karar almada, siyasetçilerde bilinip uygulandığı da düşünülmemektedir (Altunok ve Metin, 2003:101). Orta yol bulma girişimi gibi modellerin karar vericilerin çevrelerinden bağımsız olmadıkları, kararlarını etkileyen kişisel özelliklerinin ve ortam koşullarının

aldıkları kararlardaki büyük etkisi düşünülürken Türk siyaseti uygulamalarında pek gerçekçi bulunmamaktadır.(Altunok ve Metin, 2003:100). Örneğin; Smithci Ussal Davranış Modeli'ne göre temel kararların adımsal düzenlemelerle/ilave kararlarla düzenlenmesi durumu Türk siyasetine uymamaktadır. Türkiye'de siyasi iktidarın değişikliklerinde eskiden verilen kararların yok sayılıp yeniden karar verme düşüncesi vardır ve mevcut sorunlar yeni kararlarla çözülmeye çalışılmaktadır (Çevik, 2010:125). Bunun en çarpıcı örneği ise daha önce de değinildiği gibi Milli Eğitim'de alınan ve iktidarın kendi döneminde bile sürekli değiştirilen temel kararlardır.

Bu tezin amaçları arasında siyasetçilerin kararlarını nasıl verdikleri yönünde bir amaç bulunmamakta ise de siyasetçilerle ilgili belirlenebilecek bilgi düzeyi ve algının, kararlarını vermedeki etkileri nedeniyle bu konuda ipuçları verebileceği düşünülmüştür. Karar mekanizmaları bölümünde detaylıca aktarıldığı gibi Türkiye'de yasama süreci açık ve net olarak anayasa ve içtüzüklerle belirlenmiştir. Önemli olan noktanın siyasetçilerin gündeme hangi kararları getirip, hangilerine öncelik verecekleri, hangi kararları “temel karar” olarak ön plana alacakları olduğu söylenebilir. Easton'un siyasi sistem modelinde açıklandığı gibi; siyasal sistemdeki talep girdilerinin çokluğu ya da çelişkili olması ve iktidarın kaynak girdilerinin sınırlılığı nedeniyle tüm talepler karşılanamamakta, her talep siyasal sisteme girememektedir. Bu noktada iktidarların/siyasetçilerin algılamalarına göre oluşan öncelikleri ile toplumun çeşitli kesimlerinin ihtiyaç, beklenti ve sorunları, kendi eğilim ve algı süzgeçlerinden geçirilerek değerlendirilmektedir. Bu aşamada da baskı grupları, kamuoyu vb. unsurlar talebin sisteme girmesinde ve değerlendirilmesinde etkili olabilmektedir. Örneğin AKP iktidarının, algı, değer, ideolojik yapısı, seçmenlerinin talep ve beklentileri nedeniyle ilk icraatlarının türban/başörtüsü kararını bir temel karar olarak algılayarak, gündeme almaları ve çalışmalara başlamaları buna örnek olarak verilebilir. Sistemin çıktıları

sonucu uygulanan kararların, “geri besleme” şeklinde dönüşümü de yeni girdiler/kararlar oluşturulmasını sağlamakta, bu noktada da siyasi sistemin etkinliği bilgiye bağlı olmaktadır. Bu nedenle sistemin işleyişinde çevre ile ve alt sistemler ile etkin bilgi iletişim kanalları oluşturmak oldukça önem taşımaktadır. Bu bağlamda, iktidar partisi AKP’nin turizmi, hem turizm sektörüyle ilgili strateji, hedef ve uygulamalarında hem de bulgularda tespit edilen “turizme verdiği önem”den yola çıkarak turizmin sosyo-kültürel etkileri konusunda daha olumsuz algıları da olsa dünyadaki genel konjonktür ve gelir, istihdam gibi ekonomik avantajları çok daha yüksek olduğu için geliştirmek istediği düşünülebilir. Ancak halkın ve sektörün beklentileri konusunda istenen düzeye getirme ve daha da geliştirme konusunda baskı gruplarının zayıflığı ve kamuoyunun çok etkili olmadığı söylenebilir. Bu unsurlar da kararlar üzerinde oldukça etkili olabilmektedir. Yasa yapıcıların/siyasetçilerin turizm sektörü ile ilgili bilgi eksikliklerinin ise, sistem modeline göre de ne kadar önemli olduğu buradan yola çıkılarak bir kez daha vurgulanabilir (Easton, 1957:387; Çam, 1998: 148-160; Topbaş, 2010:88; Heywood, 2012:145).

Tezde elde edilen bulguların Türk turizm sektörüne, akademisyenlere, yerel ve merkezi düzeydeki karar vericilere ve siyasetçilere özellikle beklentiler, iletişim, algı ve tutumlar konusunda önemli bilgiler verebileceği düşünülmektedir. Uluslararası turizm literatüründe bu yönde sınırlı araştırmalar olması ve Türkiye’de turizm alanında bu yönde ve bu kapsamda yapılmış bir çalışma bulunmaması nedeniyle, tezin turizm literatürünün zenginleştirilmesi ve yeni çalışmalara katkı sağlayabilecek olması açısından da önemli olduğu düşünülmektedir.



## KAYNAKLAR

- Adair, J. E. (2005). *Etkili karar vermek*. (Çev. S. F. Güneş) (2.Baskı). İstanbul: Babıali Kültür Yayıncılığı. (Özgün çalışma, 2003).
- Adalet ve Kalkınma Partisi (2013). *Parti tüzüğü*. 24 Mart 2014 tarihinde <http://www.akparti.org.tr/site/akparti/parti-tuzugu> adresinden alınmıştır.
- Airey, D. ve Chong, K. (2010). National policy-makers for tourism in China. *Annals of Tourism Research*, 37 (2), 295- 314.
- Akbaba A. ve Erenler, E. (2011). Etik karar verme ve cinsiyet farklılıkları üzerine bir araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31(3), 447-464.
- Akçay, E. Y. (2010). *Karar alma yaklaşımı çerçevesinde 1 Mart 2003 tezkeresi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeler Birliği - AKTOB (2014). *Turizm istatistikleri*. 12 Mayıs 2014 tarihinde <http://www.aktob.org.tr/pdf/aktob.turizm.verileri.pdf> adresinden alınmıştır.
- Akdoğan, Y. (2008). *Yerel siyaset*. İstanbul: Okutan Yayınları.
- Aksu, M. (2004). *Türk dış politikası karar alma mekanizmasının işleyisi: II. Körfez krizi örneği (2003)*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Alav, O. (2001). *Yerel kitle iletişim araçlarının kamuoyu oluşumuna etkisi: Isparta örneği*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Alexander, J. (Ed.). (1999). *Kültür ve Siyaset*. (Çev. S. Ayaz). İstanbul: Pınar Yayınları. (Özgün çalışma, 1990).

- Alkan, H. ve Çiftçioğlu, H. (2007). Yerel siyasette belediye meclisi ve siyasi parti örgütleri: Göksun örneği. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 1-27
- Alpar, R. (2012). Spor, sağlık ve eğitim bilimlerinden örneklerle uygulamalı istatistik ve geçerlilik- güvenilirlik. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alpaslan, İ. B. (2012). Suriye krizi Türkiye ekonomisini nasıl etkiler? *Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı*, 1-12.
- Altunok, M. ve Metin, H. (2003). Karşılaştırmalı bir yaklaşımla karar verme modelleri. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Entitüsü Dergisi*, 2(7), 93-104.
- Ardıç, H. (2004). *1994 2001 yılı ekonomik krizlerinin TCMB bilançosunda yarattığı hareketlerin incelenmesi*. Uzmanlık Yeterlilik Tezi, TCMB Muhasebe Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Arı, T. (2000). *Amerika'da siyasal yapı, lobiler ve dış politika* (3. Basım). İstanbul: Alfa Basım Yayın Dağıtım.
- Arı, T. (2004). *Uluslararası ilişkiler ve dış politika* (5. Baskı). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Arı, T. (2011). Uluslararası ilişkiler teorileri. 12 Haziran 2014 tarihinde <http://kisiseldepresyonanlari.com/tag/uluslararasi-iliskiler-teorileri/> adresinden alınmıştır.
- Arnold, S. (2011). *Legislative perceptions of sustainable tourism: The case of the North Carolina General Assembly*. Unpublished master's thesis, East Carolina University, Carolina.
- Arslan, E. G. (2008). *Çeşitli yönleriyle Cumhuriyetin 85. yılında Türkiye ekonomisi*. Ankara: Gazi Üniversitesi Hasan Ali Yücel Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayınları.

- Atacan, V. (1995). *Türk idari sisteminde yeniden yapılanma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Avcı, S. (2000). Türkiye'nin ekonomi politikaları ve coğrafi sonuçları. *Coğrafya Dergisi*, 8, 29-70.
- Ayaz, N. (2012). *Kırsal turizm ve paydaşları: Belediye başkanlarının tutumlarına yönelik bir araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Aybek, Ş. (2013). *Siyaset felsefesine giriş* (7. Baskı). Ankara: Maya Akademi.
- Aydın, M. ve Ereker, F. (2013). *Türkiye'de güvenlik- algı, politika, yapı* (1.Baskı). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Aygün, Z. (2008). *Kamu yönetimi* (1.Baskı). İstanbul: Kumsaati Yayın Dağıtım.
- Aymankuy, Y. ve Aymankuy, Ş. (2011). Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektöründeki istihdama bakışları ve kariyer beklentilerine dönük Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu öğrencileri üzerinde bir araştırma. Öncü, M. A. (Ed.). *12. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı* içinde (ss. 614-627). İzmir: Seher Matbaacılık.
- Bahar, O. (2007). Küreselleşme sürecinde Türkiye'de turizm sektörüne sağlanan teşvikler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 61-78.
- Bahar, H. İ. (2008). *Sosyoloji*. Uşak: Karınca Yayınları.
- Bakan, İ. ve Kefe, İ. (2012). Kurumsal açıdan algı ve algı yönetimi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 19-34.

