

ANKARA ÜNİVERSİTESİ, BASIN-YAYIN YÜKSEK OKULU YAYINLARI: 3

GENEL TURİZM

Dr. ZİYA ERALP

Basın-Yayın Yüksek Okulu
Öğretim Görevlisi

338.46
ERA
GEN

JB s:s No: 2320
esn: 387367

ANKARA ÜNİVERSİTESİ, BASIN-YAYIN YÜKSEK OKULU YAYINLARI: 3

330.46
ERA
1983

GENEL TURİZM

Dr. ZİYA ERALP
Basın-Yayın Yüksek Okulu
Öğretim Görevlisi

A. O. İLEF
KÜTÜPHANESİ
988

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	III
İÇİNDEKİLER	V
KISALTMALAR	XIII

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN TARİHSEL EVRİMİ

I. BELİRLİ TARİH DÖNEMEÇLERİNDE TURİZM	1
A. İLK ÇAĞLAR	1
B. ESKİ YUNAN ve ROMA DÖNEMİ	2
C. ORTA ÇAĞ	4
II. RÖNESANS ve SÖMÜRGEÇİLİKTEN KAYNAKLANAN GELİŞİM .	5
A. YERYÜZÜ YUVARLAĞINI KEŞFE YÖNELİK YOLCULUKLAR	6
B. ÇEKİM GÜCÜ İÇEREN MERKEZLERİN OLUŞUMU	7
C. TANITMA ve ENFORMASYON HİZMETLERİNİN DOĞUŞU	8
D. TURİST SÖZCÜĞÜNÜN DOĞUŞU	8
E. DOĞANIN ÇEKİM GÜCÜ TAŞIYICISI OLARAK KABULU	9
F. TURİZM MERKEZLERİNİN DOĞUŞU	9
III. ULAŞIM TEKNOLOJİSİ DEVRİMİNİN TURİZME ETKİSİ	10
A. DEĞİŞİMİN SİMGESİ GENEL DOĞRULTULAR	11
1. Geçmiş Döneme Özgü Olaylar	11
2. Yapısal Değişimin Öncüsü Olaylar	11
B. TURİZMİN GELİŞİMİNİ HIZLANDIRAN ETMENLER ...	13
C. TURİZM PAZARLAMASINA YÖNELİK ÖRGÜTLERİN ÇIKIŞI	14

IV. ÇAĞDAŞ TURİZME GEÇİŞİ HAZIRLAYAN SOSYAL ETMENLER	15
A. İNSAN HAKLARININ İÇERİK KAZANMASI	15
1. Seyahat Özgürlüğü	15
2. Ücretli Tatil	16
3. Sosyal Güvenlik	17
B. KENTLEŞİM	18
1. Kent'e Özgü Olumsuz Etmenlerin Turizmi Geliştirmesi	19
a. İnsan-doğa ilişkisinin değişimi bakımından	19
b. Psikolojik dengenin bozulması	21
2. Kente Özgü Olumlu Etmenlerin Turizmi Geliştirmesi	22
C. SOSYO – EKONOMİK GELİŞİM	22

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM KAVRAMI

I. GİRİŞ	25
II. KAVRAMSAL AÇIKLAMALAR	27
A. YERDEĞİŞTİRİM	27
B. BİREY–MEKAN İLİŞKİSİ'nin YAPISAL ÖZELLİĞİ	28
C. YERDEĞİŞTİRİMİ ANLATAN SÖZCÜKLER ve ARAÇLAR	29
III. GÖZLEMLER	30
A. OTURMA YERİNE ÖZGÜ KOŞULLAR AÇISINDAN YAKLAŞIM	30
B. GİDİLEN YERE ÖZGÜ KOŞULLAR AÇISINDAN YAKLAŞIM	31
IV. TANIMLAR	33
A. TURİZM OLGUSUNUN TANIMI	33
B. TURİST TANIMI	37
1. Araştırmacıların Yaptığı Tanımlamalar	37
2. Devletlerarası Kuruluşlarca Saptanan Tanımlamalar	39
a. Milletler Cemiyeti tarafından saptanan 1937 tanımlaması	39
b. Birleşmiş Milletler'ce yapılan tanımlamalar	42
C. TÜRKİYE'de TURİZM İSTATİSTİKLERİNİN KAYNAKLANDIĞI TANIMLAMA	48

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BİR GEREKSİNİM OLARAK TURİZM

I. KAVRAM	51
II. TURİZM GEREKSİNİMİNİN OLUŞUMUNDAKİ DİNAMİKLER ...	52
A. MAKRO AÇIDAN YAKLAŞIM	52
B. TURİZM GEREKSİNMESİNİN OLUŞUMU	53
III. GEREKSİNME PİRAMİDİ AÇISINDAN YAKLAŞIM	54
A. GEREKSİNMELERİN BİR BÜTÜN OLARAK GEÇERLİLİĞİ	54
B. TURİZM GEREKSİNMESİNİN YERİ VE ÖNCELİĞİ	55

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM VARLIKLARI

I. KAVRAM	59
A. TANIM	59
B. MEKANA BAĞIMLILIK AÇISINDAN YAKLAŞIM	60
1. Turizm Mekânı ve İçeriği	60
2. Turizm Mekânının Büyüklüğü	61
II. TURİZM VARLIĞINI OLUŞTURAN ÖGELER	62

BEŞİNCİ BÖLÜM

TURİST AKIMINI ÇEKEN ÖGELER

I. ÇEKİM GÜCÜ KAVRAMI	65
II. ÇEKİM GÜCÜ TAŞIYICILARI	66
A. JEO-EKONOMİK KAYNAKLAR	66
1. Jeo-morfolojik Görünüm – Doğa Biçimi	66
2. Bitki Örtüsü (Flora) – Özellikle Ormanlar	69
a. Görünüm özelliği	69
b. Yapısal özellik	69
c. Dinamik özellik	70

3. Hayvan Topluluğu (Fauna ya da Favya)	70
4. Hidromineral Kaynaklar	71
5. Geniş Yüzeyle Sular – Denizler	71
a. Biçimsel görünüm	71
b. Deniz ve kara ilişkisinden doğan varlıklar	72
6. Doğa Olayları	74
7. İklim	74
a. Kavram	74
b. Turizm varlığını oluşturan bir etmen olarak iklim	76
c. Çekim gücü taşıyan iklim verileri	77
d. İklimin işlevi	81
B. TOPLUMSAL İÇERİKLİ ÖGELER	83
1. İlgili Dürtüsünden Kaynaklanan Gereksinme	83
2. Toplumsal Nitelikteki Varlıkların İçeriği	84
a. Tarihsel olanlar	84
b. Çağdaş olanlar	85
c. Dinsel gösteri ve kutsal mekânlar	91
d. Toplumsal olaylar	92
e. Büyük kent	92

ALTINCI BÖLÜM

TURİST AKIMINI KARŞILAYAN KABULLENEN ÖGELER

I. AKIMA YÖNELİK DAVRANIŞLARIN ÇEKİM GÜCÜNÜN OLUŞUMUNA ETKİSİ	95
II. TOPLULUKLARIN DAVRANIŞLARINI BİÇİMLENDİREN BİR ETMEN OLARAK TOPLUMSAL KÜLTÜR	96
A. TOPLUMSAL KÜLTÜRÜN VERİLERİ	96
B. TOPLUMSAL KÜLTÜRÜN YAPISAL ÖZELLİĞİ	97
C. TURİZMİN TOPLUMSAL KÜLTÜRE BAĞIMLILIĞI	99
III. TOPLUMSAL KÜLTÜR DÜZEYLERİ ARASINDAKİ FARKLILAŞIMDAN KAYNAKLANAN ZITLAŞIM ALANLARI ..	100
A. KAMU YÖNETİMİ	100
B. BEĞENİ VE DEĞER YARGILARI	102

YEDİNCİ BÖLÜM

TURİST AKIMINI TAŞIYAN VARLIK OLARAK ULAŞTIRMA SİSTEMİ

I. SİSTEMİN YAPISAL ÖZELLİĞİ	105
II. SİSTEMİ OLUŞTURAN ŞEBEKELER	106
III. DEMİRYOLU	107
A. TARİHSEL GELİŞİM	107
B. TURİZMİN GELİŞİMİNE ŞEBEKENİN ETKİSİ	108
1. Taşıma Kapasitesinin Elverişliliği Bakımından	109
2. Rahatlık Sağlayıcı Gereçlerle Donatıma Elverişliliği Bakımından	110
3. Uluslararası Taşımayı Bütünleştirilmesi Bakımından	110
4. Jeo—morfolojik Engeleri Aşması ve Kötü Hava Koşullarında Taşımaya Elverişliliği Bakımından	111
5. Sosyal Politika Aracı Olarak Kullanılabilirliği Bakımından ..	112
C. TURİZMLE ÇELİŞKİLİ YÖNLERİ	112
1. Mekâna Bağımlılık	112
2. Iraklıktan Gelen Sınırlama — Şebekelerarası Rekabet	112
IV. DENİZYOLU	114
A. TARİHSEL GELİŞİM	114
B. TURİZM VARLIĞI OLARAK DEĞERLENDİRME	115
1. Yüksek Tonajın Sağladığı Boyutlar Açısından	115
a. Taşıtın turizm mekânına dönüştürülebilirliği	115
b. Kaynak aktarma aracına dönüştürülmesi	117
2. Küçük Teknelerin Boyutları Açısından	118
a. Kıyı çizgisine kadar yaklaşabilirlik	118
b. Başka yola kapalı mekânlara ulaşılabilirlik	118
C. TURİZMLE ÇELİŞKİLİ YÖNLERİ	119
1. Bağımlılık	119
2. Iraklıktan Gelen Sınırlama	120
V. KARAYOLU	121
A. TARİHSEL GELİŞİM	121
B. TURİZM VARLIĞI BAKIMINDAN DEĞERLENDİRME	122
1. Çevreyi Turizm Mekânına dönüştürebilmesi	122
2. Konaklama Tesisleri Zincirini Oluşturur	123
3. Büyük Kent'ler Çevresinde Turizm Mekânları Oluşturur ..	124

4. Bir Boş Zaman Süresinde Çeşitli Turizm Mekânları Görmeği Sağlar	124
C. ÇELİŞKİLİ YÖNLERİ	125
1. Kalış Süresini Kısaltır	125
2. Kitle Turizmüne Elverişli Değildir	125
3. Rahatlık Sağlayıcı Gereçlerle Donatılamaz	125
VI. HAVAYOLU	126
A. TARİHSEL GELİŞİM	126
B. TURİZM VARLIĞI BAKIMINDAN DEĞERLENDİRME ...	127
1. Yeryüzünü Tek Bir Coğrafik Mekân Olarak Bütünleştirir	127
2. Yeryüzünü Tek Bir Siyasal Mekân Olarak Bütünleştirir	127
3. Turizm Mevsimini Yeryüzü Ölçeğinde Oluşturur	128
4. Kalış Süresini Uzatır	129
5. Araç Çeşitliliği Farklı İrakkllararası Ulaşım Elverişlidir	130
a. Hava otobüsü	130
b. Helikopter	130
C. TURİZMLE ÇELİŞKİLİ YÖNLERİ	131
1. Meteorolojiye Bağımlıdır	131
2. Seyahati Bağımlı Hale Getirir	131

SEKİZİNCİ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜ

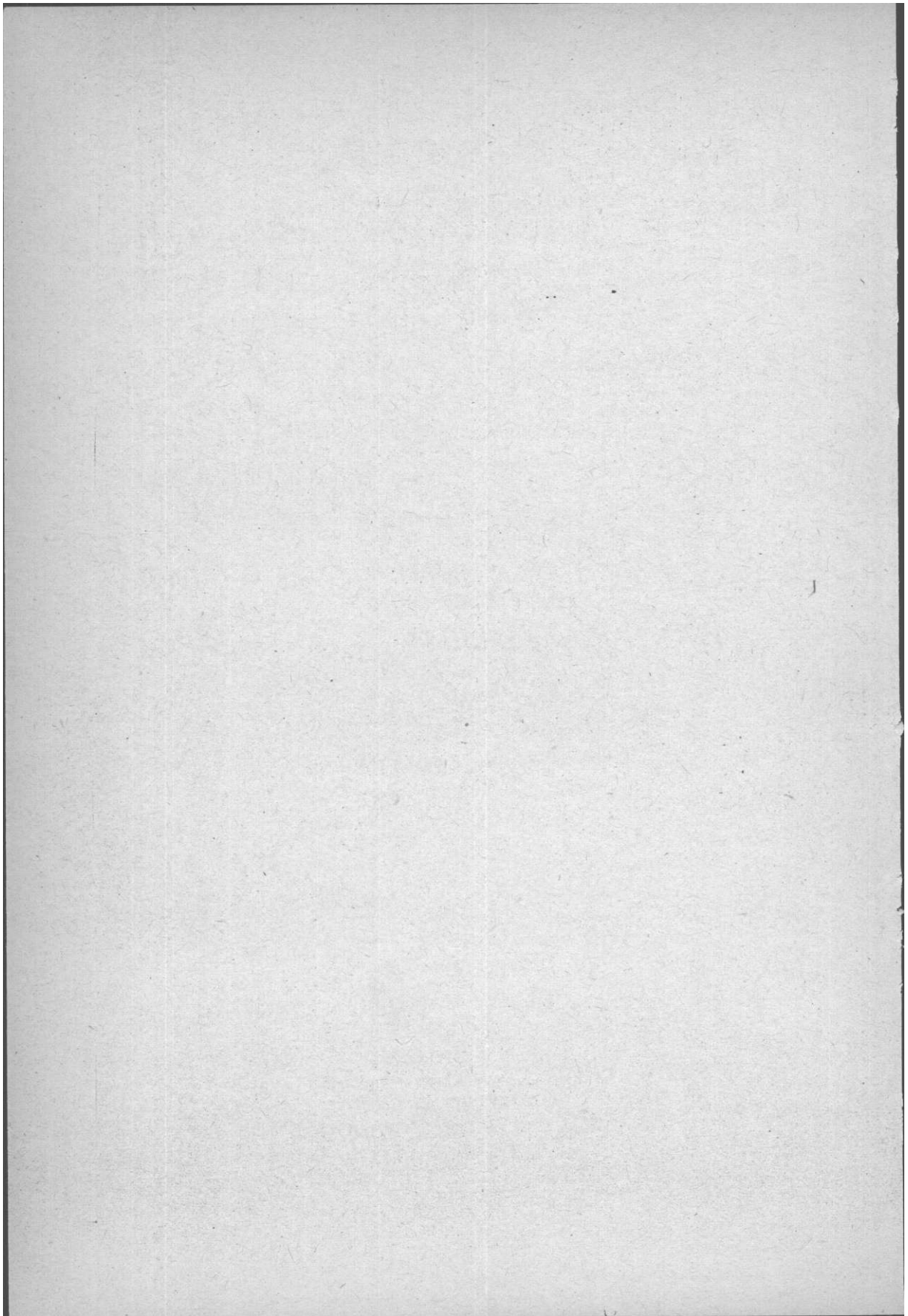
I. KAVRAM	133
II. TURİST AKIMINI ALIKOYAN VARLIK OLARAK TURİZM SEKTÖRÜ	134
A. ÜST YAPI OLARAK BİÇİMLENİŞ (Kavramsal açıdan yaklaşım)	134
1. Birincil Üst Yapı	135
a. Kavram	135
b. Biçimleniş	136
c. Çeşitleri	137
2. İkincil Üst Yapı	143
a. Kavram	143
b. İkincil üst yapıyı oluşturan ve biçimlendiren etmenler	144