- Batman, O. ve Türkay, O. (2009). *2023 Türkiye turizm stratejisi ışığında turizm politikaları*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Baransel, A. (1979). *Çağdaş yönetim düşüncesinin evrimi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Baymur, F. (1994). *Genel psikoloji* (11. Baskı). İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Belle, N., ve Bramwell, B. (2005). Climate change and small island tourism: Policy maker and industry perspectives in Barbados. *Journal of Travel Research August, 44(1)*, 32-41.
- Bilgici, Ö. (2010). *Baskı gruplarının siyasi karar alma organları üzerindeki etkisi Türkiye Barolar Birliği örneği*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Bilim, Y., ve Özer, Ö. (2013). *Yerel halk gözüyle Konya'da turizmin önemi ve ekonomik, sosyal, çevresel etkileri*. Ulusal KOP Bölgesel Kalkınma Sempozyumunda sunulan bildiri, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Boz, C. (2006). *Dünyada turizm endüstrisinde istihdam ve çalışma şartları*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Bozdoğanoglu, B. (2013). Konaklama vergisi uygulaması ve Türkiye'de uygulanabilirliği. *Maliye Dergisi, 164*, 131-149.
- Bozkurt, Ö., Ergun, T. ve Sezen, S. (2008). *Kamu yönetimi sözlüğü* (2. Baskı). Ankara: TODAİE.
- Brummer, K. (2009). The bureaucratic politics of security institution reform. *German Politics, 18(4)*, 501-518.
- Byrd, E. T., Cardenas, D. A., ve Dregalla, S. (2009). Stakeholders' perception of tourism and the natural environment. *eTourismReview, 7(2)*, 39-51.

- Byrd, E.T., Bosley, H. E. ve Dronberger, M. (2009). Stakeholder perceptions of tourism impact in eastern North Carolina. *Tourism Management*, 30, 693-703.
- Cubbertson, J. A., Jacobson, P. B. ve Reller, T. (1971). Karar verme (Çev. M. Tosun). *Amme İdaresi Dergisi*, 4(4), 142-168.
- Çağlar, A. (2013). Akıllı güç ve algılama yönetimi. Yalçınkaya, A. (Ed.) *Algılama Yönetimi* içinde (ss. 47-68). İstanbul: Uğur Eğitim Pazarlama ve Yayıncılık.
- Çakıcı, C., Unur, K. ve Dönmez, B. (2010). Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu öğrencileri gözüyle turizm sektörü işgücü sorunları üzerine bir araştırma. Çolakoğlu, O. E. (Ed.). *11. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı* içinde (ss. 720-732). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çakın, A. (2008). Yasa yapma süreci ve sosyal kontrol (şeffaflık ve katılım). *YASAMA*, 9, 57-73.
- Çakır, S.Y. (2010). Markaların duyular yoluyla şekillenmesi duyusal markalama. *Akademia Erciyes*, 1(4), 39-62.
- Çam, E. (1998). *Siyaset bilimine giriş* (5. Baskı). İstanbul: Der Yayınları.
- Çavuş, Ş., Ege, Z. ve Çolakoğlu, E. (2009). *Türk turizm tarihi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çeken, H. (2003). Türk turizminde yabancı sermaye ve yabancı sermaye ortamının iyileştirilmesine yönelik öneriler. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (10), 25-45
- Çeken, H. (2004). Küreselleşme eğilimlerinin uluslararası turizm hareketlerine etkisi ve Türkiye. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, 1-11.
- Çeken, H., Dalgın T. ve Karadağ, L. (2009). Küreselleşme ve uluslararası turizm arasındaki ilişki. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 21-36.

- Çevik, A. (2013). Önleyici unsur olarak algıların kontrolü. Yalçınkaya, A. (Ed.) *Algılama Yönetimi* içinde (ss. 47-68). İstanbul: Uğur Eğitim Pazarlama ve Yayıncılık.
- Çevik, H. H. (2010). *Kamu yönetimi kavramlar- sorunlar- tartışmalar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Çevirgen, A ve Kesgin, M. (2007). Local authorities' and NGOs.' perceptions of tourism development and urbanization in Alanya. *Original Scientific Paper*, 55(3), 309-322.
- Çitlioğlu, E. (2013). Sunuş. Yalçınkaya, A. (Ed.). *Algılama Yönetimi* içinde (ss. 3-5). İstanbul: Uğur Eğitim Pazarlama ve Yayıncılık.
- Çuhadar, M. (2006) *Turizm sektöründe talep tahmini için yapay sinir ağları kullanımı ve diğer yöntemlerle karşılaştırmalı analiz*. Yayımlanmamış doktora tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Dal, İ. (2014). *Siyasetçilerin algı yönetimi*. 20 Mart 2014 tarihinde <http://www.yuzhaber.com/yazar/696/siyasetcilerin-alm-yonetimi/> adresinden alınmıştır.
- Daver, B. (1972). *Siyaset bilimine giriş*. Ankara: Sevinç Matbaası.
- Demir, Ö. (2009). Siyasete yön veren rasyonel cahil seçmenler. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 1-10.
- Demir, F. (2011). Bürokrasi- demokrasi ilişkisi ve bürokratların seçilmişlerce kontrolü sorunu. *Yönetim ve ekonomi*, 18(2), 63-84.
- Demir, E. (2013, 2 Aralık). *Dünya turizmine yön verenler kongrede, bakan nerede?* [www.turizm gazetesi.com](http://www.turizm gazetesi.com)
- Demirbaş, M. (2003). 1980 dönüşümünün ithalat ve ihracat üzerine etkisi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 233-249.

- Dilber, F. (2012). Siyasal toplumsallaşmada seçmenlerin siyasal tercihinin sosyal unsurların etkisi; Karaman ili seçmenleri üzerine bir alan araştırması. *Akademik Bakış Dergisi*, 32, 1-16.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin sosyo-kültürel etkileri* (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğan, N. (2012). Uluslararası ilişkiler ve rasyonellik: Bürokratik politikanın alana katkısı ve geleceğin öngörülmesinde rasyonellik varsayımının önemi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(3), 85-103.
- Durgun, S. (2014). Siyasi partiler ve parti sistemleri. Taşkın, Y. (Ed). *Siyaset Kavramlar Süreçler içinde* (ss. 335-353). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Dursun, D. (2008). *Siyaset bilimi* (4.Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Duverger, M. (1974). *Siyasal rejimler*. (Çev. T. Tunçdoğan). İstanbul: Gelişim Yayınları. (Özgün çalışma, 1948).
- Duverger, M. (1982). *Siyaset sosyolojisi*. (Çev. Ş. Tekeli). İstanbul: Varlık Yayınları. (Özgün çalışma, 1966).
- Duverger, M. (1993). *Siyasi partiler*. (Çev. E. Özbudun). Ankara: Bilgi Yayınevi. (Özgün çalışma, 1964).
- Easton, D. (1957). An approach to the analysis of political systems. *World Politics*, 9(3), 383-400.
- Emekli, G. (2005). Avrupa Birliği'nde turizm politikaları ve Türkiye'de kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14, 99-107.
- Enç, E. ve Aykaç, G. (2003). Türkiye'nin IMF deneyimine bir bakış. *Gazi Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3, 57-75.
- Erat, V. ve Kaçer, F. (2015). Siyasa yapım sürecinde müzakereci yaklaşımlar. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 57-75.

- Eren, E. (2009). *Yönetim ve organizasyon- çağdaş ve küresel yaklaşımlar* (9. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.
- Eren, E. (2010). *Örgütsel davranış ve yönetim psikolojisi* (12. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.
- Eriçok, R. E. (2009). *Türkiye’de yerel yönetimlerde hizmet harcamalarına ilişkin karar alma süreci: İstanbul Büyükşehir Belediyesi örneği*. Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Erkuş, A. (2009). *Davranış bilimleri için bilimsel araştırma süreci*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Eroğlu, N. (2003). *Türkiye’de iktisat politikalarının gelişimi 1923-2003*. 80. yılında Türkiye Cumhuriyeti sempozyumunda sunulan bildiri, Marmara Üniversitesi, İstanbul. 13 Aralık 2013 tarihinde [http://www.miibf.com/files/n\\_eroğlu\(2\).doc](http://www.miibf.com/files/n_eroğlu(2).doc) adresinden alınmıştır.
- Eroğlu, İ. (2007). Türkiye Büyük Millet Meclisi danışma kurulunun işlevleri, tarihi süreci ve işleyişi. *Yasama Dergisi*, 7, 77-10.
- Eroğlu, İ. (2008). Türkiye Büyük Millet Meclisi danışma kurulunun işlevleri. *Yasama Dergisi*, 8, 8-64.
- Erol, M. (2013). Siyaset ve algı yönetimi. 15 Ocak 2014 tarihinde <http://www.bendeyazarim.com/Yazar/News/7180/Siyaset-ve-Algi-Yonetimi...-Mustafa-EROL> adresinden alınmıştır.
- Ersaydı, S. Ç. (2011). *Psikolojik operasyon, algı yönetimi ve propaganda*. 23 Mart 2014 tarihinde <http://www.21yyte.org/tr/yazi6344-Psikolojik-Operasyon-Algi-Yonetimi-ve-Propaganda.html> adresinden alınmıştır.



- Ersoy, A. ve Anagün, Ş. (2009). Sınıf öğretmenlerinin fen ve teknoloji dersi ödev sürecine ilişkin görüşleri. *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 3(1), 58-79.
- Eryılmaz, B. (2008). *Bürokrasi ve siyaset* (3.Basım). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Esen, S. ve Yücel, B. (2012). *Türk Anayasa hukuku*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Esen, Ş., Emir, G. ve Uyar, H. (2012). *Cumhuriyet'ten günümüze hükümet programlarında turizm (1923-2012)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Gee, Y. C. (1994). *International hotels development and management*. USA: Educational Institute of the AHMA.
- Gelir İdaresi Başkanlığı (2008). Katma değer vergisi genel tebliği. 10 Mayıs 2014 tarihinde <http://www.gib.gov.tr/index.php?id=1079&uid=zjnow4ee3ankngoy&type=teblig> adresinden alınmıştır.
- Gökçimen, S. (2009). Genel Kurul'da yasama süreci. 15 Ocak 2015 tarihinde <http://www.yasader.org/web/faaliyetler/05-11-2009-kadin-stk/04-gokcimen.pdf> adresinden alınmıştır.
- Göksu, T., ve Bilgiç, V. K. (2003). Baskı grupları ve karar alma mekanizmalarına etkileri. *Amme İdaresi Dergisi*, 36(2), 51-66.
- Gönenç, L. (2010). TEPAV Anayasa çalışma metinleri: Siyasi iktidarın denetlenmesi, dengelenmesi ve anayasalar. 21 Mart 2014 tarihinde <http://www.tepav.org.tr/tr/yayin/s/308> adresinden alınmıştır.

- Gönlübol, M. (2000). *Uluslararası politika ilkeler- kavramlar- kurumlar* (5. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Göymen, K. (2014). *Yerel siyaset daha fazla güçlendirilmeli*. 20 Ocak 2015 tarihinde <http://www.siyasaliletisim.org/ariv/yorum/517-prof-korel-goeymen-yerel-siyaset-daha-fazla-gueclendirilmeli.html> adresinden alınmıştır.
- Gözler, K. (2004). *Anayasa hukukuna giriş* (4. Baskı). Bursa: Ekin Kitabevi.
- Habergünebakış (2009, 5 Haziran). Ali Nail Kılıç: Turizm milli politika olarak algılanmalı. [www.habergunebakis.com](http://www.habergunebakis.com)
- Hair, J. F., Black, W.C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Halis, M. (2002). Karar verme eyleminin davranışsal temelleri görgül bir uygulama. *Akademik Araştırmalar Dergisi*, 14, 49-64.
- Hall, C. M. (1994). *Tourism and politics: policy, power and place*. England: JohnWiley & Sons Limited.
- Hall, C. M. (2005). The role of government in the management of tourism: The public sector and tourism policies. Pender, L. ve Richard, S. (Eds.). *The Management of Tourism* içinde (ss. 217-231). London: SAGE Publications.
- Haydaroğlu, C. (2011). *Politik karar alma sürecinde oylama gücü ve makroekonomik göstergeler üzerindeki etkisi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.
- Henriques, I. ve Sadorsky, P. (1999). The relationships between environmental commitment and managerial perceptions of stakeholder importance. *Academy of Management Journal*, 42(1), 87-99.
- Heper, M. (2011). *Türkiye'nin siyasal hayatı*. İstanbul: Doğan Egmont Yayıncılık.

- Heywood, A. (2012). *Siyasetin temel kavramları*. (Çev. H. Özler). Ankara: Adres Yayınları. (Özgün çalışma, 2000).
- Huete, R., Mantecon, A. ve Mazon, T. (2008). Analysing the social perception of residential tourism development. *Advances in Tourism Research*, 153-161.
- Hürriyet Gazetesi (2014, 15 Kasım). Anayasa Mahkemesi'nden kritik iptal. 10 Haziran 2015 tarihinde <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/27580462.asp> adresinden alınmıştır.
- Hürriyet Gazetesi (2015, 23 Haziran). Türkiye 2014'te 39,8 milyon turist ağırladı. 10 Haziran 2015 tarihinde <http://www.hurriyet.com.tr/avrupa/29358832.asp> adresinden alınmıştır.
- Işık, H. M. (2003). Yasama erkinde karar verme süreçleri. *Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 1 (8), 11-70.
- İbrahimoğlu, Z. H. (2010). *Seçim sistemleri ve siyasi partiler*. İstanbul: Bilgeoğuz Yayınları.
- İçişleri Bakanlığı (2014). *Türkiye mülki idare bölümleri envanteri*. 10 Mayıs 2014 tarihinde <https://www.e-icisleri.gov.tr/Anasayfa/MulkiIdariBolumleri.aspx> adresinden alınmıştır.
- İçöz, O. ve Kozak, M. (1998). *Turizm ekonomisi*, Ankara: Turhan Kitapevi.
- İnceoğlu, M. (2010). *Tutum, algı, iletişim* (5. Baskı). İstanbul: Beykent Üniversitesi Yayınları.
- Jasper, M. J. (2010). Kültür, bilinç, siyaset (Çev. E. D. Ela). Torlak, S. (Ed.). *Siyaset Sosyolojisi* içinde (ss. 117-141). Ankara: Phoenix Yayınevi. (Özgün çalışma, 2005).
- Jervis, R. (1976). *Perception and misperception in international politics*. New Jersey: Princeton.

- Kahraman, M. (2012). Hükümet sistemi tartışmaları bağlamında başkanlık ya da yarı başkanlık sistemlerinin Türkiye’de uygulanabilirliği. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (18), 431- 457.
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kalkınma Bakanlığı (2006). 9. *Kalkınma Planı*. 20 Nisan 2015 tarihinde <http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalkinma%20Planlar/Attachments/1/plan9.pdf> adresinden alınmıştır
- Kalkınma Bakanlığı (2013). *Kalkınma planları*. 20 Nisan 2015 tarihinde <http://www.kalkinma.gov.tr/Pages/KalkinmaPlanlari.aspx> adresinden alınmıştır.
- Kalyon, L. (2008). *Cumhuriyet dönemi savunma politikaları*. Yayımlanmamış doktora tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Kapani, M. (2008). *Politika bilimine giriş* (21. Basım). Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Kapani, M. (2012). *Politika bilimine giriş* (30. Basım). Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Karakuş, G. (2003). *Avrupa Birliği turizm politikası*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Karcıoğlu, S. (2007). *Partilerin unuttuğu lokomotif sektörler sandığı bekliyor. 15 Kasım 2014 tarihinde* <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=6829250&tarih=2007-07-04> adresinden alınmıştır.
- Katgı, İ. (2013). Osmanlı Devleti’nde siyaseten katl (Hukui maiyeti, sebepleri, usulü, infazı ve sonuçları), *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (24), 180-211.

- Kayat, K. (2008). Stakeholders' perspectives toward a community-based rural tourism development. *European Journal of Tourism Research*, 1(2), 94-111.
- Kaynar, K. (2014). Anayasa, yasama, yürütme ve yargı. Taşkın, Y. (Ed). *Siyaset Kavramlar Süreçler içinde* (ss. 285-334). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kışlalı, A.T. (1991). *Siyasal sistemler* (4. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Kışlalı, A.T. (1994). *Siyaset bilimi* (4. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Kızılot, Ş. (2005, 19 Temmuz). Otelde bir bardak suya 5 çeşit vergi var.  
www.hurriyet.com.tr.
- Koçel, T. (2010). *İşletme yöneticiliği* (Genişletilmiş 12. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.
- Kozak, N., Kozak., M. ve Kozak, M. A. Kozak (2011). *Genel turizm: İlkeler-kavramlar* (12. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kruja, D. ve Hasaj, A. (2010). Comparisons of stakeholders' perception towards the Sustainable tourism development and its impacts in Shkodra Region (Albania). *TURIZAM*, 14(1), 1-12.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014). Konaklama istatistikleri. 15 Mayıs 2015 tarihinde <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9856/konaklama-istatistikleri.html> adresinden alınmıştır.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı (2007). Türkiye Turizm Stratejisi ve Eylem Planı. 20 Ocak 2014 tarihinde <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14577/turkiye-turizm-stratejisi-ve-eylem-plani.html> adresinden alınmıştır.
- Long, P. H. (2006). *Residents' perceptions of tourism impact and their support for tourism development: The case study of Cuc Phuong National Park, Ninh*

*Binh province, Vietnam*. Unpublished master's thesis, Northern University: Malaysia.

Madrigal, R. (1995). Resident perceptions and the role of government. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 86-102.

Mahiroğulları, A. (2001). Türkiye'de sendikalaşma evreleri ve sendikalaşmayı etkileyen unsurlar. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(1), 161-190.

Mantecon, A. ve Huete, R. (2009). The value of authenticity in residential tourism: The decision-maker's point of view. *Tourist Studies*, 8(3), 359-376.

Mardin, Ş. (2012). *Türkiye'de toplum ve siyaset- makalalar 1* (19. Baskı). İstanbul: İletişim Yayınları.

McGehee, N. ve Meng, F. (2006). The politics of perception: Legislative images of the tourism industry in Virginia and North Carolina. *Journal of Travel Research*, 44, 368-378.

McGehee, N., Meng, F. ve Tepanaon, Y. (2006). Understanding legislators and their perceptions of the tourism industry: The case of North Carolina, USA, 1990 and 2003. *Tourism Management*, 27(4), 684-694.