c. Çeşitleri	146
d. İkincil üst yapının işlevi	152
B. KURUMSAL YAPI OLARAK BİÇİMLENİŞ	154
1. Hukuk Düzeni	154
a. Alt yapı niteliğindeki hukuk düzeni	154
b. Üst yapı niteliğindeki hukuk düzeni	154
2. Örgütleşim	155
a. Merkezi idare düzeyinde örgütleşim	155
b. Yerel yönetim düzeyinde örgütleşim	155
c. Sendikal alanda örgütleşim	156

DOKUZUNCU BÖLÜM

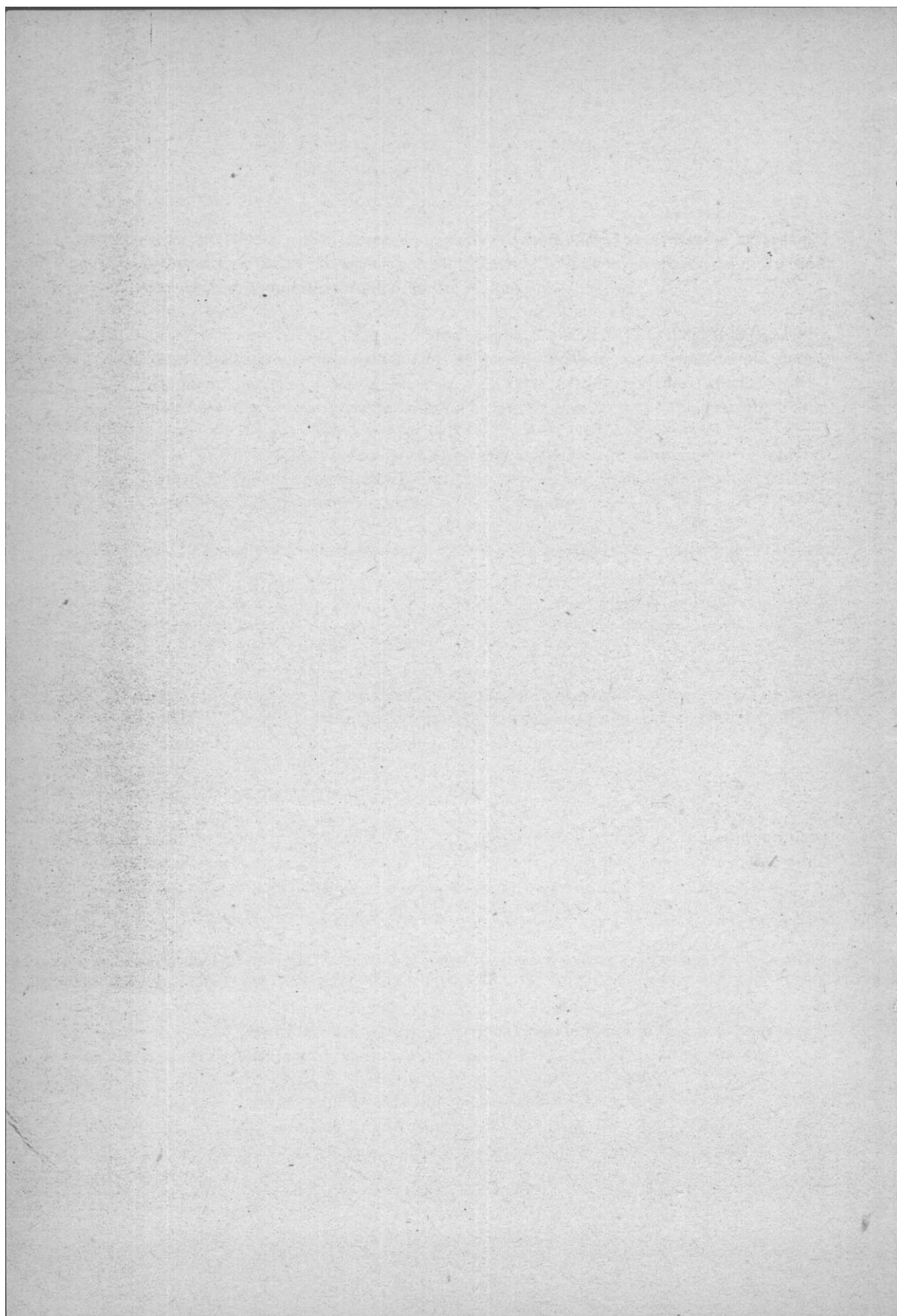
ULUSLARARASI ÖRGÜTLEŞİM

I. DEVLETLERARASI KURULUŞLAR	157
A. BİRLEŞMİŞ MİLLETLER	157
B. DÜNYA TURİZM ÖRGÜTÜ	157
C. AVRUPA EKONOMİK TOPLULUĞU	158
D. EKONOMİK İŞBİRLİĞİ ve GELİŞME TEŞKİLATI	158
II. DEVLETLERDİŞİ KURULUŞLAR	158
A. GENEL TURİZM KONULARIYLA UĞRAŞANLAR	158
B. ULAŞTIRMA KONULARIYLA UĞRAŞANLAR	159
C. KONA KLAMA KONULARIYLA İLGİLİ OLANLAR	160
D. PAZARLAMA KONULARIYLA UĞRAŞANLAR	161
BİBLİOGRAFYA	163



KISALTMALAR

- AÜSBF : Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi
İÜİF : İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi
TODAE : Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü
DİE : Devlet İstatistik Enstitüsü
OECD : Organisation For Economic Co-operation and Development
IUOTO : International Union of Official Travel Organisations
WTO : World Tourism Organization



BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN TARİHSEL EVRİMİ

I. BELİRLİ TARİH DÖNEMLERİNDE TURİZM

A. İLK ÇAĞLAR

İnsanlık tarihinin ilkel çağlarında da bir yöreden öbürüne yönelik insan devinimlerinin izlerine rastlanıyor. Aslında bu, beslenme gereksinmesinden kaynaklanan bir yer değişimidir. Beslenmeye nerede olanak varsa insan oğlu oraya yönelmiştir.

Tarih, yerdeğiştirimin evrimsel bir değişime uğrayarak daha verimli topraklar bulmayı amaçlayan göçlerden de söz eder.

Yaşam için gerekli kaynakların, oturulan yerden sağlanması ise, insanlık tarihinde bir başka dönemci simgeler. Toprağa bağlanış olarak vurgulanan bu yaşam biçiminde, gereksinmelerin dolaylı yoldan sağlanması asıldır. Tüm kaynakların oturulan yerde bulunması gerekli değildir. Bir başka deyişle, gereksinmelerin DEĞİŞİM'e aracılık eden bir başka sınıfın yardımı ile karşılanması söz konusu yaşam biçiminin çarpıcı niteliğidir.

Burada, DEĞİŞİM'e aracılık edenlere tarih kitapları TACİR diyor.

O halde insanlık tarihinin bu döneminde bir mekândan öbürüne gidenler, TACİR'lerdir. Oturdıkları yerden ayrılışları geçicidir. Çünkü DEĞİŞİM EKONOMİSİ bunu gerektirir.

Bu soyut açıklamadan belgelere dönersek, tarih, Finikeliler adını taşıyan topluluktaki tacir katmanının ilk çağlara özgü değişim ekonomisinde bu işlevi başarıyla yürüttüğünü doğruluyor. Değişim işlevini özellikle deniz ötesi topraklara ve topluluklara gidip-gelerek sürdürmeleri, Finikeli Tacirleri tarihe geçecek kadar haklı bir üne kavuşturmuştur.

Sonraki bölümde yer alan çeşitli tanımların ışığında şimdiden şunu diyebiliriz ki; Finikeli Tacirlerin seyahatleri, insanlık tarihinin bu döneminde turizm olgusuna varlık kazandırıcı bir davranış olarak değer taşır.

Tarihsel evrim doğrultusunda vurgulanabilecek bir başka aşama, bir küme gereksinmelerin, toplulukça GENEL ve ORTAK nitelikte kabul edilmesidir. Bir başka deyişle; gereksinmeler içinde bazılarının, topluluğun tümünü kapsamı ve herkesin özdeş nitelikte gereksinmelerle yüklü olmasıdır. Bir bakıma bu, toplumsal örgütleşim sürecinin dinamiğini oluşturur.

KAMU DÜZENİ–KAMU GÖREVİ gibi kavramlar ve bunları simgeleyen toplumsal örgütleşim, söz konusu gereksinmelerin kabulü ile toplum yaşamına girmişlerdir. Can ve mal güvenliği, topluluğun dışı karşı savunulması ve değişim ekonomisinin işlerliğini sürdürebilmesi için, ulaşım sisteminin kurulması ve işler halde tutulması vb. sorunlar, kamu düzeninin, kamu görevinin ve nihayet toplumsal örgütleşimin ortaya çıkışı ile somut çözümlere ulaşır.

Bundan şu sonucu çıkarmak istiyoruz:

İnsanların yer değiştirmesi, yani seyahatleri **TOPLUMSAL ÖRGÜTLEŞİM** ile sıkı sıkıya ilişkilidir. Bunun yanında hem yolculuk sırasında hem de gidilen yerde can ve mal güvenliğinin korunması ayrı nitelikte bir sorun olarak ortaya çıkar. Her iki alanda da toplumsal örgütleşime gidilmesi sorunun çözümünü verir. Yani coğrafik mekânlararası insan devinimi, her zaman için toplumsal örgütleşim ve onun etkinliği ile bağımlı ve doğru orantılı olarak varlık kazanmıştır. O halde Turizm, toplumsal örgütleşimin varlık ve aynı zamanda etkinlik kazandığı tarihsel evrim sürecinde ortaya çıkan bir olgudur.

Geçmiş her uygarlığı bu açıdan ayrı ayrı irdelemek yerine, bugün dahi kalıntılarıyla turist akımına neden olan belirli bir çağın, yani Eski Yunan ve Roma döneminin bu açıdan özelliklerini ilgiye sunmak isteriz.

B. ESKİ YUNAN VE ROMA DÖNEMİ

Kamu düzeni, gerek oturulan yerde gerekse yolculuk sırasında ve gidilen yerde can ve mal güvenliğini sağlayıcı bir etkinlikte ise, turizme özgü davranışlara elverişli bir ortam oluşmuş demektir.

İşte, Eski Yunan ve Roma dönemi bu alanda bir küme gereksinmelerin ortak ve genel nitelik kazanmalarından kaynaklanan toplumsal örgütleşimin etkin bir düzeye ulaşması sonucu, içerik açısından çağımızdakine benzer turizm devinimlerine de sahne olduğu için önemlidir. Bu, bir başka açıdan kamu düzeninin etkinliği ile turizm arasındaki organik bağın kanıtlanmasına da yaradığı için önemlidir.

Eski Yunan ve Roma Uygarlık Döneminin konumuzu ilgilendiren bir başka çarpıcı yönü, kara ve deniz yolu ulaşım şebekelerinin seyahate elverişli biçimde ortaya çıkışıdır. Böylece, coğrafik mekân bakımından birbirinden irak topluluklar arasında hem değişim ekonomisinin işlevine uygun bir bağlantı kurulmakta (çünkü kalıntıları hâla ayakta duran agoralar bunu kanıtlar); hem de topluluklar arası gezi nedenine dayalı (çünkü çağımıza kadar varlığını sürdüren, açık hava tiyatroları, stadyum ve hipodrum kalıntıları bunu kanıtlar) seyahatler, düzenli ve kesintisiz olarak toplumdaki yerlerini almışlardır.