Mcleod, M. ve Airey, D. (2007). The politics of tourism development, a case of dual governance in Tobago. *International Journal of Tourism Policy*, 1(3), 217-231.

Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü (2014). *Siyasi Partiler Kanunu*. 13

Haziran 2014 tarihinde

<http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2820.pdf> adresinden

alınmıştır.

Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü (2014). *Milletvekili Seçim Kanunu*. 16

Haziran 2014 tarihinde

<http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2839.pdf> adresinden

alınmıştır.

Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü (2014). *Turizmi Teşvik Kanunu*. 16

Haziran 2014 tarihinde

<http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2634.pdf> adresinden

alınmıştır.

Millburn, M. (1998). *Sosyal psikolojik açıdan kamuoyu ve siyaset*. (Çev. A. Dönmez, V.

Duyan). Ankara: İmge Kitabevi. (Özgün çalışma, 1991)

Milli Eğitim Bakanlığı (2007). *Mesleki eğitim ve öğretim sistemini güçlendirme projesi*

(MEGEP), *Konaklama ve seyahat hizmetleri*. 10 Haziran 2014 tarihinde

<http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/konaklama/moduller/TurizmIsletmeleri.pdf> adresinden alınmıştır.

Müftüler, H. G. (2013). Çağdaş sosyoloji teorilerinde ve Amitai Etzioni yaklaşımları.

*Toplum Bilimleri Dergisi*, 7(14), 283-310.

Nakip, M. (2006). *Pazarlama araştırmaları teknikler ve (SPSS destekli) uygulamalar*.

Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Neziroğlu, İ., Kocaman, H. ve Gökçimen, S. (2011). *Yasama el kitabı*. Ankara: TBMM

Basım Evi.

NTV (2000). Turizmin en büyük sorunu tanıtım. 10 Ocak 2014 tarihinde

<http://arsiv.ntv.com.tr/news/13725.asp> adresinden alınmıştır.

Olalı, H. (1990). *Turizm politikası ve planlaması*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme

Fakültesi Yayınları.

- Omerzel, D. G. (2011). Stakeholders' understanding of factors influencing tourism demand and conditions: The case of Slovenia. *Tourism and Hospitality Management, 17(1)*, 1-7.
- Onar, E. (2005). Türkiye'nin başkanlık ve yarı başkanlık sistemine geçmesi düşünülmeli midir? Ergül, T. (Ed.) *Başkanlık Sistemi* içinde (ss. 71-104). Ankara: Türkiye Barolar Birliği Yayınları.
- Onaran, O. (1975). *Örgütlerde karar verme*. Ankara: Sevinç Matbaası.
- Onur, K. (2010). *Türk dış politikasında karar verme süreci: Güney Kıbrıs Rum Kesimi'nin AB üyeliği sürecinde Türkiye'nin Kıbrıs politikası*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Kara Harp Okulu, Ankara.
- Oszlak, O. (2010). Devlet bürokrasisi siyaset ve politikalar (Çev. C. Kuşcuoğlu). Torlak, S. (Ed.). *Siyaset Sosyolojisi* içinde (ss. 525-570). Ankara: Phoenix Yayınevi. (Özgün çalışma, 2005).
- Otrar, M. (2015). Kruskal Wallis-H testi tablosu. 10 Haziran 2015 tarihinde <http://mustafaotrar.net/istatistik/ornek-bulgulartablo-yorumlari/> adresinden alınmıştır.
- Öğün, S. S. (2004). *Türk politik kültürü*. İstanbul: Alfa Basım Yayın Dağıtım.
- Öğüt, A. ve Öztürk, Y. E. (2007). Yönetimin bilimleşme (scientization) sürecine katkıları açısından Chester Irving Barnard ve Herbert Alexander Simon: betimleyici ve ilişkilendirici bir çalışma. *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14*, 29-46.
- Örs, H. B. (2009). Postmodern dünyada ideolojinin dönüşümü. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 40*, 1-12.



- Özbudun, E. (1964). M. Duverger'in "siyasal partiler"i ve siyasal partilerin incelenmesinde bazı metodolojik problemler. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 21(4), 23-51.
- Özel, M., Eren V. ve İnal, M. (2009). Yerel siyaset ve yerel halkın belediye hizmetlerine bakışı. *Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 1(1), 33-50.
- Özer, M. A. (2012). Bir modern yönetim tekniği olarak algılama yönetimi ve iç güvenlik hizmetleri. *Karadeniz Araştırmaları*, 33, 147-180.
- Özkalp, E. (2004). *Davranış bilimlerine giriş*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özkan, F. (2005, 21 Temmuz). Hükümet turizm sektörünü sevemedi.  
www.radikal.com.tr
- Öztekin, A. (2011). *Siyaset bilimine giriş* (7. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Pehlivan, F. (2010). *Kanun yapım sürecinde siyasi partiler ve hükümetin etkinliği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale.
- Piven, F. F. ve Cloward, R. A. (2010). Kural koyma, kurallara karşı gelme ve iktidar (Çev. S. Dinçel). Torlak, S. (Ed.). *Siyaset Sosyolojisi* içinde (ss. 19-44). Ankara: Phoenix Yayınevi. (Özgün çalışma, 2005).
- Plato Danışmanlık (2014). *Belediye yönetim dizisi*. 12 Temmuz 2014 tarihinde <http://platodanismanlik.com/v2/images/k13.doc> adresinden alınmıştır.
- Roskin, G. M., Cord L. R., Medeiros J.A. ve Jones W.S. (2010). *Political science*. United States: Pearson.
- Quintano, C., Pagliuca, M.M. ve Rosciano, M. (2011). Comparisons of stakeholders perceptions of sustainable tourism in Naples. *Sustainable Tourism: Socio-Cultural, Environmental and Economics Impact*, 295-304.

- Sağır, C. (2006). *Karar verme sürecini etkileyen faktörler ve karar verme sürecinde etiğin önemi- uygulamalı bir araştırma*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Sakal, M. (1998). Siyasal karar alma sürecinde yer alan aktörler ve rolleri. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(1), 211-230.
- Samur, H. (2007). Gençlerin gözüyle Türkiye'deki siyasi partilerin, Avrupa Birliği üyeliğine yaklaşımları. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 4(2), 1-14.
- Sarıbay, A. Y. ve Öğün, S. S. (2013). *Politikbilim* (4.Basım). Ankara: Sentez Yayıncılık.
- Saybaşı, K. (1999). *Siyaset biliminde temel yaklaşımlar* (2. Baskı). Ankara: Doruk Yayınları.
- Schudson, M. ve Waisbord, S. (2010). Haber medyasının siyasal bir sosyolojisine doğru (Çev. C. Kuşçuoğlu). Torlak, S. (Ed.). *Siyaset Sosyolojisi* içinde (ss. 377-392). Ankara: Phoenix Yayınevi. (Özgün çalışma, 2005).
- Scwartz, A. M. ve Lawson, K. (2010). Siyasi partiler: Toplumsal tabanları, örgütler ve çevre. (Çev. E. D. Ela). Torlak, S. (Ed.). *Siyaset Sosyolojisi* içinde (ss. 281-304). Ankara: Phoenix Yayınevi. (Özgün çalışma, 2005).
- Sheehan, L. R. ve Ritchie, J. B. (2005). Destination stakeholders exploring identity and salience. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 711-734.
- Simon, H. A. (1972). Theories of bounded rationality. McGuire, C. B. ve Radner, R. (Eds.). *Decision and Organization: A Volume in Honor of Jacob Marschak* içinde (Chapter 8). Amsterdam: North-Holland.
- Sönmezoglu, F. (2005). *Uluslararası politika ve dış politika analizi* (4. Baskı). İstanbul: Filiz Kitapevi.

- Sözen, M. (2006). *1982 sonrası dönemde Türkiye’de uygulanan turizm politikaları ve turizm politikalarının Çanakkale ekonomisine etkileri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Süer, S. S. (2011). Catch- all siyasi Partiler. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 96, 49-90.
- Şahinöz, A. (Ed). (2001). *Türkiye Ekonomisi, Sektörel Analiz*. Ankara: İmaj Yayınevi.
- Tanrıverdi, N. (2013). Ortadoğu halklarının algılarının şekillenmesinde arap basını ve küresel medyanın rolü. Yalçınkaya, A. (Ed.) *Algılama Yönetimi* içinde (ss. 177-193). İstanbul: Uğur Eğitim Pazarlama ve Yayıncılık.
- Tekeli, İ. (2011). Türkiye’deki siyasal kültürün demokratikleşmesini sorgulamak. 15 Mart 2014 tarihinde <http://www.oed.org.tr/oed/?p=453> adresinden alınmıştır.
- Tekin, D. (2014). Perakende işe alımda birinci oldu. 10 Mayıs 2014 tarihinde <http://isyasami.yenibiris.com/Default.aspx?pageID=238&nID=73036&NewsCatID=326&AuthorID=34> adresinden alınmıştır.
- Temizel, H. (2008). Kamu yönetimi reformları ve reformların temel özellikleri. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 8(15), 127-146.
- Teziç, E. (2008). *Anayasa hukuku* (11. Basım). İstanbul: Kahraman Ofset.
- The United Nations World Tourism Organization- UNWTO (2015). *World tourism barometer*. 5 Haziran 2015 tarihinde [http://dtxdq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom15\\_02\\_april\\_excerpt\\_0.pdf](http://dtxdq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_barom15_02_april_excerpt_0.pdf) adresinden alınmıştır.
- Toker, B. (2007). Türkiye’de turizm sektörü teşviklerinin değerlendirilmesi, *Yönetim ve Ekonomi*, 14(2), 81-92.