Bu aşamada topluluklararası insan devinimine kaynaklık eden başat etmen ise, sosyo—ekonomik ve kültürel alanda varılan düzeydir. Örneğin panayırlar ve pazarlar, yöre halkının yer değiştirmesine neden bu çeşit oluşumlardan birisidir. Tiyatro ve spor yarışmaları vb. gibi gösteriler ise sosyo—kültürel nitelikte bir etmen olarak turizm amaçlı devinimin dinamiğidir bu dönemde. Örneğin PELOPONEZ'deki oyunları izlemek için başka kentlerden çok sayıda insanın, OLİMPİA'ya geldiklerini tarihsel belgeler kanıtlıyor. Bunun yanında aynı uygarlık dönemini yaşayan Batı Anadolu'daki 12 şehir devleti ile⁽¹⁾ güney Akdeniz kıyısındaki 6 şehir devleti⁽²⁾nin sosyo—ekonomik ve kültürel bakımdan ulaştığı düzeyi vurgulayan anıtsal belgeler, bir yerleşim merkezinden öbürüne yönelik turist akımının boyutlarını kanıtlaması bakımından da ilginçtir.

Ancak Roma devletinin geniş coğrafik alana yayılması, üstelik Akdeniz'in de bir içdeniz olarak imparatorluğun sınırları içinde kalışı ulaşılan iraklıklar bakımından turizme farklı bir içerik kazandırmıştır:

Şöyleki; egemenliği altındaki bölgeleri Roma'ya bağlayan ulaştırma sistemi, askeri amaçlı olduğu kadar, toplulukların turizm amaçlı seyahatlerini de kamçulamıştır. Gerçekten karayolu boyunca yer yer kurulan barınak ve hanlar, at değiştirerek günde 150 km. kadar yol almayı sağladığı gibi, yolculuk sırasında ortaya çıkan gereksinmelerin ve zorlukların giderilmesine de yaramıştır. Bu olanakların en önemli işlevlerinden birisi, seyahati can ve mal güvenliği açısından tehlikeli bir hareket olmaktan çıkarmasıdır.

Böylece ulaştırma sistemi ve bununla ilgili kurumlar, imparatorluğun geniş sınırları içinde kalan tapınakları ve ilginç yöreleri, her yıl daha çok sayıda Romalı'nın gezip görmesi gibi bir olanak yaratmıştır. Bunun sonucunda giderek çok sayıda insan, daha uzak yerlere çeşitli nedenlerle seyahat eder olmuşlardır.

Bu tarihsel evrim içinde turizm bakımından çarpıcı bir gelişime, yılın belli bir kesiminde **TURİZM MEVSİMİ** adıyla bir zaman diliminin toplum tarafından genel kabul görmesidir. Şöyle ki; yolculukları, iklim koşulları açısından yılın en elverişli dönemine rastlatmak zorunluluğu ve buna herkesin uyabilmesi, Roma-

(1) George E. Bean, *Legen Turkey, An Archeological Qulde*, London 1966, s. 128—219.

(2) George E. Bean, *Turkey's Southern Shore, An Archeological Qulde*, London 1968, s. 80—82.

lıların yaşamına seyahat mevsimi gibi bir zaman dilimini yerleştirmiştir. **TURİZM MEVSİMİ** bundan kaynaklanan bir olgudur. Seyahatin yılın belirli döneminde yapılması veya yapılabilir olması aynı süre boyunca işi bırakmayı da gerektirdiğinden, **YILLIK TATİL**, yine turizmin kaynaklandığı **BOŞ ZAMAN** ögesi olarak bu uygarlık döneminde toplumsal yaşama girmiştir.⁽³⁾ Öbür yandan yöresel nitelikte pazar, panayır, spor ve sanat gösterileri, yarışmalar ve şenlikler sadece Turizm mevsimine rastlatılan düzenlemeler olarak toplumsal yaşama yine bu dönemde girmiştir.

C. ORTA ÇAĞ

Tarihsel kaynakların derinlerine dalmadan bu çağdaki turizmin, başlıca şu aşamalardan geçtiğini söyleyebiliriz:

Roma İmparatorluğunun V. yüzyılda dağılması, söz konusu uygarlığı simgeleyen düzeni de yıkmıştır. Kuşkusuz bu tarihsel olay, Roma dönemine özgü turizmi de olumsuz yönde etkilemiştir.

Buna karşın orta çağda dinsel hareketlerin önem kazandığına ve toplumları derinden etkilediğine tanık oluyoruz.

Örneğin Kuzey Avrupa'dan Orta Doğuya **HAÇLI SEFERLERİ**, önce 10.000 lerin üstünde insanın katılması nedeniyle kıtalararası bir insan devinimi olarak değerlendirilmelidir. Bu uzun yolculuk, gidiş ve dönüş güzergahı üzerindeki toplulukları da kapsamı bakımından toplumlararası etkileşime yol açan bir süreç olarak değerlendirilmelidir. Haçlı seferlerinin turizm alanındaki bir başka etkisi ise, kıtalararası nitelikte dinsel amaçlı seyahatleri başlatması ve bunu yaygınlaştırmasıdır.

Orta çağda dikkati çeken bir başka gelişim, kıtalararası ticarettir. **İPEK YOLU** üzerinde yapılan bu ticaret ve bundan kaynaklanan ilişkiler, Batı Avrupayı; Orta Doğu-Türkiye-Iran üzerinden geçerek Hindistan ve Çin'e bağlamıştır. Çağa damgasını vuran bu model, kapsadığı ülkelerdeki yan bağlantılarıyla toplulukları sosyo-ekonomik açıdan da etkilemiştir.

Demek oluyor ki Roma döneminde İmparatorluğun sınırlarını aşamayan seyahatler, Orta Çağda kıtalararası boyutlar kazanmıştır.

Ancak burada ulaşım teknolojisinden gelen bir sınırlılığı belirtmemiz gerekir: Şöyle ki; iraklıkların aşılmasında yararlanılan araç, karada katır veya atla çekilen tekerlekli taşıt veya binek olarak hayvandı. Hız ve gidilen iraklık hayvanın adale gücü ile bağımlı ve sınırlı idi. Bu nedenle yolculuk haftalar ve aylar har-

(3) Travel and Tourism Encyclopedia, London, 1959, s. 29.

camayı gerektiriyordu. Hele İPEK YOLU'nu izleyerek gidiş-dönüş birkaç yılı içeren bir yolculuktu. İkincisi ulaşımın hayvan gücüne dayanması, seyahate katılanların sayısını kısıtlayıcı bir etmendi.

Deniz aşırı ulaşım ise, ilkel nitelikteki taşıtlara dayalı idi. Yolculuk, insanın adale gücü veya rüzgâr ile gerçekleşiyordu. Bu nedenle de taşıt hızı açısından yolculuk, haftalar ve aylar alıyordu.

Bu etmenler, seyahatlere, sadece taşımacılığı ve tacirliği kendine uğraş alanı seçenlerin katılmasına neden oluyordu. Bir başka deyişle toplumda seyahate çıkanlar hep aynı kişilerdi. Seyahat nedeni ise Çin, Hindistan ve Orta Doğudan Batı Avrupaya mal taşımak idi.

Bu genelleme içinde turizm bakımından önemli olay Marco Polo'nun (1254-1324)ünü günümüze kadar uzanan yolculuklarıdır.

Bireysel nitelikte olmakla birlikte, Marco Polo, ünlü yolculuğuna Venedik'ten 1271 yılında çıkmış ve deniz yolundan Orta Doğu'ya (Akkâ) ulaşmıştır. Bundan sonraki gazesinde karayolundan Anadolu'ya (Sivas) geçen gezginimiz Tebriz yolu ile İrani geçerek Basra Körfezinin Hint Okyanusuna açıldığı kıyıya (Hürmüz Boğazı) ulaşmıştır. Buradan İranın kuzeyine yönelmiş, Keşmir'i güneyinde bırakarak Pamir'e varan Marco Polo, Tibet yaylasını da geçerek Çin kıtasına ve gidiş yolculuğunun son durağı olan Çang-du şehrine 1275 yılında ulaşmıştır. Demek oluyor ki; Marco Polo'nun Venedikten başlayan gidiş yolculuğu için harcadığı zaman, dört yıldır. Yaklaşık olarak 16 yıl Çin'de kalan gezginimiz, 1291'de dönüş yolculuğuna başlamış; bu kez deniz yolu ile Çin-Vietnam kıyılarını izleyerek Singapura ve oradan da Hint yarımadasının güney ucuna varmıştır. Yarım-adanın doğu kıyılarını izleyerek tekrar Basra Körfezinin Hint Okyanusuna açıldığı (Hürmüz Boğazı) yere ulaşmıştır. Bundan sonraki yolculuğunu karadan sürdüren Marco Polo, Tebriz üzerinden Trabzon'a ve oradan da yine deniz yolu ile İstanbul'a gelmiş ve 1299 yılında çıkış yeri Venedik'e dönmüştür. Marco Polo'nun 24 yıl süren bu yolculuğu, ilkel taşıtlara karşın, gezi isteminin baskısı altında insanlığın ne tür zorlukları göze alabildiğinin ve üstesinden geldiğinin bir kanıtı olarak değerlendirilmelidir. İkincisi, İpek yolu ve onu somutlandıran Marco Polo'nun seyahati, yıllar süren ve çeşitli din ve dilleri konuşan yerel toplulukları da aşarak geçen ve binlerce kilometre tutan yolculukta can ve mal güvenliğinin sağlandığı kıtalararası bir düzenin, etkin biçimde varlığını sürdürdüğünü kanıtlar. Turizme varlık kazandıran başat koşul da budur zaten.

II. RÖNESANS ve SÖMÜRGEÇİLİK'den KAYNAKLANAN GELİŞİM

Ortaçağın teokratik, tutucu ve otoriter anlayışına karşı bir tepki olarak ortaya çıkan Rönesans, bir yandan bilim-san'at ve din alanındaki evrim ve devrimlerin kaynağı, öbür yandan Batı Dünyasını yeni atılımlara hazırlayan bir birikim olarak değerlendirilebilir.

Sömürgecilik bu birikimden kaynaklanan bir yöneliştir. Öte yandan bu devinim, Batı'nın zenginleşmesini yani güçlenmesini sağlamış; sermaye birikimi böyle bir gücün etkisinde oluşmuştur. Ancak konumuz, böyle bir evrim sürecinde turizmin hangi aşamalardan geçtiğine değinmek ve söz konusu sürecin belirli dönemeçlerinde turizmin nasıl bir gelişim çizgisi içinde yer aldığını belirlemek olduğu için, bu yaklaşımımızı aşağıdaki bölümlere göre sürdüreceğiz:

A. YERYÜZÜ YUVARLAĞINI KEŞFE YÖNELİK YOLCULUKLAR

Turizmin tarihsel evrimine etkili bir sıra olaylar arasında yeryüzü yuvarlağını keşfe yönelik yolculukların özel ve önemli bir yeri vardır.

Önce Christophe Colomb 1492'de, Atlantik Okyanusunu aşarak insanlık dünyasına eldeğmemiş kaynaklarıyla yeni bir kıtanın varlığını duyurmuştur. Böyle bir yolculuğun o döneme özgü nedenleri, başka bilim dallarını ilgilendirdiği için biz sadece olayın önemini vurgulamakla yetiniyoruz.

1497'de yani bu seyahatten beş yıl sonra, Portekizli denizci Vasco de Gama bu kez yeryüzü yuvarlağını kuzeyden Güneye aşarak Afrika kıtasının en güney noktası Ümit Burnuna ulaşmış ve buradan Hint Okyanusuna geçerek 1498 de Hindistanın Batı kıyısında karaya çıkmıştır. Böylece yeryüzü yuvarlağı, kuzeyden güneye ve oradan da doğuya aşılarak, İPEK YOLU yanında Çin'e yeni bir yol daha açılmıştır.

22 yıl sonra ise yeryüzü yuvarlağının bütünüyle dolaşılması girişiminin başladığını tarih belgeliyor. Ferdinand Macellan adlı portekizli denizci, 10 Ağustos 1519 tarihinde Atlas Okyanusuna bu amaçla açılır ve rotası onu ilk adımda Güney Amerika kıyılarına (Brezilya) ulaştırır. Bu olay, Atlantik Okyanusunun ikinci kez aşılması bakımından önemlidir. Macellan'ın kendi adını verdiği boğazdan geçerek Pasifik Okyanusuna varışı 23 Kasım 1520 tarihinde gerçekleşir. Demek oluyor ki, çıkıştan bu aşamaya varış yaklaşık olarak 14 ay sürmüştür. Öbür yandan Macellan'ın Amerika kıtasını güneyden dolaşarak Pasifik Okyanusuna çıkışı, yer yuvarlağının bilinen yarısına, o zamana dek henüz bilinmeyen öbür yarısını insanlığa açtığı için tarihsel bir dönemeç sayılır. Çünkü bu yolculuğa çıkanlar hem Amerika kıtasının öbür yakasına geçmişler; hem de Asya kıtasına bu kez doğudan yani o zamana dek bilinmeyen yoldan ulaşmışlardır.

Böylece Macellan, Asya ile Amerika kıtası arasında kalan Dünyanın bu kesimini sonradan bulunacak Avustralya ve çevresindeki irili ufaklı adalarla birlikte yeni seferlere ve yolculuklara açmıştır.

Filipin Adaları çevresindeki savaşlarda hayatını yitiren Macellan'ın bu seferi onun yerine geçenlerce sürdürülmüş ve gemiciler, Hint Okyanusunu aşarak Afrika'ya yine ilk kez Doğu'dan ulaşmışlardır. Bu kez Ümit Burnu'nu aşarak Atlantik Okyanusuna geçen gemiciler, rotalarını kuzeye çevirerek 6 Eylül 1522 de yani çıkışlarından 3 yıl sonra Portekize dönmüşlerdir.

Demek oluyorki ; orta çağda yeryüzü yuvarlağının sadece bir bölümünü insanlık için varsayan BİLİM ve TEKNİK, 16. Yüzyılın ilk çeyreğinde, kuzeyden güneye—batıdan doğuya okyanuslar aşarak Dünyamızı bütünü ile ortaya çıkaran yolculukları gerçekleştirecek bir düzeye ulaşmıştır. Bundan çıkaracağımız sonuç, bu dönemde insan oğlunun gerçekleştirdiği Dünya Tur'u ve bundan kaynaklanan birikimin bu çaptaki turizm amaçlı seyahatlerin de başlamasına elverişli koşulları, ortamı oluşturacak düzeye ulaştığının kanıtıdır.

Kuşkusuz bu alandaki gelişmeler bu kadarla kalmamıştır. Ancak belirttiklerimiz, tarihsel gelişimdeki başlıca nirengileridir.

17. Yüzyıl bir bakıma bu gelişimden kaynaklanan potansiyelin, 18 ve 19. yüzyıllardaki evrim ve devrim süreçlerini başlatacak olgunluğa ulaştığı bir zaman boyutu olarak değerlendirilebilir.

Yine aynı yüzyıl, ilerde toplumsal nitelikteki turizm devinimlerine kaynaklık edecek başlıca nirengilerin ve değişimlerin ortaya çıkmasına elverişli koşullarında oluştuğu bir dönem sayılır.

B. ÇEKİM GÜCÜ İÇEREN MERKEZLERİN OLUŞUMU

Yukardaki bileşik etmen, yerleşim merkezlerinin kendi özlerinde çekim gücü taşıyan varlıkları oluşturacak duruma gelmelerini; bir başka deyişle söz konusu etmen, turizm devinimine neden olacak nicel ve nitel varlıkların yerleşim merkezlerinde oluşumuna elverişli bir ortamı hazırlamıştır.

Örneğin, Rönesans'dan kaynaklanan yeni fikir akımları, sanatçıların ve düşünürlerin bu çeşit merkezlerde toplanmalarına ve yapıtlarını buralarda sergilemelerine neden olmuştur.

Öbür yandan, denizaşırı imparatorlukların kurulduğu bu dönemde, denizaşırı topraklardan elde edilen karşılıksız kaynaklar, kralların ve soyluların oturdukları merkezlere akıtılmış; bu yerler, görkemli saraylar ve sanat yapıtlarıyla donatılma süreci içine girmiştir.

Bunlardan devlet merkezi durumunda olanlar, elçilerden ve bürokratlardan oluşan grupların diplomatik nedene dayalı seyahatlerine yol açıcı potansiyeli de içererek, çekim gücüne, sanat ve bilim merkezi olma yanında siyaset etmenini de katmışlardır.

Ülke içindeki ve komşu ülkelerdeki gençlerin, bilgin ve san'atçıların, tarihsel geçmişleri ile de ilgi çeken bu merkezlere akın etmeleri; turizm açısından bu dönemin önemli bir aşaması olarak vurgulanabilir.

Bu süreçte belirtmemiz gereken başlıca nokta, seyahatlere katılan kümelerin taşıdığı başlıca özelliklerin, san'at, bilim ve siyaset alanında uğraş verenlerden oluşmasıdır.

Kıta Avrupasındaki bu gelişime, Büyük Britanya Adalarında yaşayanların ilgisiz kalmadığını hemen belirtmeliyiz. İngiltere'deki siyasal yönetim özellikle Kraliçe I. ELİZABETH (1558-1603), ülkenin önde gelen düşünürlerinin, Kıta'daki yeni fikir akımlarını ve buradan oluşan siyasal nitelikteki gelişmeleri izlemeleri ve öğrenmeleri için bu merkezlere gitmelerini desteklemiş ve kolaylaştırmıştır.

Bu genel çizgi içinde önemli bir farka değinmemiz gerekir: Şöyleki; Kıt'a içinde böyle bir devinime katılanların çoğu söz konusu bilim ve san'at merkezlerine sürekli kalış amacıyla geldikleri, yani bu kentlere göç ettikleri halde; İngiltere'den gelenlerin geçici süre kalması, aynı zamanda turizme özgü bir davranış kalıbının oluşumuna neden olmuştur. Bunu, turizmin gelişiminde önemli bir aşama olarak değerlendiriyoruz.

C. TANITMA ve ENFORMASYON HİZMETLERİNİN DOĞUŞU

Bu alandaki başlangıç yine 17. Yüzyıldaki potansiyelden kaynaklanır. Söz konusu bilim ve sanat merkezlerine gelenler veya buralara yönelik seyahate çıkacaklar için yöre hakkında bilgi sahibi olmak gibi bir gereksinme de kendiliğinden ortaya çıkmıştır. Bu çeşit bir gereksinmeyi karşılayan bir gezi rehberinin, 1672 yılında Fransa'da SAİN MORİCE PİSKOPOSU' tarafından düzenlenmesi⁽⁴⁾ tanıtma ve enformasyon hizmetinin ilk kez ortaya çıkışını simgeleyen bir girişim olarak değerlendirilmelidir.

Bu amaçla hazırlanan tanıtıcı yayın, Fransa'ya çeşitli nedenlerle gelen İngiliz, Alman, Danimarkalı, Polonyalı ve İsveçli konuklara Paris'e giden yolları ve yol boyunca ilginç yöreleri, konaklama ve çekim merkezlerini tanıtmakta, ayrıca bir kültür ve siyaset kenti olarak Paris hakkında ayrıntılı bilgi içermekte idi.

Bu yapının bir başka katkısı ise, TUR sözcüğünü turizm diline yerleştirmesidir. Çağımızda geniş bir anlam ve içeriğe sahip olan bu sözcük, o dönemde Paris merkez olmak üzere başka mekân ve merkezlere seyahat anlamında kullanılıyordu.

D. TURİST SÖZCÜĞÜNÜN DOĞUŞU

Yukarıdaki yapıt ile turizm diline giren Tur sözcüğü, İngiltere'de anlam değiştirerek Avrupa'ya yapılan seyahatler için kullanılmaya başlandı.

İngiltere'den kıt'a Avrupasına OKUMUŞLAR'ın başlattığı seyahatlere soyluların katılmasıyla bu süreç, anlam ve içerik değiştirmiştir.

(4) Prof. K. Libera, Historical Development of the Role of Tourism, IUOTO, Tourist Correspondence Courses, Geneva, 1963.

İşte bu çeşit yolculuk yapanları, yani kıt'a Avrupasına gidenleri, memleket içinde seyahat edenlerden ayırmak için bunlara "TOURİST" denilmesi anılan sürecin bir başka çarpıcı yönüdür. Turist adı altında Avrupa'ya gidip dönenler, kendilerini çevrenin gıpta ve prestij atmosferi içinde bulmakta idiler.(5)

E. DOĞANIN ÇEKİM GÜCÜ İÇEREN VARLIK OLARAK KABULÜ

Rönesans'tan kaynaklanan sanat akımında DOĞA, işlenen temel konulardan birisidir. Söz konusu varlığın ilgi çekici özelliklere sahip olduğu kanısının oluşumuna böyle bir gelişim aynı zamanda kaynaklık etmiştir.

Öte yandan, Eski Yunan çağında doğal varlıklardan termal ve hidromineral kaynakların, sağlık verici ve tedavi edici nitelikleri bilinmekte idi. Başka bir deyişle bir grup doğal varlıkların taşıdığı çekim gücü, seyahatlere neden olmakta idi.

18. Yüzyılda ise bir başka doğal varlık bunlara eklenmiştir. Bu DENİZ dediğimiz geniş yüzeyle su varlığıdır.

Sanayi devrimine geçişi hazırlayan toplumsal değişimlerin hızlandığı İngiltere'de, yoğun nüfuslu merkezlerde oturanların kıyılara, kumsallara akın eder olmaları, 18. Yüzyıl'ın bir başka çarpıcı olayıdır. Bu devrimin hızla yayılması, Dr. William Russel adlı bir hekimin 1730 yılında yine ilk kez "Deniz Suyunun Şifalı Etkisi Üzerine Bir Araştırma – A Study of the Curing Effects of the Sea Water" adlı bir kitabın yayımlanmasına neden olmuştur.(6)

F. TURİZM MERKEZLERİNİN DOĞUŞU

Öte yandan 18. Yüzyıl sonlarına doğru, kıyılara–kumsallara ve şifalı sulara yönelik akımın giderek yoğunlaşması, bu çeşit doğal varlıklara sahip yerlerde plaj ve kaplıca şehirlerinin kurulmasına elverişli koşulları da oluşturmuştur.

Örneğin Londra, bir siyaset, kültür ve sanayi şehri olarak yoğun nüfus barındırır yerleşim merkezine (metropol) dönüşürken, adanın doğu kıyısındaki SCARBOROUGH kasabası da hem şifalı suları ile bir sağlık merkezi hem de kumsallarıyla ilk plaj kasabası olma özelliğini kazanmıştır. Nedeni, noğun nüfuslu merkezlerden buraya yönelik turist akımıdır.

İngiltere'dekine koştur gelişimi kıt'a Avrupasında da izliyoruz. Şöyle ki; Fransa'da şifalı sular çevresinde kaplıca–içmece şehirleri kurulurken, Akdeniz kıyılarındaki kumsallar çevresi plaj şehirlerine dönüşmüştür. Bunlar içinde NİCE ve COTE D'AZUR yöresi hem gelişimine kaynaklık eden devrimin kökeni hem

(5) The Travel and Tourism Encyclopedia, s. 30.

(6) a.g.e. s.30.

de turizm endüstrisinin en hızlı geliştiği bir mekân olması açısından ilginç bir örnektir. Başlangıçta küçük bir balıkçı kasabası olan NİCE, tropikal iklimi ve bu iklim türünün yöreye kazandırdığı çekici özellikleriyle, giderek yoğunlaşan bir turist akımının hedefi olmuştur. Yöre önce, İngilizlerin ilgisini çekmiş ve özellikle Kraliçe Victoria (1837–1901) döneminde, NİCE ve COTE D'AZUR Büyük Britanya Adalarından gelenlerin tatil beldesi olmuştur.

Kıt'a Avrupasındaki devletlerin, kral ve soylularını da aynı yöreye çektiği için, Kraliçe Victoria'nın başlattığı bu devrim önem taşır. Böylece Nice ve Cota D'azur bir taraftan saray görünümündeki otellerle dolarken, öbür yandan eğlence yerleri ve gezinti mahalleriyle (Promenade des Anglais) üst düzeyde gereksinimleri karşılayan bir turizm merkezine dönüşmüştür. O dönemde böyle bir oluşum, turizm endüstrisine özgü tüm uğraşı dallarını içeren ilk merkezin ortaya çıkmasına neden olduğu için önemlidir.

III. ULAŞIM TEKNOLOJİSİ DEVRİMİNİN TURİZME ETKİSİ

Toplumsal değişim, bir yanda sürekliliği ve ETKİ–TEPKİ süreçleriyle, öte yanda özündeki dinamikliği nedeniyle, laboratuvar koşulları altında ayrımlaştırılması olanaksız bir olgudur.

Özdeki dinamiklerin gücü ve etkinliklerine göre değişim, insanlık tarihi boyunca değişik hız ve içerikte ortaya çıkmış; ama hiç durmamıştır. Bu bakımdan toplumsal değişim, insanlık tarihi ile yaşıttır ve onunla özdeştir.

Bir başka açıdan ise, toplumsal değişimi yönlendiren etmenler, bir toplumdan öbürüne de farklılık gösterir. Bu nedenle her topluma göre değişim hızı, değişimin içeriği ve yoğunluğu bir dönemden öbürüne farklılık gösterir. Başka bir deyişle, bunların, toplulukları getirdiği düzey ve bu düzeye varış için geçen süre aynı değildir.

Bu açıdan değişim, çağlara–dönemlere göre irdelenebileceği gibi topluluklara göre de irdelenebilir. Ya da başat bir etmenin farklı toplumsal kültürlere sahip topluluklarda neden olduğu değişim süreçleri, böyle bir araştırmanın konusu olabilir. Ancak şunu da ekleyelim ki; her egemen değişim etmeni, daha önceki dönem veya dönemlerin birikiminden kaynaklanır.

Buradan konuyu turizme getirelim: Turizm, beslenmek–barınmak gibi, yaşamsal gereksinimlerden kaynaklanan bir olgu değildir; yani hangi dönemde ve nerede olursa olsun ortaya çıkan bir olgu değildir. Bu açıdan turizm, belirli bir davranışın adıdır. Bu davranış, toplumsal yaşamın belirli bir düzeye ulaşmasının ürünüdür. Başka bir deyişle turizm, toplumsal değişimin, belirli bir yoğunluğa ulaştığı zaman – ya da çağ kesitinde ortaya çıkar.

Toplumsal değişim öte yandan onu böyle bir sürece sokan dinamikler arasındaki nitelik ve etkenlik farklılığı nedeniyle bir dönemden öbürüne, ayrı içe-

rik ve boyutlarda ortaya çıktığı için, turizm de bir veri olarak, bir dönemden öbürüne farklı biçim ve içerikte oluşur. Öbür yandan yine etki—tepki kuralı gereğince turizm etmeni de toplumsal değişimin dinamiklerinden biridir.(7)

Bu genel nitelikteki açıklamalardan sonra, turizmi, çağımızdaki yapısına, içeriğine ve boyutlarına ulaştıran etmenleri saptamaya çalışalım.