Topakkaya, A. (2007). İdeoloji kavramının tarihsel gelişim sürecine kısa bir bakış. *Erzincan Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 11(1-2), 163-180.

Topbaş, (2010). David Easton'un siyasal sistem kuramı bağlamında siyasal katılma: Erzurum seçmeni üzerine bir araştırma. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 30, 81-112.

Tural, N. K. (1988). Rasyonel karar kuramı ve eğitim yönetiminde karar kuramı. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 21(1), 497-516.

Turan, E. (2013). *Siyaset bilimine giriş*. Konya: Palet Yayınları.

Turizmdebusabah (2009, 23 Temmuz). İnsan ortağına haber vermez mi?

[www.turizmdebusabah.com](http://www.turizmdebusabah.com)

Turizm Haberleri (2013, 17 Haziran). Turizmciler Gezi sonuç raporu hazırladı.

20 Mayıs 2015 tarihinde

<http://www.turizmhaberleri.com/haberayrinti.asp?ID=25626> adresinden alınmıştır.

Turizmnews (2013, 20 Ağustos). Şubat'ın istihdam şampiyonları telekom, turizm ve bilişim. 10 Mayıs 2014 tarihinde <http://turizmnews.com/haber/subatin-istihdam-sampiyonlari-telekom-turizm-ve-bilisim--1505.html> adresindeen alınmıştır.

Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği- TUYED (2014). Turizm en çok istihdam yaratan üçüncü sektör. 15 Mayıs 2014 tarihinde <http://www.tuyed.org.tr/turizm-en-cok-istihdam-yaratan-ucuncu-sektor/> adresinden alınmıştır.

Tutar, H. (2008). *Örgütsel algılama yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Türk Dil Kurumu - TDK (t.y.). *Güncel Türkçe sözlük*. 15 Mayıs 2014 tarihinde [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&view=gts](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&view=gts) adresinden alınmıştır.

Türkcan, E. (2010). *Türkiye'de planlamanın yükselişi ve çöküşü 1960-1980*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Türkiye Büyük Millet Meclisi- TBMM (1979). *Tutanaklar*. 18 Ocak 2014 tarihinde [http://www.tbmm.gov.tr/tutanaklar/TUTANAK/CS\\_/t17/c034/cs\\_170340\\_04.pdf](http://www.tbmm.gov.tr/tutanaklar/TUTANAK/CS_/t17/c034/cs_170340_04.pdf) adresinden alınmıştır.

Türkiye Büyük Millet Meclisi- TBMM (1973). *İçtüzük*. 2 Şubat 2015 tarihinde <https://www.tbmm.gov.tr/ictuzuk/ictuzuk.htm> adresinden alınmıştır.

Türkiye İstatistik Kurumu - TÜİK (2015). *Haber Bülteni*. 5 Şubat 2015 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18665> adresinden alınmıştır.

Türkiye İstatistik Kurumu - TÜİK (2014). *İşgücü istatistikleri*. 5 Mayıs 2015 tarihinde [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1007](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1007) adresinden alınmıştır.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği - TÜRSAB (2014). *Turizmin ekonomideki yeri*. 8 Şubat 2015 tarihinde [http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri/dis-ticaret-aciklarini-kapatmada-payi\\_916.html](http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri/dis-ticaret-aciklarini-kapatmada-payi_916.html) adresinden alınmıştır.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği |- TÜRSAB (2014). *Türkiye'nin yatak kapasitesi*. 18 Mayıs 2014 tarihinde <http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler/turistik-tesis-ve-isletmeler/turkiyenin-yatak-kapasitesi-1966-77.html> adresinden alınmıştır.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği |- TÜRSAB (2014). *Sağlık turizmi raporu*. 10 Nisan 2015 tarihinde

[http://www.tursab.org.tr/dosya/12186/saglikturizmiraporu\\_12186\\_5485299.pdf](http://www.tursab.org.tr/dosya/12186/saglikturizmiraporu_12186_5485299.pdf) adresinden alınmıştır.

- Uçman, H. (2014). *Türkiye’de bürokrasi ve siyaset- siyasi müsteşarlıktan bakan yardımcılığına*. Ankara: Alter Yayıncılık.
- Uluğ, F. (1996). Yönetimde karar verme. *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4, 1-22.
- Unur, K. ve Yavuz, G. (2013). Deniz yaban hayatı izleme turizmi ve Mersin’de deniz kaplumbağalarını izleme potansiyeli. Haseki, M. İ. (Ed.). 2. *Ulusal Doğu Akdeniz Sempozyumu Bildiri Kitabı* içinde (ss. 11-130). Adana: Ofis Reklam Danışmanlık.
- Uysal, A. ve Topak, O. (2010). *Particiler- Türkiye’de partiler ve sosyal ağların İnşası*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ünal, S. (2008). *İçgüdüsel alışveriş*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünlüönen, K., Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (Ed). (2007). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Varol, A. (2011). *Yasama sürecinde siyasi partilerin rolü*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Wandling, R. (2011). Rationality and rational choice, Ishiyama, J. ve Breuning, M. (Eds.). *21st Century Political Science: A Reference Handbook* içinde (ss. 34-43). Thousand Oaks: Sage publications.
- Weakliem, D. L. (2010). Kamuoyu, siyasi tutumlar ve ideoloji (Çev. D. Tanış). Torlak, S. (Ed.). *Siyaset Sosyolojisi* içinde (ss. 239-260). Ankara: Phoenix Yayınevi. (Özgün çalışma, 2005).
- Wood, R. E. (1980). International tourism and cultural change in Southeast Asia. *Economic Development and Cultural Change*, 28(3), 561-581

- Yanardağ, M. Ö. ve Avcı, M. (2012). Turizm sektöründe istihdam sorunları: Marmaris, Fethiye, Bodrum ilçeleri üzerine ampirik bir inceleme. *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, (3)2, 42-43.
- Yayla, A. (2013). *Siyasi düşünce sözlüğü* (5. Baskı). Ankara: Adres Yayınları.
- Yazar, İ. (2015, 16 Mayıs). İstihdamda vahim tablo: Gerçek işsiz sayısı, 5.8 milyon kişi. [www.zaman.com.tr](http://www.zaman.com.tr)
- Yeşilçimen, K. (2007). Algı savaşı. 15 Kasım 2013 tarihinde [http://www.kemalyesilcimen.com/haber.php?haber\\_id=50](http://www.kemalyesilcimen.com/haber.php?haber_id=50) adresinden alınmıştır.
- Yıldız, Z. (2013). *Politika sözlüğü* (2. Baskı). İstanbul: Etkileşim Yayınları.
- Yılmaz, M. ve Talas, M. (2010). Bilgi merkezinde karar verme süreci, *Journal of World of Turks*, 2(1), 57-68.
- Yoon, Y., Gürsoy, D. ve Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22, 363-372.
- Yozgat, U. (1994). *Yönetimde karar verme teknikleri*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Yüce, M. (2009). *Siyasetin finansmanı sorunu ve çözüm önerileri*. 15 Nisan 2015 tarihinde <http://www.siyasaliletisim.org/index.php/haber-ve-yorum-arsivi/makale/361-siyasetin-finansman-ve-coezuem-oenerileri.html> adresinden alınmıştır.
- Yüce, M. (2012). *Türkiye'de siyasi partilerin dış politika programları (1983-2007)*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Yücekök, A. N. (1987). *Siyasetin toplumsal tabanı. siyaset sosyolojisi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Yücel, B. (2013, 3 Aralık). Turizm ve politika.

[www.turizmdebusabah.com](http://www.turizmdebusabah.com)

Yücel, B. (2013, 6 Kasım). Yeni turizm.

[www.turizmdebusabah.com](http://www.turizmdebusabah.com)

Yüksel, F., Bramwell, B. ve Yüksel, A. (1999). Stakeholder interviews and tourism planning at Pamukkale. Turkey. *Tourism Management*, 20(3), 351-360.

Yüksel, S. ve Tayfun, A. (2003). Turistik amaçlı bölgesel tanıtımda baskı gruplarının koordinasyonları ve lobi faaliyetleri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 146-165.

Yüksel, A., Çulha, O. ve Yüksel, F. (2009). Siyasi partiler gözüyle turizm. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 6(3), 78-81.

Yüksel, A., Çulha, O., Epik, F. ve Efendi, E. (2009). Turizm bakanları ve söylemleri: Türkiye'nin turizm politikası. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 6(4), 6-25.

Yüksel, M. (2014). Siyasetin toplumsal aktörleri. Taşkın, Y. (Ed). *Siyaset Kavramlar Süreçler* içinde (ss. 251-281). İstanbul: İletişim Yayınları.

551. Vekil (2013). 24. dönem TBMM'de dağılım. 10 Mayıs 2014 tarihinde <http://www.551vekil.com/2013/11/tbmmde-daglm.html#.VdVzJ5PRuYD> adresinden alınmıştır.