A. DEĞİŞİMİN SİMGESİ GENEL DOĞRULTULAR

1. Geçmiş Döneme Özgü Olaylar

Sanayi devriminin başlangıcını simgeleyen olay, 1770 yılında iplik bükme makinasının bulunmasıdır. Ancak, bu alanda atılan adım, ulaşım sistemine geçinceye kadar, turizmde yapısal bir değişim olmamıştır. Hernekadar 1750 lerdan sonra karayolu şebekesinin daha irak yerlere uzandığı ve araçların yollara uygun bir teknolojiye göre yapıldığı bilinmektedir. Bunun yanısıra yolcu taşınmasıyla ilgili örgütlenmeler de getirilmiştir. Örneğin Londra'dan 300 km. uzaklıktaki BATE kasabasına, bu dönemde 6 posta arabası işlemekte ve haftada 40 sefer yapmakta idi.(8)

Yukardaki örnek, taşımacılıkta örgütlenimin ulaştığı düzeyi vurgulamakla birlikte; 300 kilometrelik yolun, 12—13 saatte alınması, teknolojinin henüz ilkelliğini koruduğunu kanıtlar.

Kuşkusuz böyle bir durum, yolcu trafiğinin turizmde yapısal bir değişimi gerçekleştirecek hacme ulaşmasını da engellemiştir. Başka bir deyişle, posta arabasının taşıma kapasitesinin çok düşük oluşu, bir taraftan yolcu sayısının artmasını engellediği gibi, taşıma ücretinin de ancak varlıklı kimselerce ödenebilecek bir düzeyde sürmesine ve dolayısıyla yolculuğa, az sayıda kimsenin katılması sonucunu doğurmuştur.

2. Yapısal Değişimin Öncüsü Olaylar

Anlaşılabileceği gibi, buraya kadar belirttiklerimiz, ulaşım teknolojisi devriminden önceki döneme özgüdürler. Bir başka deyişle binlerce yıldanberi süregelen ilkel taşıma sisteminin yapısındadırlar. 19 uncu yüzyıl başlarına kadar insanlık dünyası, aynı taşıma teknolojisinden yararlanmıştı. İlk kez İngiltere'de Stokton—Darlington kentleri arasında döşenen demiryolu üzerinde yolcu taşınması,(9) ilkel taşıma sisteminden çağdaş taşıma sistemine geçişi simgeleyen bir dönemeci vurgular.

(7) Daha fazla bilgi için bkz: Dr. ZİYA ERALP, Turizmin Toplumsal Değişime Sosyo—Ekonomik Etkisi AÜ SBF Yayınları No 374, Ankara 1974.

(8) The Travel and Tourism Encyclopedla s. 32.

(9) Arnold Ernst Pöschl Fremdenverkehr and Fremdenverkehrspolitik, Berlin 1962, s. 36.

1825 yılında gerçekleştirilen bu taşıma olayı, ulaşım teknolojisindeki devrimi somutlaştırdığı kadar, çağdaş turizme geçişi de vurgulayan bir önemdedir aynı zamanda. Çünkü, sadece at veya atla çekilen arabanın taşıma kapasitesine dayalı bir ulaşımın yerini, makine gücünden kaynaklanan taşıma kapasitesine dayalı bir turizm almıştır bu tarihte. Yukarıda belirttiğimiz gibi, 1770 yılında iplik bükme makinesinin yapılması nasıl sanayi devriminin başlangıcını simgeleyen bir olaysa, at veya herhangi bir hayvan gücüyle çekilen taşıt yerine, 1825 yılında buhar gücü ile vagonların demir raylar üzerinde yürütülmesi, çağdaş turizme geçişi vurgulayan başat bir olay olarak değerlendirilmelidir.

Bu değişim, kısa bir süre sonra, yolcu taşımacılığında, dolayısıyla bir yöreden öbürüne insan devinimi sayısal olarak şu çarpıcı boyutlara ulaştırmıştır:(10)

– Ray üzerinde yolcu taşınmasından 15 yıl sonra, İngiltere'de 1840 yılı Paskalya Tatilinde (3 gün için) sadece bir kentten öbürüne demiryolu ile 15.000 kişi yolculuk yapmıştır.

– 10 yıl sonra yani 1854'te yine İngiltere'de tren yolcusu sayısı 79 milyon kişiye yükselmiştir. Bu sayı, o tarihteki İngiltere nüfusunun (18 milyon) 4,4 katıdır.

– Demiryolu çağının başında Büyük Britanya Adaları'ndan Kıt'a Avrupasına geçenler yaklaşık olarak 100.000 kişi iken, 40 yıl sonra bu sayı, 500.000 ne ve 20 inci yüzyıla girerken 1.000.000'na yükselmiştir.

Görülüyor ki; ulaştırma sisteminin yüksek taşıma kapasitesiyle donatımına yol açan teknolojik devrimin ilk meyvaları, bir yöreden öbürüne insan akımının büyümesine, yani turizmin gelişmesine yol açmıştır.

Çağımızda kara-deniz ve hava taşıt araçlarının hem ulaştıkları hız, hem de bir yıldan öbürüne taşıdıkları yolcu sayısını belirlemeğe gerek duyuyoruz. Bu gelişimin çarpıcı niteliğini bir örnekle açıklayalım: Çağımızda bir yolcu gemisinin, ortalama beş kişiden oluşan aile birimi hesabıyla, 400 aileyi –yani 2000 kişilik bir kasaba nüfusunu her çeşit gereksinmelerini (rahatlık, dinlenme, eğlence) karşılayarak taşıdığını veya bir yolcu uçağının 80–100 aileyi –yani 300–500 nüfuslu bir köyü– birkaç saat içinde okyanuslar ötesine ulaştırdığını belirtmekle yetinelim.

Yine başlangıç yıllarına dönersek, ulaşım teknolojisindeki devrimin, taşımacılıkta, önemli bir başka sorunu da birlikte getirdiğine tanık oluruz: Şöyle ki; teknolojik devrim öncesi taşıtlarla yapılan ulaşımın göze çarpmayan bu sorun, 1825 yılından sonra, tren yolcusu sayısının birden artması, yani toplu taşımanın ortaya çıkması üzerine, seyahat edenlerin sağlık dahil her çeşit güvenliklerinin sağlanması gibi toplumsal bir gereksinmeyi gündeme getirmiştir.

(10) Travel and Tourism Ancylopaedia, s. 34.

Böyle bir sorunun çözümü için, taşımacılığın kamu örgütlerince denetlenmesi gereği işte bu dönemde toplumsal kabul'e kavuşmuştur. Örneğin vagonların en çok taşıyacağı yolcu sayısı yanında, kişinin rahatlık ve güvenliğini sağlayan biçim ve ölçüde yapımı ve donatımı yasal bir düzenleme kapsamına alınarak bu toplumsal gereksinme karşılanmıştır.

Bu çeşit düzenlemelere yine İngiltere'nin öncülük ettiğini belgeler kanıtıyor. Gerçekten, demiryolu ile ilk yolcu taşındığından 19 yıl sonra, yani 1844 de taşımacılık, İngiltere Parlamentosunun kabul ettiği bir yasa ile kamu denetimi kapsamına alınmıştır. Bununla taşımacılar, yukarıda belirttiğimiz ilkelere uyarak standart hizmet üretmekle yükümlü kılınmıştır.(11)

Sonradan bu alanın hem ulusal hem de uluslararası düzeyde çok daha geniş kapsamlı ve ayrıntılı yasal düzenleme ve denetim kapsamına alındığını biliyoruz.

B. TURİZMİN GELİŞİMİNİ HIZLANDIRAN ETMENLER

Yukarıda belirttiğimiz gibi, ulaştırma sisteminin yüksek taşıma kapasitesiyle donatımına yol açan teknolojik devrim, daha başlangıçta, yolcu sayısının kısa sürede bir kaç kat artmasına neden olmuştur.

Buradan bir genellemeye geçerse söz konusu devrimin başlıca şu doğrultularda geniş kapsamlı ve yoğun içerikli değişimlere yol açtığını saptarız. Bunlar bir bakıma turizmin gelişimini kamçılayıcı etmenler olarak değerlendirilmelidir:

(1) Taşıt'ların kısa sürede irak yörelere ulaşabilmesi o zamana değin ancak yoğun nüfuslu yerleşim merkezlerine özgü bir uğraşı çeşidi olan turizmi kırsal alana da sıçratmıştır.

(2) Yine taşıt'ların çok sayıda insanı bir seferde taşıyabilmesi, yüksek kapasitede konaklama tesislerinin varış yerinde yapımı sürecini başlatmıştır.

(3) Taşıt'ların ulaştığı hız nedeniyle yolda geçen sürenin azalması, konaklama yerinde kalış süresini uzatarak, turist başına düşen harcama hacmini genişletmiş ve bundan, hem konaklama tesisleri (geceleme sayısındaki artış nedeniyle) hem de yerel ekonomi (daha uzun süre kalış nedeniyle) daha çok yararlanmıştı.

(4) Bu sonuncu etmen, turizmin ülke ekonomisi için kaynak yaratan bir sektör olarak öncelik almasına neden olmuştur.

(5) Toplu taşıma, yolcu başına taşıma ücretini ucuzlatarak düşük gelir düzeyindekilerinin yani nüfusun geniş tabanının da seyahate katılmasına olanak sağlamıştır.

(11) a.g.ö. s. 36.

(6) Yine çok sayıda insanın kısa sürede kıt'alar ötesine, deniz aşırı ülkelere taşınabilmesi, turizmi uluslararası kültürel-ekonomik ve siyasal ilişkilerde ağırlıklı bir öge haline getirmiştir.

(7) Son olarak ulaşım teknolojisindeki devrim, taşıt'ların kendisini, sadece yolculuğu değil, gezi ve konaklamaya da olanak veren araç ve gereçlerle donatılması sürecini başlatmıştır. Bu gelişim, konaklama tesisleri yanında sadece ulaşım sistemine dayalı bir turizm çeşidinin de ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Özetlersek; başka alanlardaki değişimleri dikkate almasak bile, sadece ulaşım teknolojisindeki devrim, **İTİCİ BİR GÜÇ** olarak, turizmin çağımızdaki içerik ve boyutlara ulaşmasına yetmiştir. Başka bir deyişle, ulaşım teknolojisindeki devrim ve devrimlerden turizm sektörü, hemen aynı ölçüde etkilenmiş ve devrimsel bir değişime uğramıştır. Bundan çıkardığımız sonuç şudur:

Herhangi bir mekâna bağımlı turizm sektörünün boyutları ve içeriği ulaşım sisteminin önce taşıma kapasitesine ve hızına, sonra söz konusu mekânın sınırları içinde varabildiği iraklıklara bağlıdır. Turizm, bu olanaklar ve sınırlılıklar içinde gelişebilen bir sektördür.

C. TURİZM PAZARLAMASINA YÖNELİK ÖRGÜTLERİN ÇIKIŞI

Seyahate katılanlar sayısının hızla artması, pazarlamaya yönelik çabaların da ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Bu alandaki gelişimin o dönemle ilgili örnekleri şunlardır(12):

— Çağımızdaki nitelikleri içerir bir seyahat acentası ilk kez 1841 yılında İngiltere'de kurulmuştur. Günümüze kadar varlığını sürdüren bu seyahat acentası (Thomas Cook), bir kent'ten öbürüne toplu gezi düzenleyerek ilk turizm pazarlamasını gerçekleştirmiştir.

— Önce İngiltere'deki kentler arası seyahatler için başlatılan pazarlama, 1867 yılında Paris'i de kapsamına alarak İngiltere dışına taşmıştır.

Bu olay, turizm pazarlamasının uluslararası içerik kazanmasının bir başlangıcı olarak değerlendirilmelidir.

— Aynı bağlamda bir başka gelişim, turizm pazarlamacısı örgütlerin, deniz aşırı ülkelere yayılmalarıdır. Yani, örgütün ülkelerarası bir şebeke kurmasıdır. Örneğin, 1841'de Londra'da kurulan ilk seyahat acentası, 24 yıl sonra, yani 1865'te New York'ta da bir şube açarak, pazarlamayı ülkelerarası düzeye çıkarmıştır.

(12) a.g.ö. s. 17.

—Turizm ürününün giderek pazarlanabilir hale gelmesi, kısa sürede turist sayısının da artmasına neden olmuştur. Örneğin Londra'dan Paris'e 1867 yılında düzenlenen ilk geziye katılanlara kıyasla on yıl sonrakilerin sayısı, 25 kat daha artmıştır.

Böylece turizm ürünlerinin sunumları da kitlesel üretim konusu her mal gibi, özgün tanıtma ve reklam teknikleri aracılığı ile turizm pazarlarına ulaştırılır olmuştur.

Öbür yandan bu gelişim, ulaştırma sisteminin hizmet çeşitlerine ve turizm endüstrisinin sunumlarına "PAZARLANABİLİRLİK" ölçütünü yani "STANDAR-DİZASYONU" getirmiştir.

Günümüzde turizm piyasasında sunulan "PAKET TUR" dediğimiz belirli nitelikteki taşıma, konaklama ve geçici süre kalışı kapsayan tüketim normlarının bileşkesi niteliğindeki tek fiatlı **TURİZM ÜRÜNÜ**, yukarda belirttiğimiz aşamalar sonucu ortaya çıkmıştır.

IV. ÇAĞDAŞ TURİZME GEÇİŞİ HAZIRLAYAN SOSYAL ETMENLER

A. İNSAN HAKLARININ İÇERİK KAZANMASI

Bu çizgide, iç ve dış savaşlar, sosyal içerikli toplum hareketleri farklı nitelikte bir etmenler kümesi olarak vatandaş—devlet ilişkilerini değişik platformlarda oluşturma sürecini başlatmıştır. Bu sürecin odaklaştığı noktada ortaya çıkan **İNSAN HAKLARI** kavramı, vatandaş—devlet ilişkilerini yönlendiren başat nirengi olarak toplumsal kabul görmüştür. Bu açıdan kişinin turizm olgusuna varlık veren davranışlarının dayanağı da İnsan Haklarını oluşturan öğeler arasındadır. Yani çağa göre ve ülkelerin siyasal rejimlerinden kaynaklanan tutumlarına göre, İnsan Hakları içinde yer alır ya da almaz. Bu açıdan, İnsan Haklarının seyahate olanak veren bir içerik kazanması turizm devinimlerine de kaynaklık eder.