## Ek 1 Siyasetçilerin Turizm Algılamaları Anket Formu

Sayın Siyasetçi;

Bu çalışma, Milletvekillerinin, Belediye Başkanlarının ve Siyasi Partilerin İl Başkanlarının, Türkiye'ye yönelik uluslararası turizmi nasıl değerlendirdikleri ve bu konudaki algılamalarını öğrenme amacıyla, Mersin Üniversitesi'nde yürütülen doktora tezinin bir parçasıdır. Elde edilecek bilgiler, sadece bilimsel amaçlarla kullanılacak olup, isteyen siyasetçiyle paylaşılacaktır. İşbirliğiniz ve katkılarınızdan dolayı teşekkür eder, saygılar sunarım

**Danışman: Doç. Dr .Kamil UNUR**  
Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi  
E posta: kunur@yahoo.com

**Öğr. Gör. Gülser Yavuz**  
Mersin Üniversitesi Rektörlüğü  
E posta: gulseryavuz@hotmail.com

1. Cinsiyetiniz? ( ) [K1] Erkek ( ) [K2] Kadın
2. Hangi siyasi parti grubunun üyesi olduğunuzu belirtiniz. ( ) [K3] AKP ( ) [K4] CHP ( ) [K5] MHP ( ) [K5] BDP/HDP ( ) [K6] Bağımsız
3. Göreviniz nedir? ( ) [K7] Bakan ( ) [K8] Milletvekili ( ) [K9] İl Belediye Başkanı ( ) [K10] Siyasi Parti İl Başkanı
4. Kaç yıldır bu görevi sürdürmektediriniz? ( ) [K11] 0- 5 yıl ( ) [K12] 6-10 yıl ( ) [K13] 11-15 yıl ( ) [K14] 15 yıldan fazla
5. Hangi ilin siyasi temsilcisisiniz? ( ) (K15).....
6. Turizm denilince aklınıza gelen ilk kelime nedir? (K16) .....

7. Sizce dünya turizm geliri sıralamasında Türkiye aşağıdaki gruplardan hangisi içinde yer almaktadır?

[K17] İlk 5 arasında [K18] İlk 6-10 arasında [K19] İlk 11-15 arasında [K20] İlk 16-20 arasında  
[K21] İlk 21-25 arasında [K22] Bilmiyorum

8. Sizce dünya uluslararası turist sayısı sıralamasında Türkiye aşağıdaki gruplardan hangisi içinde yer almaktadır?

[K23] İlk 5 arasında [K24] İlk 6-10 arasında [K25] İlk 11-15 arasında [K26] İlk 16-20 arasında  
[K27] İlk 21-25 arasında [K28] Bilmiyorum

9. Son bir yıl içerisinde Türkiye turizmi ile ilgili bilgi sahibi olduğunuz rapor adeti kaçtır?

[K29] Hiç [K30] 1-2 adet [K31] 3-4 adet [K32] 5-6 adet [K33] 7-8 adet [K34] 9-10 adet [K35] 10'dan fazla

10. Turizmin, temsilcisi olduğunuz İl'in ekonomisinin yüzde kaçını oluşturduğunu biliyor musunuz?

[K36] Evet ..... Lütfen yüzde (%) olarak belirtiniz.

[K37] Hayır

11. Sizce turizmin, ülke ekonomisine katkısının parasal değeri ne kadardır?

[K38] 5-10 milyar dolar [K39] 10-15 milyar dolar [K40] 15-20 milyar dolar [K41] 20-25 milyar dolar [K42] 25-30 milyar dolar [K43] 30-35 milyar dolar [K44] Bilmiyorum

12. Sizce turizmin, Türkiye ekonomisinde sağladığı istihdam açısından sırası aşağıdakilerden hangisi içinde yer alır?

[K45] İlk 5 arasında [K46] İlk 6-10 arasında [K47] İlk 11-15 arasında [K48] İlk 16-20 arasında  
[K49] İlk 21-25 arasında [K50] Bilmiyorum

13. Sizce turizmin, Türkiye ekonomisinde GSMH'ya sağladığı katkı açısından sırası aşağıdakilerden hangisi içinde yer almaktadır?

[K51] İlk 5 arasında [K52] İlk 6-10 arasında [K53] İlk 11-15 arasında [K54] İlk 16-20 arasında  
[K55] İlk 21-25 arasında [K56] Bilmiyorum

14. Sizce Türkiye'nin turizm gelirlerinin Türkiye'nin ihracatı içerisindeki payı aşağıdaki gruplardan hangisi içerisinde yer alır?

[K57] %1- %5 [K58] %6 -%10 [K59] %11- %15 [K60] %16- %20 [K61] %21-%25

15. Turizm, ülke ekonomisinde yarattığı gelir bakımından ne derece önemlidir?

[K62] Son derece önemli [K63] Çok önemli [K64] Orta derecede önemli [K65] Çok önemsiz [K66] Hiç önemli değil

**16. Turizm, ülke ekonomisine yarattığı istihdam açısından ne derece önemlidir?**

[K67] Son derece önemli [K68] Çok önemli [K69] Orta derecede önemli [K70] Çok önemsiz [K71] Hiç önemli değil

**17. Turizm sektöründe verilen ücretlerin düzeyini nasıl değerlendiriyorsunuz?**

[K72] Yüksek ücret [K73] Ortalama ücret [K74] Ortalamanın üstünde ücret [K75] Ortalamanın altında ücret [K76] Düşük ücret

**18. Turizm sektöründeki vergi oranlarını nasıl buluyorsunuz?**

[K77] Çok Yüksek [K78] Yüksek [K79]Orta [K80] Düşük [K81] Çok düşük

**19. Sizce mecliste grubu bulunan siyasi partiler açısından turizm ne derecede önemli olarak algılanmaktadır?**

	Çok önemli (5)	Önemli (4)	Ne önemli ne önemsiz (3)	Önemsiz (2)	Hiç önemli değil (1)
Adalet ve Kalkınma Partisi (K82)					
Cumhuriyet Halk Partisi (K83)					
Milliyetçi Hareket Partisi (K84)					
Halkların Demokratik Partisi(K85)					

**20. İlinizde bulunan seçmenler sizden turizme yönelik ne sıklıkta talepte bulunmaktadırlar?**

[K86 ] Hiç [K87 ] Haftada 1 [K88 ] Ayda 1 [K89 ]3 ayda 1 [K90 ] 6 ayda 1 [K91 ] Yılda 1

**21. Talepte bulunulduysa lütfen ilk 3'ünü yazınız.**

(K92) \_\_\_\_\_

(K93) \_\_\_\_\_

(K94) \_\_\_\_\_

**22. İlinizin turizm endüstrisininin gelişimine yardımcı olmaya yönelik herhangi bir çalışmaya destek oldunuz mu?**

[K95] Evet [K96] Hayır [K97] Hatırlamıyorum

**Cevabınız evet ise;ne tür bir destek verdiğinizi belirtiniz. (K98)** \_\_\_\_\_

**23. Sizce turizm, gelecek yasama dönemi içerisinde meclis çalışmalarında ne derece yer tutacaktır?**

[K99 ] Çok Yüksek [K100 ] Yüksek [K101 ]Orta [K102 ] Düşük [K103 ] Çok düşük

**24. Sizce, meclisteki turizm çalışmalarına turizm sektörü ne derece destek/katkı sağlamaktadır?**

[K104 ] Çok Yüksek [K105 ] Yüksek [K106 ]Orta [K107 ] Düşük [K108 ] Çok düşük

**25. Aşağıdaki turizm örgütlerini, meclisteki turizm çalışmalarına katkı sağlamları bakımından en çok katkı yapana 1 vermek üzere (1 ile 10 arasında puanlandırarak) sıralayınız.**

- [ ] (K109) Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB)  
[ ] (K110) Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED)  
[ ] (K111)Turistik Otelciler , İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (TUROB)  
[ ] (K112) Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD)  
[ ] (K113) Turizm Araştırmaları Derneği (TURAD)  
[ ] (K114) Turist Rehberleri Birliği (TUREB)  
[ ] (K115) Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği (TUYED)  
[ ] (K116) Turizm Restaurant Yatırımcıları ve İşletmecileri Derneği (TURYİD)  
[ ] (K117) Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TUGEV)  
[ ] (K118) Yerel örgütler/dernekler

26. Aşağıdaki turizm örgütlerinin görevlerini ne derece iyi yaptıklarını X ile işaretleyerek belirtiniz.  
(Her satırda bir işaret olmalıdır)

	Çok iyi (5)	İyi (4)	Orta (3)	Kötü (2)	Çok kötü (1)
Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) (K119)					
Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) (K120)					
Turistik Otelciler , İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (TUROB) (K121)					
Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD) (K122)					
Turist Rehberleri Birliği (TUREB) (K123)					
Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği (TUYED) (K124)					
Turizm Restaurant Yatırımcıları ve İşletmecileri Derneği (TURYİD) (K125)					
Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TUGEV) (K126)					

27. Devlet turizm tanıtımı için 2013'de 100 milyon dolar bütçe ayırmıştır. Bütçe miktarı konusundaki fikriniz:

[ ](K127) Bütçe arttırılmalıdır. [ ](K128) Bütçe yeterlidir. [ ](K129) Daha az bütçe ayırmalıdır.  
[ ](K130) Ayrılan bütçe miktarının uygunluğu konusunda emin değilim.

28. Kamu kaynaklarının dağıtımında aşağıdaki alanlardaki önceliklerinizi; en öncelikliye 1 vermek üzere (1 ile 10 arasında puanlandırarak) belirtiniz.

Sağlık hizmetleri [ ] (K131)  
Kültür ve sanat [ ] (K132)  
Tarım alanı [ ] (K133)  
Ulaşım [ ] (K134)  
Sanayi alanı [ ] (K135)  
Turizm [ ] (K136)  
Hizmet alanı [ ] (K137)  
Kamu güvenliği [ ] (K138)  
Eğitim [ ] (K139)  
Çevre [ ] (K140)

29. 2023 yılına gelindiğinde, sizce Türkiye ekonomisine en iyi gelir sağlayacak ilk beş endüstri hangileri olacaktır? Listeleyiniz.

1- (K141) \_\_\_\_\_  
2- (K142) \_\_\_\_\_  
3- (K143) \_\_\_\_\_  
4- (K144) \_\_\_\_\_  
5- (K145) \_\_\_\_\_

30. 2023 yılına gelindiğinde sizce dünyada yabancı turist sayısı sıralamasında Türkiye'nin sırası ne olacaktır?

[ ] (K146) İlk 5 arasında [ ] (K147) İlk 6-10 arasında [ ] (K148) İlk 11-15 arasında  
[ ] (K149) İlk 16-20 arasında [ ] (K150) İlk 21-25 arasında [ ] (K151) Bilmiyorum

31. 2023 yılına gelindiğinde sizce dünya turizm geliri sıralamasında Türkiye'nin sırası ne olacaktır?

[ ] (K152) İlk 5 arasında [ ] (K153) İlk 6-10 arasında [ ] (K154) İlk 11-15 arasında  
[ ] (K155) İlk 16-20 arasında [ ] (K156) İlk 21-25 arasında [ ] (K157) Bilmiyorum

32. Türkiye turizm sektörünü hangi kelime veya ifadelerle tanımlarsınız?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ (K158)

33. Sizce rakip ülkelerle kıyaslandığında Türkiye'nin sunduğu turistik ürün nasıldır?

[ ] Çok daha iyidir (K159) [ ] Daha iyidir (K160) [ ] Aynıdır (K161) [ ] Daha kötüdür (K162) [ ] Çok daha kötüdür (K163)

34. Sizce, Türkiye rakip ülkelerle kıyaslandığında yabancı turistler için fiyat açısından nasıl bir ülkedir?

[ ] Çok daha iyidir [ ] Daha iyidir [ ] Aynıdır [ ] Daha kötüdür [ ] Çok daha kötüdür

35. Sizce ilinizin turizm açısından imajı diğer illerle kıyaslandığında nasıldır?

[ ] Çok iyi (K164) [ ] İyi (K165) [ ] Orta (K166) [ ] Kötü (K167) [ ] Çok kötü (K168)

**36. Aşağıdaki seçeneklerden hangisi Türkiye turizm sektörünü yansıtmaktadır? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)**

- (K169) Turizm endüstrisi iyi yapılandırılmıştır.  
 (K170) Turizm endüstrisi iyi geliştirilmiştir.  
 (K171) Turizm endüstrisi sürekli gelişme halindedir.  
 (K172) Turizm endüstrisi bir geçiş dönemindedir.  
 (K173) Turizm endüstrisi çağ atlamıştır.  
 (K174) Turizm endüstrisi iyi örgütlenmiştir.  
 (K175) Turizm endüstrisinde daha fazla örgütlenmeye ihtiyaç vardır.  
 (K176) Turizm endüstrisi daha çok profesyonelleşmelidir.  
 (K177) Turizm endüstrisinin uyum yeteneği güçlüdür.  
 (K178) Diğer (belirtiniz) \_\_\_\_\_

**37. Size göre Türkiye Turizm Endüstrisi'nin güçlü yönleri nelerdir?**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
(K179)

**38. Size göre Türkiye Turizm Endüstrisi'nin zayıf yönleri nelerdir?**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
(K180)

**39. Türkiye'yi bir turizm ülkesi olarak tanımlarken hangi kelime ya da ifadeleri kullanırsınız. Kısaca belirtiniz.**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
(K181)

**40. Türkiye'nin turizm sektöründe rekabet ettiği 3 ülkeyi yazınız.**

1- \_\_\_\_\_ (K182) 2- \_\_\_\_\_ (K183) 3- \_\_\_\_\_ (K184)

**41. Türkiye'ye en çok turist gönderen ilk 3 ülkeyi yazınız.**

1- \_\_\_\_\_ (K185) 2- \_\_\_\_\_ (K186) 3- \_\_\_\_\_ (K187)

**42. Turizmin etkileri ile ilgili aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi lütfen X ile işaretleyiniz.**

	1- Kesinlikle katılmıyorum	2 katılmıyorum	3 Ne katılıyorum ne katılmıyorum	4. Katılıyorum	5- Kesinlikle katılıyorum
Turizm, iş alanları yaratmaktadır (K188)					
Turizm, yatırımları arttırmaktadır. (K189)					
Turizm alt ve üst yapıyı olumlu etkilemektedir. (K190)					
Turizm, yerel halkın ve küçük işletmelerin gelir düzeyine katkı sağlamaktadır. (K191)					
Turizm, genel ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır. (K192)					
Turizm, ülke genelinde bölgesel farklılıkları ekonomik açıdan azaltmaktadır. (K193)					
Turizm, yerel halkın yaşam kalitesini iyileştirmektedir. (K194)					
Turizm, tarihi kaynakların/eserlerin korunmasına katkıda bulunmaktadır. (K195)					
Turizm, doğal çevreyi olumsuz yönde etkilemektedir. (K196)					
Turizm, trafiği olumsuz yönde etkilemektedir. (K197)					
Turizm, tarihi kaynakları/eserleri olumsuz yönde etkilemektedir. (K198)					
Turizm, doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunmaktadır. (K199)					
Turizm, yaban hayatının korunmasına katkıda bulunmaktadır. (K200)					
Yurtdışından gelen turistler bölge halkını olumsuz yönde etkilemektedir. (K201)					
Turizm, alkol tüketimini arttırmaktadır. (K202)					
Turizm, fuhuşu arttırmaktadır. (K203)					
Turizm, yerel halkın kendi kültürünü daha iyi tanımasını sağlamaktadır. (K204)					
Turizm, gelenek ve göreneklere zarar vermektedir. (K205)					
Turizm, farklı kültürlerin tanınmasını ve anlaşılmasını sağlamaktadır. (K206)					
Turizm, suç oranını arttırmaktadır. (K207)					

43. Sizce turizm sektöründeki hizmet kalitesi nasıldır? X ile işaretleyiniz.

	Çok iyi 5	İyi 4	Orta 3	Kötü 2	Çok kötü 1
Konaklama (K208)					
Ulaşım (K209)					
Yeme içme (K210)					
Rehberlik (K211)					
Kültürel değerler (K212)					
Tarihi ve arkeolojik değerler (K213)					
Doğal kaynaklar (K214)					

44. Türkiye turizm sektörüne siyasetçilerin desteği ve ilgisi nasıl arttırılabilir? Lütfen kısaca yazınız.

---



---



---



---



---



---



---



---

(K215)

45- İlinize gelen turist size ne anlam ifade etmektedir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- (K216) Yardım edilmesi gereken kişiler
- (K217) Döviz bırakan kişiler
- (K218) Halka kötü örnek olan kişiler
- (K219) İli kirleten kişiler
- (K220) İlin gelişmesini ve dışa açılmasını sağlayan kişiler
- (K221) Hastalık bulaştıran kişiler
- (K222) İlimize fazla turist gelmemektedir.
- (K223) Diğer.....

Bu araştırmaya katılarak destek verdiğiniz için teşekkür ederiz. Anketimiz burada bitti.  
Yapmış olduğumuz bu çalışmayla ilgili kişisel görüş ve önerileriniz olabilir. Söz konusu düşüncelerinizi bizimle paylaşmanız bundan sonraki çalışmalarımızda bizim için önemlidir.

## EK 2: Ankette Uyarlanarak Kullanılan Soruların Kullanım İzni

RE: A request about the questionnaire in your article:)



>>

>> Dear Nancy Gard McGehee,

>>

>> My name is Gülser Yavuz. I have been working as a lecturer for five years at Mersin University and I am pursuing a PhD in the field of

>> Hospitality and Tourism Management. I am planning to conduct a research about the perceptions of politicians on tourism industry in Turkey.

>> In my research proposal I have given references to your several studies. These are as follows:

>>

>> McGehee, N. (1991). Marketing tourism to the North Carolina state legislature. Unpublished thesis, North Carolina State University.

>>

>> McGehee, N. & Meng, F. (2006). The politics of perception: Legislative images of the tourism industry in Virginia and North Carolina. Journal of Travel Research.

>>

>> McGehee, N., Meng, F., & Tepanon, Y. (2006). Understanding legislators and their perceptions of the tourism industry: The case of North Carolina, USA, 1990 and 2003. Tourism Management .

>>

>> I would like to adopt the questionnaire prepared by you in the above-mentioned studies. I believe that this questionnaire will contribute a lot to my study. Therefore, I wonder if it is possible for you to send the questionnaire to my e-mail address.

RE: A request about the questionnaire in your article:)



>> to: gulseryavuz@hotmail.com

>> Date: Thu, 16 Jan 2014 08:35:10 -0500

>> Subject: RE: A request about the questionnaire in your article

>>

>> Hello Gulser -

>>

>> Thanks you for the e-mail. Your PhD sounds really interesting! We don't study the politics of tourism nearly enough. I am happy to provide my questionnaire - if I can find it! :) It's been a few years. I may actually have hard copy lying around somewhere...if I can find it I will scan it and send it to you.

>>

>> It will take a few days to look for it - and I am a little busy right now as the semester is starting for us. If you do not hear from me in a week, please e-mail me a reminder again. I'd love to be able to help - it will just depend on whether I can find the survey!

>>

>> Sincerely-

>>

>> Nancy Gard McGehee, Ph.D.