Demek oluyorki, İnsan Haklarının belirli bir içeriğe ulaşması ile turizm arasında organik bağımlılık vardır. Böyle bir bağımlılığın oluşması ise, evrimsel aşamalardan geçmiştir. Anayasalar hem bu evrimsel aşamanın belgeleri hem de söz konusu içeriği kurumsallaştıran yapıtlarıdır. Şimdi bunlardan turizm ile organik bağı olan başlıcaları nelerdir, onları görelim:

1. Seyahat Özgürlüğü

Kişinin temel hak ve özgürlüklerinden biri olan seyahat özgürlüğünün İnsan Hakları kapsamına alınışı, uzun bir tarihsel aşamadan geçmiştir.

"1789 İnsan ve Yurtdaş Hakları Bildirisinin 7 inci maddesi, hiç kimse yasada öngörülen haller ve belirtilen şekiller dışında suçlandırılmaz ve tutuklana-

maz diyordu. Bu esasa dayanarak, seyahat özgürlüğü de bütün genişliği ile uygulanıyordu. Fakat zamanla devletler arasındaki rejim değişiklikleri ekonomik görüş farkları ve insanların dünyaya bakış açılarının değişmesi, seyahat eden herkesi şüpheli bir kişi haline getirmiştir. Bu yüzden birçok denetimler, kimliği tanıtmaya zorunlu, bir pasaport bulundurma mecburiyeti ortaya çıkmıştır.(13)"

Kişiyse seyahat özgürlüğü tanınması ilke olarak siyasal sınırlar içinde çözümlenen bir sorundur.. Yani bir iç hukuk sorundur. Önce yasaların koyduğu sınırlar içinde, sonra kamu yönetiminin davranışına kaynaklık eden değer yargılarının niteliği ölçüsünde seyahat özgürlüğünden söz edilebilir. Bu açıdan her ülkeye özgü bir seyahat özgürlüğü uygulaması ortaya çıkar.

Seyahat özgürlüğünün öbür yönü uluslararası niteliğidir. Bunun kişisel bir hak olarak uluslararası alanda ele alındığı görülür. Bunlardan birisi, Birleşmiş Milletlerin kuruluş belgesi niteliğindeki Evrensel İnsan Hakları Bildirisi'dir. Bildirinin 13 üncü maddesi, kişiyse, herhangi bir Devletin Ülkesinde, özgürce dolaşmak ve oturmak hakkı tanımıştır. Kişi kendi ülkesi dahil bir ülkeden istediği zaman ayrılıp yine oraya dönebilir. Böyle bir ilkeyi, ülke içinde ve ülkelerarasında turizm amaçlı insan deviniminin temel yasal kaynağı olarak değerlendirmek gerekir.. Uluslararası hukuk, bildiride yer alan seyahat özgürlüğünü iç hukukta olduğu kadar kesinlikle güven altına alamasa bile, turizmci ve kamu kesimindeki turizm görevlileri bu ilkeye işlerlik getirecek çabalardan geri kalmamalıdır.

2. Ücretli Tatil

Sanayileşmenin ilk plânda toplulukların sınıfsal görünümünü etkilediğini ve sosyal yapıda değişimlere neden süreçleri başlattığını biliyoruz. Bu değişimlerden birisi, işçi-işveren gibi iki yönlü ilişkilerden kaynağını alan hak ve yükümlüklerin, toplumsal nitelikte öğeler arasına girişidir. Söz konusu ilişkilerin yine toplumsal yaşama katılan ürünlerinden birisi, **ÜCRETLİ TATİL** kavramıdır.

Bu da kısaca şöyle bir tarihsel evrim geçirmiştir

Konu önce, bir sağlık sorunu olarak ortaya çıkmış ve giderek kamu oyunda tartışılır bir ağırlığa ulaşmıştır. Birinci Dünya Savaşını izleyen yıllarda ise İngiltere'nin sanayi kentlerinde ücretli tatil, sloganlaştırılarak gösteri ve toplu yürüyüşleri sürükleyici bir güce ulaştırmıştır.

Sonuçta bu gelişim, ürününü vermiş ve ilk kez İngiltere'de 1925 yılında 1,5 milyon işçi ücretli tatil olanağını elde etmiştir. Varılan bu aşama, yukarıda belirttiğimiz gibi, gösteri ve toplu yürüyüşler sonucu oluşturulan kamu oyu baskısı altında sağlanan fiili bir durumu yani yasalaşmadığı için çalışanların tümünü kapsamıyordu. Çalışanların tümünü kapsayıcı aşamaya 1930-1939 yılları arasında yani 10 yıllık bir dönemde sürdürülen çabalar sonunda ulaşılmıştır. Bir yandan

(13) Prof. Dr. İhan F. Akın, Temel Hak ve Özgürlükler, İÜHF Yayınları No 347, s. 187.

işçi örgütleri öbür yandan Milletlerarası Çalışma Teşkilatı tarafından yürütülen girişimler sonucu Batı ülkeleri, yani sanayileşmiş ülkeler parlamentoları "Ücretli Tatil"i yasalaştırmışlardır. Sadece İngiltere'de o dönemde bu hakdan yararlanma durumunda olanların sayısı 11 milyon kişiyi bulmakta idi.

Böylece söz konusu insan hakları anlayışına yeni bir kavram katılırken, bunun pratikte yasal bir hak olarak kullanımı yoluyla turizm alanındaki başlıca etkileri şu doğrultularda kendini göstermiştir⁽¹⁴⁾:

İşçiler için sağlanan bu yeni statü, nüfusun en kalabalık kesiminin tatil gereksinmelerini karşılayacak yeni örgütlerin doğumuna neden olmuştur. Bunlardan birisi turizm pazarlaması alanında kurulan İşçiler Seyahat Birliği (The Workers Travel Association) dır.

İşçilerin turizm amaçlı gezilerini düzenlemek için kurulan bu örgüt daha 1937 yılında, 24.000 adet rezervasyon yapmıştır.

İkincisi, konaklama tesisleri alanındadır. Örneğin yine İngiltere'de GENÇ—LİK OTELLERİ BİRLİĞİ'nin kurulması bu döneme (1931) rastlar.

Demek oluyor ki, 1930 larda turizme elverişli böyle bir yasal ortamın oluşması özellikle çağımızdaki kitle turizmine geçişe kaynaklık eden başat etmen niteliğindedir.

3. Sosyal Güvenlik

Sosyal güvenlik İNSAN HAKLARI kavramını oluşturan temel öğelerden birisidir. Bu hak, yalın anlamda birey için YARINI'ni güvence altına almak gereksinmesinden kaynaklanır. Kişinin geçici veya sürekli olarak çalışmasına engel bir durumu nedeniyle ücretinin kesilmesi, kendisinin ve ailesinin yaşamına yönelik bir tehlike olarak belirir. Bu geniş perspektif içinde sosyal güvenlik, bir ülke halkının bugünü ve yarınına güven altına almayı amaçlayan ve birbiri arasında sıkı bir birlik ve uyum kurulmuş olan bir kurumlar bütünüdür. Bundan anladığımıza göre, sosyal güvenlik mesleksi, fizyolojik veya sosyo—ekonomik riskten ötürü geliri sürekli ya da geçici olarak kesilmiş kimselerin geçinme ve yaşama gereksinmelerini karşılayan bir sistemdir.

Bir başka görüş ise, Sosyal Güvenlik'i, risklerin düzenli ve uyumlu bir sistem içinde karşılanmasını amaçlayan bir ödemeler örgütlenmesi biçiminde tanımlamaktadır. Buna göre de Sosyal Güvenlik'in esas amacı, çalışma gücünü, beden ve ruh sağlığını sürdürmek için gelir kaynaklarını sürekli ya da geçici bir biçimde kaybedenlere toplum olarak yardım etmek yoluyla onları, gereksinmelerinin tut-saklığından kurtarmaktır. Konu bu tanımlamaların sınırları, içinde düşünülür ve değerlendirilirse, sosyal güvenlik'in herşeyden önce kişi gelirinin duraksamadan sürdürülmesini amaçlayan bir sistem olduğu anlaşılır.⁽¹⁵⁾

(14) L.F. LICKORISH, Travel and Tourism Encyclopaedia, s. 58.

(15) Prof.Dr. Cahit Talas, Sosyal Ekonomi, AOSBF, No. 337, Ankara 1972, s. 527—528.

Turizm açısından sistemin önemi şudur:

İlerde göreceğimiz gibi, seyahat eden kişi yönünden turizm, bu olayı gerçekleştirmeyi sağlayan mal ve hizmetleri satın alabilecek bir potansiyele sahip olmakla ortaya çıkar. O halde, herhangi bir nedenle çalışamaz duruma geldikleri için geliri kesilenler, kendiliklerinden turizm devinimi dışında kalacaklardır. Demografi (Nüfus Bilimi) açısından durumu değerlendirirsek, emeklilik yaşı sınırı dışında kalanların büyük bir bölümü, doğal olarak aileleriyle birlikte turizm devinimine katılamayacaklar demektir. Nüfusun büyük bir kesiminin üstelik BOŞ ZAMAN'ın ömürleri ile bütünleşenlerin turizm devinimi dışında kalmaları, bir bakıma turizmi toplumsal bir olgu olmaktan çıkarır.

O halde sosyal güvenlik, emeklilik sigortası yolu ile nüfusun geniş bir kesitini gelirinden yoksun bırakmayarak turizm devinimi içinde kalmalarına elverişli sistemsel bir olanak yaratmıştır. Çağımızda Turizm Endüstrisi, bunu potansiyel bir istem olarak değerlendirmiş ve özgün niteliği nedeniyle öbürlerinden ayırmak için böyle bir oluşuma ÜÇÜNCÜ YAŞ TURİZMİ demiştir.

Sistemin tarihsel evrimi, önce Almanya'da 1883 yılında hastalık sigortasının kurulması ile başlamıştır.⁽¹⁶⁾ Turizmi ilgilendiren ihtiyarlık sigortası yine ilk kez Almanya'da 1889'da kurulmuştur.

Görülüyor ki, çağdaş turizme geçişi hazırlayan toplumsal dinamiklerden sosyal güvenlik, sanayi devriminden kaynaklanarak 19. yüzyıl sonunda bir sistem olarak varlık kazanmıştır.

B. KENTLEŞİM

Turizmin gelişimi, kentleşim ile özdeş bir süreçtedir. Bu açıdan göçebe yaşamı turizme ters düşer. Ancak, yerleşim çağına geçiş ile birlikte kentleşim sürecinin de hemen başladığı kabullenilemez. Çünkü insanların çevre ile ilişki kurmaları için yüzbinlerce yılın geçmesi gerekmiştir.

En az iki milyon yıllık bir geçmişe sahip insanlık tarihinde ilk sürekli yerleşmelerin, İsa'dan önce 6000 yıllarında MEZOPOTAMYA, MISIR ve HİNDİS-TAN'da gerçekleştiğini ve buralardaki ilkel yerleşme alanlarının ancak 3000 yıllarında şehirlere dönüştüğünü tarihsel belgelerden öğreniyoruz.

İsa'dan önce 600-400 yılları arasına rastlayan Eski Yunan uygarlığı, kentleşimi de içerir.

İlk yerleşim merkezleri savunmaya elverişlilik ölçütüne göre seçilmiştir. Özellikle Eski-Yunan uygarlığında herhangi bir yörenin yerleşim mahalli olarak

(16) a.g.e. s. 533.

seçimindeki ölçüt, yörenin kuşatılması halinde savunma ve dayanma gücü verecek kadar tarım arazisine sahip olması açısından değerlendiriliyordu. O çağda DEV-LET-ŞEHİR kuruluşundaki bu ölçüt yerleşim mahallinin büyüme sınırları açısından da kesin biçimde uygulanmıştır. Bir başka deyişle bu ölçüte göre şehirin büyümesi önceden saptanan sınırları zorluyorsa bir yeni kent (NEA-POLİS) kurmak yoluna gidiliyordu. Yalnız Roma, Dünyanın merkezi kabul edildiği için bu kuralın dışında bırakılmıştır.(17)

Rönesans, sözü edilen ölçütlerin değişimine yol açan bir akımı da simgeler. Gerçekten Rönesansı izleyen 16. Yüzyılda Batı Avrupa'da 150.000 den fazla nüfus barındıran 14 şehrin varlığı bunu kanıtlar. Paris ve Londra'da ise o çağda 250.000 insan yaşıyordu.(18)

Turizmin yuvalandığı kentleşim yine sanayi devriminden kaynaklanır. Kendi gereksinmesine yeter bir uğraşı düzeyini aşmadığı sürece, nüfus hacminde bir değişme olmamıştır. Bu bakımdan şehirler, 18 inci yüzyıla gelinceye kadar DOĞAL VERİ'lere uygun sınırlar içinde kalmıştır. Üretimin ev ekonomisi çerçevesinden çıkıp, atelye-tezgâh'a dayanır bir tekniğe geçmesi, imalâthaneler yanında ticaret merkezlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu süreç, şehirleri doğal sınırlarından ayırarak, görünümüne demir yolu, istasyon binaları, kömür depoları, hangarlar, sürekli tüten fabrika bacaları, tersaneler katmıştır. Bunun yanı sıra da başlayan göçler, düzensiz gece kondu mahallelerini ortaya çıkarmıştır.

O halde kentleşim, "şehirleri yaratan ve büyümelerini sağlayan bir nüfus hareketinin adıdır"(19) Bu hareket etki-tepki zincirleme faktörüne de elverişli ortam hazırlayarak, kasabaların hızla yüzbinlik, şehirlerin milyonluk kent haline gelmesine neden olmuştur.

Toplumsal nitelikte bir olgu olarak turizmin büyük kente özgü yaşam koşullarından etkilendiği kuşkusuzdur.

Konumuz, turizmin gelişimine yol açan ve onu hızlandıran etmenleri belirlemek olduğu için, kent'le ilgili olanlarını da bu kapsam içinde şu sıralamaya göre ele alacağız.

1. Kent'e özgü olumsuz etmenlerin turizmi geliştirmesi

a. İnsan-doğa ilişkisinin değişimi bakımından

Biliyoruz ki; nüfusun belirli bir mekân'da yoğunlaşması, insan-doğa ilişkisinde çevre sorunlarına yol açan bir süreci başlatır.

(17) Anold Ernst Pöschl, s. 32.

(18) a.g.e. s. 33.

(19) Şehirçilik Sorunları, Uygulama ve Politika, Prof. F. Yavuz, Prof.Dr. R.Keleş, Doc.Dr. C. Geray, AO SBF No 358, 1973 s. 19.

Çevre sorunları, bir bakıma oturlan yerde süregelen olağan nitelikteki insan—doğa ilişkisini doğallıktan uzaklaştıran etmenlerden kaynaklanır. Bunların başlıcaları şunlardır:

1) İklim değişmesi

Herhangi bir yerin yerleşim merkezine dönüşmesi, toprağın çeşitli yükseklikteki yapılarla ve sokaklarla örtülmesi demektir.

Böylece ilk kademede yapay dolgular ve yeni biçimler, yükseklikler ortaya çıkar. Bir başka deyişle bunlar, doğal engebeleri bozarak çevreye egemen doğal iklim verilerini değiştirir. Şöyle ki; toprak örtüsünün yerine geçen yol ve binalar, güneş enerjisinden gelen radyasyonu şiddetlendirir. Gerçekten yazın, cadde ve sokakların doğal yapıdaki bir toprak parçasına kıyasla daha sıcak olmasının nedeni budur. İkinci etmen, rüzgarın yüksek binalarla kesilmesidir. Bu, söz konusu mekânın hava akımlarından yeterince yararlanmasını engelleyerek, nem ve ısının doğal verilerden uzaklaşmasına neden olur. Bir başka etmen ise, yoğun nüfuslu yerleşim merkezlerinden havaya bırakılan duman ve gazlardır. Bunlar, bulutlaşarak güneş enerjisinden yeterince yararlanma olanağını engeller. Kısaca bu etmenler kent'e özgü yapay bir iklim yaratırlar. Örneğin kent'e ait yıllık ortalama ısı, kırsal yöreye kıyasla 2 – 5 santigrat daha fazladır. Yazın gündüzleri kent merkezindeki ısı, ormanlık yörelerden 5 – 6 santigrat daha yüksektir.(20)

2) Hava kirlenmesi—ışık fakirliği

Atmosferin doğal yapısının oluşumunda, yeryüzü dış kabuğunu örten bitki—toprak—su gibi örtülerden gelen katkıların da payı vardır. Bitkilerin saldıği karbon dioksit ve oksijen ile topraktaki bakterilerin kimyasal salgıları ve suyun buharlaşmasından oluşan nem, atmosferi yapısal bir dengede tutar. Bu denge tüm canlı yaşam için gereklidir.

Atmosferin yapısal dengesini oluşturan ve sürdüren öğelerin işlevi, mekânın yerleşim merkezine dönüşmesi nedeniyle sekteye uğrar. Bir başka deyişle topraktan atmosfere yönelik oksijen—karbon dioksit alış veriş, yavaşlar ve giderek durur. Bunun yerine atmosfere, kentsel salgılar, taşıtlardan ve bacalardan ve çöplüklerden yükselen zehirli gazlar karışır. Suyu bırakılan zararlı maddeler ise, doğal yaşamı yok ettiğinden atmosferin sudan aldığı oksijen akımı durur. Bunun yanında yine kent'den havaya karışan enerji ve çeşitli kimyasal elemanların da atmosferin yapısını olumsuz yönde etkilediğini belirtmeliyiz.

Böylece kent'in üzerinde, doğal dengeden uzak bir atmosfer örtüsü oluşur. Bu örtü evlere, odalara, bürolara işyerlerine kadar girer. Solunum bu örtü altında sürdürülür.

(20) Doç. Dr. Yüksel Öztan, Büyük Şehirlerde Hava Kirlenmesi, Milliyet Gazetesi, 31.7.1969

Daha önce belirttiğimiz gibi, yüksek binaların rüzgarları kesmesi, bu örtünün kent üzerinde yerleşmesine, oturmasına yol açar.

Öbür yandan, hem kent üzerinde yerleşen bu örtü hem de yüksek yapılar, yeterince doğal ışıktan yararlanmayı engeller. Kent ışıkça fakirleşir.

Bu oluşum, insan-doğa ilişkisini giderek koparan bir etmen olarak kent'de oturanların boş zaman elverdikçe kırsal ve köysel yörelere yani doğal dengenin bozulmadığı yerlere gitmelerini de başlatan bir başka sürecin oluşumuna kaynaklık eder. Bir bakıma turizmin gelişiminde böyle bir negatif etmenin payı büyüktür.

b. Psikolojik dengenin bozulması

Kent'in insan yaşamına getirdiği sınırlılıklar ve tedirginlikler sinir sistemini etkiler. Bunlar arasında gürültü ve trafik tıkanıklıkları psikolojik dengeyi en çok sarsıcı etmenlerdendir. Çalışanlar, günün yorgunluğunu üzerlerinden atabilmek için, dinlenmek zorundadırlar. Oysa gürültü, uykuyu engellediğinden ertesi güne işe daha önceki yorgunluklar giderilmeden başlanılmaktadır. Üst üste gelen yorgunluk yığılımı; bir süre sonra, sinirsel gerilime ve giderek çöküntüye dönüşen bir süreç başlatır.

Trafik tıkanıklığı nedeniyle uzun süre bekleyiş ve düzensizlik, sinirsel gerilimi arttıran bir başka etmendir. Kentsel yaşamda saatler süren bekleyişler, kuyruklar, bir yandan günlük dinlenme süresini azaltırken, öbür yandan yorgunluğun daha da artmasına yol açar. Bunlar, birleşik etmene dönüşerek psikolojik dengeyi bozar ve giderek yıkar.

Oysa kırsal yöreler, bu açıdan psikolojik dengeyi sağlayıcı etmenlerin egemenliğindedir. Böyle bir ortam, kent'den kırsal yöreye, turist akımının oluşumunu hazırlar. Bir başka deyişle, iki ayrı mekânın içerdiği etmenler arasındaki zıtlık, turizme kaynaklık eder.

Aşağıdaki çizelge, bu varsayımsal yaklaşımı doğruluyor.

ÇİZELGE 1: YAZ TATİLİ YAPAN FRANSIZLARIN ÇEKİM FAKTÖRLERİNE GÖRE DAĞILIMI (İÇ TURİZM)

	1965	1966	1967	1968
Tur turizmi	2.5	3.5	4.0	4.1
Deniz kıyısı	39.0	40.5	42.0	42.4
Dağ	19.5	18.0	17.0	18.1
Köysel Yöreler	34.5	33.5	32.5	31.3
Kent	4.5	4.5	4.5	4.1
Toplam	100.0	100.0	100.0	100.0

Kaynak: Tourism in OECD Member Countries Paris, 1969, s. 131.

Demek oluyor ki; doğa-insan ilişkisine dayalı dengeyi, sanayileşmenin bozması karşısında turizm, bunu yeniden dengeleyici bir etmen olarak toplumsal yaşama girmiştir.

Çizelgedeki verilerin çarpıcı yönü, deniz-dağ ve köylük yöre üçlüsünün turist akımının ortalama % 92 sini çekmesidir. Bu, yukarıda belirttiğimiz kente özgü etmenlerle, kırsal yöreye özgü etmenler arasındaki zıtlığın turizm yolu ile giderildiği anlamında yorumlanmalıdır.

2. Kente Özgü Olumlu Etmenlerin Turizmi Geliştirmesi

Kentleşim, oturlan yerin sadece sanayi tesisleriyle dolması ve yoğun nüfus barındırır bir mekân olarak somutlaşması olgusu değildir. Büyük kent, ekonomik ve sosyal kalkınmanın hem bir itici gücü hem de sonucu olduğu kadar sosyo-kültürel gelişmenin kaynaklandığı ve merkezleştiği mekândır. Bu açıdan kentleşim ve kentlerin büyümesi süreci, bilim ve sanat kurumlarının doğumu için de elverişli ortamı hazırlar; ya da bu süreç onları da kapsar. Bunun yanında büyük kent'in bir iş ve ticaret merkezine dönüşümü aynı motif'ten kaynaklanır. Ülke sınırları içinde bunlardan birinin devlet merkezi oluşu, büyük kent'e bir de siyasi nitelik verir. Öbür yandan hem ulusal hem de uluslararası düzeyde spor yarışmalarının yine büyük kente özgü bir düzenleme olduğunu unutmamalıyım.

Böylece kentler, bilim ve sanat üzerine kongre ve konferans biçimindeki düzenlemelerle, başka ülke ve kentlerdeki ilgilileri çektiği gibi; sahip olduğu iş ve ticaret potansiyeli nedeniyle de fuar ve sergi biçimindeki düzenlemelerle çekim gücüne sahip olurlar. Ulusal ve uluslararası nitelikteki spor yarışmaları büyük kente çok sayıda turist gelmesine neden düzenlemelerdir.

Bilim ve sanat konusunda olduğu kadar, tarih ve teknoloji alanında şöhretli müzeler hep kentlerde toplanmıştır. Bu varlık, kente turist akımının yönelmesinde başlı başına bir etmendir.

Son olarak, kentin siyasal bir merkez oluşu, diplomasi trafiğine yol açtığı gibi, siyasal örgütlerin belirli zamanlarda düzenledikleri toplantıları da kent'e yönelik akımı yoğunlaştırıcı bir başka etmendir.

Görülüyor ki, kent, içerdiği olumsuz etmenlerle, turist üreten bir merkez olma yanında, yine kendi içeriğinden kaynaklanan olumlu etmenlerle, turist çeken sosyo-ekonomik ve kültürel bir yapıya sahiptir.

C. SOSYO-EKONOMİK GELİŞİM

Yukarıda belirttiğimiz etmenler, turizm istemine ancak potansiyel olarak varlık kazandırır niteliktedirler. Daha doğrusu, insanları turizm amaçlı devinime yönelttiği ortamı oluştururlar. Oysa bu potansiyelin gerçeğe dönüşümü için bir başka etmen daha gereklidir.

Bu gerek, kişi bakımından gelirin, turizm istemine varlık kazandıracak bir düzeye ulaşması biçiminde ortaya konabilir.

Gerçek yaşamda, bireyin kendine göre bir "Gereksinme sıralaması" vardır. Gelir düzeyi, gereksinimleri bir sıralamaya sokar. Gelir aynı düzeyde kaldıkça belirli gereksinimler baskılarını sürdürürler.

Gelir düzeyi arttıkça, öncelik alan gereksinimlerin baskısı azalır ve daha önce sıralama dışı kalanlar karşılanması gerekli olanlar arasına girerler.

Turizm isteminin öncelikli gereksinimler arasına girmesinde de aynı kural geçerlidir. Bir başka deyişle, seyahatin özellikle dinlenme'ye yönelik bir gereksinim olarak sıralamaya girmesi, gelir düzeyi ile doğrudan bağımlıdır.

Bilindiği gibi turizm, bireylerin katılımıyla oluşur. Ancak çağımızda ulaştığı boyutları, ona, toplumsal bir nitelik kazandırmıştır. Bu açıdan turizm isteminin oluşumuna yeterli gelir düzeyinin varlığı koşulunu, bireysel açıdan değil de toplumsal açıdan değerlendirmemiz gerekir.

Konuya bu yönden yaklaşıncı, herhangi bir topluluğun turist üretir duruma gelmesinin, sosyo-ekonomik gelişme düzeyi ile doğrudan bağımlı olduğu sonucuna varırız.

Sosyo-ekonomik gelişme düzeyi önce ulusal gelirden kişi başına düşen payın yeterliliği açısından belirlenir. Kişi başına düşen gelir, uluslararası karşılaştırmalarda kalkınma düzeyini simgelediği gibi, genel anlamda bir refah ölçütüdür de.

Bu ölçütün çarpıcı bir özelliği, eğitim düzeyinde odaklaşır. Yani evrensel ölçütlere göre eğitim düzeyinin toplumsal anlamda yükselmesi, kişi başına düşen gelir artışıyla bağımlıdır. Öte yandan eğitim düzeyi ile turizm isteminin hacimsel oluşumu dolayısıyla turizm devinimine katılma arasında, doğrusal bir orantı vardır.

Örneğin Batı Almanya'da bir araştırma⁽²²⁾, ilk öğretim düzeyinde olanların % 22 sinin; orta öğretimden geçenlerin % 52 sinin ve yüksek öğretim görmüşlerin % 62 sinin seyahate çıktığı sonucunu veriyor.

Ancak burada dikkat etmemiz gerekli önemli bir ilişki vardır: Şöyle ki; gelir düzeyinin yüksekliği, eğitim düzeyini arttırdığı gibi; yani gelir hacmi, eğitimin bir fonksiyonu olduğu gibi; gelir hacminin artışı, eğitim düzeyi ile de bağımlıdır. Yani eğitim de gelirin bir fonksiyonudur bu bağlamda. Bir başka deyişle eğitim düzeyi yükseldikçe kişinin geliri artar ya da sosyo-ekonomik gelişimin yüksek düzeye ulaşması sonucu, kişi başına gelirin artması, topluluğun daha yüksek eğitim düzeyinden geçmesini sağlayıcı koşulları hazırlar.