>> Professor, J. Willard and Alice Marriott Junior Faculty Fellow in Hospitality Management

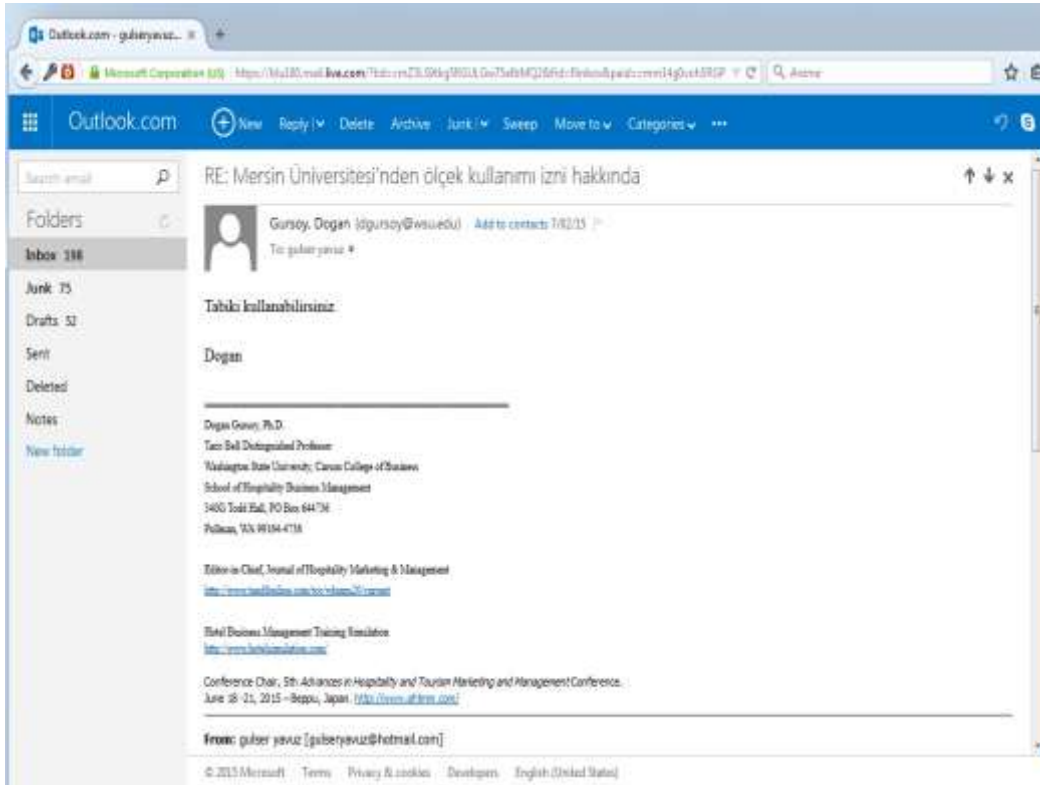
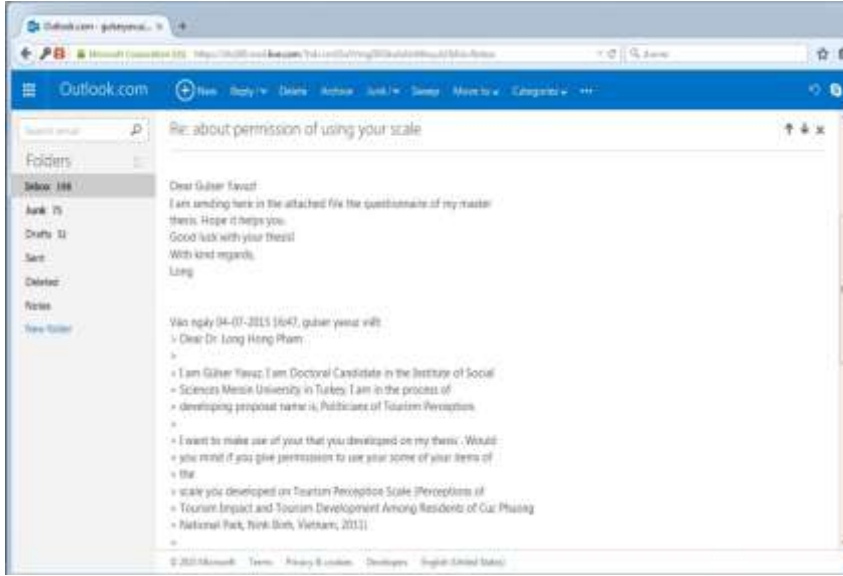
>> Hospitality & Tourism Management

>> (0429) 363A Wallace Hall

>> 295 West Campus Drive

>> Blacksburg, VA 24061

### EK 3: Turizmin Etkisi Algı Ölçeğinin Maddelerinin Kullanım İzinleri



**EK 4:** Katılımcı Siyasetçilerin Temsil Ettiği İller Tablosu

	<b>Siyasetçilerin Temsil Ettiği İller</b>	<b>Sayı (N)</b>	<b>Yüzde (%)</b>
1	Adana	13	2,7
2	Adıyaman	13	2,7
3	Afyonkarahisar	7	1,5
4	Ağrı	9	1,9
5	Aksaray	7	1,5
6	Amasya	6	1,2
7	Ankara	27	5,6
8	Antalya	9	1,9
9	Ardahan	5	1,0
10	Artvin	7	1,5
11	Aydın	7	1,5
12	Balıkesir	6	1,2
13	Bartın	6	1,2
14	Batman	5	1,0
15	Bayburt	4	0,8
16	Bilecik	5	1,0
17	Bingöl	5	1,0
18	Bitlis	7	1,5
19	Bolu	4	0,8
20	Burdur	2	0,4
21	Bursa	9	1,9
22	Çanakkale	4	0,8
23	Çankırı	3	0,6
24	Çorum	7	1,5
25	Denizli	7	1,5
26	Diyarbakır	6	1,2
27	Düzce	7	1,5
28	Edirne	4	0,8
29	Elazığ	5	1,0
30	Erzincan	3	0,6
31	Erzurum	5	1,0
32	Eskişehir	5	1,0
33	Gaziantep	7	1,5
34	Giresun	3	0,6
35	Gümüşhane	4	0,8



36	Hakkari	4	0,8
37	Hatay	7	1,5
38	Iğdır	6	1,2
39	Isparta	5	1,0
40	İstanbul	16	3,3
41	İzmir	10	2,1
42	Kahramanmaraş	4	0,8
43	Karabük	4	0,8
44	Karaman	4	0,8
45	Kars	4	0,8
46	Kastamonu	3	0,6
47	Kayseri	6	1,2
48	Kırıkkale	4	0,8
49	Kırklareli	3	0,6
50	Kırşehir	4	0,8
51	Kilis	4	0,8
52	Kocaeli	4	0,8
53	Konya	7	1,5
54	Kütahya	5	1,0
55	Malatya	7	1,5
56	Manisa	9	1,9
57	Mardin	7	1,5
58	Mersin	13	2,7
59	Muğla	7	1,5
60	Muş	8	1,7
61	Nevşehir	6	1,2
62	Niğde	3	0,6
63	Ordu	4	0,8
64	Osmaniye	4	0,8
65	Rize	2	0,4
66	Sakarya	3	0,6
67	Samsun	7	1,5
68	Siirt	3	0,6
69	Sinop	2	0,4
70	Sivas	3	0,6
71	Şanlıurfa	6	1,2
72	Şırnak	6	1,2
73	Tekirdağ	5	1,0
74	Tokat	4	0,8
75	Trabzon	4	0,8

76	Tunceli	5	1,0
77	Uşak	6	1,2
78	Van	6	1,2
79	Yalova	5	1,0
80	Yozgat	4	0,8
81	Zonguldak	3	0,6
	(Cevapsız)	2	0,4
	TOPLAM	481	100

**EK 5: Turizmin Etkisi Algı Ölçeğinin Maddelerinin Alındığı Çalışmalar**

		Yoon vd (2001)	Long (2011)	Bilim ve Özer (2013)
1	Turizm, iş alanları yaratmaktadır	*		
2	Turizm, yatırımları arttırmaktadır.	*		
3	Turizm alt ve üst yapıyı olumlu etkilemektedir.		*	
4	Turizm, yerel halkın ve küçük işletmelerin gelir düzeyine katkı sağlamaktadır	*		
5	Turizm, genel ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır.	*		
6	Turizm, ülke genelinde bölgesel farklılıkları ekonomik açıdan azaltmaktadır.		+	
7	Turizm, yerel halkın yaşam kalitesini iyileştirmektedir.	*		
8	Turizm, tarihi kaynakların/eserlerin korunmasına katkıda bulunmaktadır		*	
9	Turizm, doğal çevreyi olumsuz yönde etkilemektedir.		*	
10	Turizm, trafiği olumsuz yönde etkilemektedir.	*		
11	Turizm, tarihi kaynakları/eserleri olumsuz yönde etkilemektedir.			
12	Turizm, doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunmaktadır.		+	
13	Turizm, yaban hayatının korunmasına katkıda bulunmaktadır.		*	
14	Yurtdışından gelen turistler bölge halkını olumsuz yönde etkilemektedir			*
15	Turizm, alkol tüketimini arttırmaktadır.		*	
16	Turizm, fuhuşu arttırmaktadır.		*	
17	Turizm, yerel halkın kendi kültürünü daha iyi tanınmasını sağlamaktadır.	*		
18	Turizm, gelenek ve göreneklere zarar vermektedir.			*
19	Turizm, farklı kültürlerin tanınmasını ve anlaşılmasını sağlamaktadır.		+	
20	Turizm, suç oranını arttırmaktadır.	*		

(+) Araştırmacı tarafından eklenen maddelerdir