(22) H. Schmiedhauser — Marktforschung im Fremdenverkehr, Verbandsdruckerer, Bern 1962, s. 99.

Bu, bir taraftan yukarda belirttiğimiz gibi, gereksinme sıralamasında turizme yönelik olanları, öncelik alır duruma getirir; dolaylı biçimde ise eğitim düzeyinin artmasına neden olarak, seyahat yoğunluğunun fazlalaşmasına elverişli koşulları oluşturur.

Bu noktada belirtmemiz gerekli bir yön şudur:

Toplam tüketim harcaması içinde temel gereksinmeler için olanların oranı ne olmalıdır ki, kişinin turizm için harcamaya olanağı çıksın? Burada besin, giyim, barınma, ısınma ve aydınlatmaya TEMEL GEREKSİNME'ler olarak alıyoruz. Sağlık, vücut bakımı, ulaştırma ve haberleşme, dinlenme ve eğlenme kapsamına girenleri de ÖBÜR GEREKSİNME'LER adı altında topluyoruz. Bu konuya TURİZM GEREKSİNMESİ bölümünde daha ayrıntılı değinmek üzere, şimdilik şukadarını belirtelim ki; turist üreten ülkelerin tüketim harcamaları istatistiklerini incelediğimizde(23) temel gereksinmelere yönelik harcamaların, toplam harcamaların en çok % 70'ine kadar ulaştığı sonucuna varıyoruz.

Demek oluyor ki; kişi veya aile başına düşen gelir öyle bir düzeye ulaşmalıdır ki; gelirin, gereksinmeler arası dağılımında bu düzey, temel gereksinmeler için harcanan % 70 oranını aşmamalıdır. Böyle bir koşulun gerçekleşmesi sosyo-ekonomik gelişmeden kişi başına anlamlı bir payın düşmesine bağlıdır.

Günümüzde turist üreten ülkeler bugünkü durumlarına, toplumsal değişim sürecinden geçerek gelmişlerdir. Sosyo-ekonomik gelişmenin, turizm istemini oluşturacak belirli bir düzeye ulaşması ise, söz konusu toplumsal değişim sürecinin bir ürünüdür. Bunu, çağdaş turizme geçişi hazırlayan toplumsal bir etmen olarak değerlendirmek gerekir.

(23) Daha fazla bilgi için bkz. Dr. Ziya Eralp Turizm Ekonomisi, Ankara 1976, s. 74-82.

İKİNCİ BÖLÜM:

TURİZM KAVRAMI

I. GİRİŞ

Kitle iletişim araçlarının turizme giderek daha çok yer verdikleri artık sade vatandaşın da gözünden kaçmıyor. Örneğin yazılı basın, sadece haber değil, turizm konulu eğitsel nitelikte yazılara sayfalarında yer verir olmuştur. Belirli günlerde çıkan turizm sayfası veya turizm eki bunun kanıtıdır. Ayrıca "Turizm" adını taşıyan gazeteler, dergiler, bu yol ile yaşamlarını sürdürecektir tiraja ulaşmışlardır.

Turizmle ilgili haberler yanında inceleme yazılarına, röportajlara da sık sık rastlanıyor yazılı basınımızda. Turizme özgü ilginç olaylar, bazı kez okuyucu mektubu aracılığı ile de kamu oyunun ilgisine aktarılır olmuştur ülkemizde.

Turizm konulu programların TRT yayınlarına daha çok girmesi bu alandaki değişimin bir başka yönüdür. Güncel olaylarla birlikte TRT, turizmin belirli konularını işleyen programlara da yer vermektedir. Örneğin ülkemizin turizme özgü kaynakları, konaklama tesisleri işleticilerinin dertleri, turizm uzmanlarının bu konulardaki görüşleri vb. gibi belirli programlar bunlardan bir kaçıdır.

Toplumun turizm alanında bilinçlendirmeyi ve davranışlarını olumlu doğrultulara yönlendirmeyi amaçlayan TRT yayınları, giderek konuyu vatandaşa benimsetir bir etkinliğe ulaşmıştır diyebiliriz.

Öte yandan bu alandaki gelişme, turizmin, halk eğitimi programlarına da girmesini sağlamıştır. Bir başka deyişle, turizm, yurttaşların birey olarak bilmesi ve öğrenmesi gerekli konuların arasındadır artık.

Bunu destekleyen bir başka gelişim ise turizmin ilk ve orta öğretim düzeyinde işlenir konular arasına girmesidir. Bunun bir başka anlamı turizmin temel eğitim ders programlarında bir bilim dalı olarak yer almasıdır.

Toplumun turizm konusunda giderek daha derinden bilinçlenmesi anlamında yorumlanabilecek bu değişimin yanında turizmin, belirli bir meslek ve beceri dalı olarak eğitim ve öğretim alanına girdiğine de tanık oluyoruz. Örneğin orta öğretimde Turizm ve Ticaret Lisesi adı ile yer alan öğrenim kurumları, bu çeşit bir gelişimi simgeler.

Turizm endüstrisine vasıflı iş gücü sağlamak amacıyla **OTELCİLİK OKULU** gibi, uygulamalı eğitime yönelik kurumlar, bu alandaki gelişimin başka bir yönü olarak değerlendirilmelidir. Turizmin yüksek öğretim alanındaki durumu bizim ilgi alanımıza girdiği için ayrıntısına burda değinmiyoruz.

Ülkemizde turizm, kamusal örgütlenme alanında da ortaya çıkar. Örneğin, hükümet düzeyindeki örgütler arasında "Turizm" adını taşıyan bir bakanlık yer almıştır. Bir başka açıdan merkezî hükümet düzeyinde böyle bir örgütün varlığı, turizmin ülke kapsamında genel ve ortak gereksinimlerden sayıldığı ve bu nedenle de kamusal düzenleme alanına girdiği anlamını taşır.

Turizme özgü kaynakların kullanımı ve önceliklendirilmesi belli bir politikanın izlenmesini de gerektirir. "Turizm Politikası" bunu amaçlayan süreçlerden oluşur. Toplumsal kalkınmada turizme özgü kaynaklardan itici bir güç olarak yararlanmayı maksimize edecek yaklaşımlar, çözümler ve yöntemler Turizm Politikasının içeriğini oluşturur.

Ülkemizde 1963 yılından bu yana başlatılan **PLANLI DÖNEM**, bir anlamda sektör politikalarının **KALKINMA PLAN**'larında bütünleştirilmesini amaçlayan bir evreyi simgeler. Bu açıdan turizm, ekonomiyi oluşturan sektörlerden biri olarak ekonomik-sosyal kalkınma planlarında tarım, sanayi, ulaştırma vb., özgün politika olarak yer alır. Öte yandan kaynak yaratıcılığı ve özellikle ülke ekonomisinin gereksediği dış alım gücünü sağlayıcı niteliği ile de kalkınma planlarında öbür sektörlerden farklı bir öncelikte değerlendirilir.

Turizm, uluslararası ilişkilerin de önemli konularından birisidir. Çağımızda evrensel hukuk düzeninden kaynaklanan elverişli ortam, ulaşım sisteminin de yer yüzü çapında bütünleşmesi sonucu, bir ülkeden öbürlerine, bir iklim kuşağından başka iklim kuşaklarına yönelik turizm amaçlı devinime katılanların sayısı artık yüz milyonlu rakamlarla anlatılır olmuştur. Bu hacimde ki bir devinimin, beraberinde getirdiği yönetimsel, hukuksal, siyasal ve ekonomik, özellikle parasal sorunları kuşkusuz uluslararası kapsamda ve düzeyde ortaya çıkar. Bunların evrensel ölçütlere göre kurallara bağlanması hem turizm devinimini daha geliştirici hem de söz konusu sorunları çözümlere ulaştıran bir süreçtir çağımızda.

Yukarıda sözünü ettiğimiz, turizme özgü kaynakların kullanımına bu kapsam ve çeşitlilikteki uluslararası ilişkileri de yerleştirmek durumundadır.

Yukarıda sözünü ettiğimiz, **TURİZM POLİTİKASI**, turizme özgü kaynakların kullanımına bu kapsam ve çeşitlilikteki uluslararası ilişkileri de yerleştirmek durumundadır.

Turizm, yine evrensel düzeyde barışı sağlama çabalarını destekleyici ve pekiştirici bir olgu olarak da uluslararası gündemin demirbaş konusudur. Bir başka deyişle turizm, uluslararası ilişkilerde sosyo-politik bir olgudur ve Birleşmiş Milletlerle ona bağlı kuruluşların başlıca uğraşları arasındadır artık çağımızda.

Toplumsal yaşamda ve evrensel düzeyde turizmle ilgili konular ve sorunlar kuşkusuz yukarıda belirttiklerimizle sınırlandırılmaz. Ancak, bu kapsam içinde değindiklerimiz bile, turizmin güncel ve toplumsal olduğu kadar; çok yönlü niteliğini ortaya koymaya yeter.

Konuyu, yukarıdaki örneklerden yararlanarak irdelediğimizde şu nirengiler ortaya çıkıyor: Turizmin bir yandan kitle iletişim araçları, öte yandan eğitim kurumlarıyla toplumun bilincine sunulması onun ilgi alanına aktarılması süreci yanında, devlet yaşamında belirli örgütlerin görevlendirilmesine neden bir kaynak durumuna gelmesi ve ayrıca belirli bir uğraş alanına dönüşmesi, kuşkusuz çözümünü gerekli çeşitli sorunların doğmasına neden oluyor. Önce bu sorunların çözümünde, yaklaşım yöntemlerinin araştırılması, bilimsel bir çabayı gerektirir. İkincisi, turizme özgü kaynakların varlığı, bu yaklaşımı bir bilgi eylemi olarak sürdürmeyi zorunlu kılar. Böylece turizmin kendisi bir bilim olarak ortaya çıkar.

Öte yandan turizme özgü kaynaklar, bunların işlenmesi, pazarlanması turizm isteminin oluşumu ve yönlendirilmesi, ulaştırma sisteminin turizmdeki konumu ve nihayet bir endüstri dalı olarak turizm vb., gibi konular, bu bilim dalının içeriğini oluştururlar. Turizme özgü kaynaklardan ekonomik kalkınmada yararlanmak için en uygun çözümlerin aranması ve önerilmesi de sektöre dayalı bir politika olarak ortaya çıkar.

Bu açıdan, hem ülkemizde hem başka ülkelerde turizm, eğitim kurumlarının düzeylerine ve uzmanlık derinliklerine göre, çeşitli başlıklarla öğretim programlarına girer.

Biz bu kitabımızda, turizmi, makro düzeyde fakat gelecekteki sorunları çözecek anahtarları da verecek bir içerikte irdeleyeceğiz.

Bu genellemeden sonra, berrak kavramlara varmak için önce turizm olgusunu kalın çizgileriyle belirlemeğe yardımcı olacak nirengileri saptamaya çalışalım.

II. KAVRAMSAL AÇIKLAMALAR

A. YERDEĞİŞTİRİM

Turizm olgusunu belirleyen nirengilerden biri, **YERDEĞİŞTİRİM**'dir. Birey'in oturduğu yerden sürekli veya geçici ayrılışına **YERDEĞİŞTİRİM** diyoruz. O halde oturulan yer, bireyin **STATİK** durumunu anlatıyorsa, buradan sürekli veya geçici ayrılış, onun **DİNAMİK** durumu olarak belirlenir. Yerdeğiştirim, bu dinamik durumun kendisidir.

Turizm kökünde böyle bir dinamikten kaynaklanır. Ancak hemen şunu belirtelim ki; her **YERDEĞİŞTİRİM** ile turizm arasında organik bir bağ kurulamaz. Buradan turizm olgusunu ortaya çıkarıcı yerdeğıştirimleri öbürlerinden ayırıcı bir ölçüt daha ortaya çıkıyor. Bu, birey'in mekânla kurduğu ilişkinin niteliğine dayalı bir ölçüttür.

Şimdi bunu görelim.

B. BİREY-MEKÂN İLİŞKİSİ'NİN YAPISAL ÖZELLİĞİ

Birey'in çeşitli mekânlarla kurduğu ayrı ayrı ilişkilerin yapısal özellikleri hem onun statik durumunu, hem de yerdeğıştirim halinde, davranışının turizm olgusuna varlık kazandırıp kazandırmadığını da vurgular. O halde belirli bir özellik içeren **BİREY-MEKÂN** ilişkisi, yerdeğıştirimler arasından turizme özgü olanların ayırımında bir ölçüttür. Bunu ortaya çıkarmak için önce oturma yerinden başlayalım:

Birey'in statik durumunu yansıtan mekân ilişkisi, oturma yeri (ikametgah) olarak somutlaşır. Oturma yeri bireyin hukuksal ve ekonomik ilişkilerini merkezileştirdiği coğrafik mekândır.

Anayasa ve yasalardan kaynaklanan⁽¹⁾ hakları kullanma, Birey'in mekânla kurduğu hukuksal ilişki yoluyla gerçekleşir. Örneğin seçme, seçilme, çalışma, dava açma yani hak arama, şikayet hakkını kullanma vb., **KİŞİ-MEKÂN** bağında hukuksal ilişki olarak ortaya çıkar. Konut ve uğraş yeri, günlük yaşamda kullandığımız **ADRES**, bir yerde **KİMLİK** kavramını somutlaştırır ve bu yol ile **KİŞİ-MEKÂN** bağı hukuksal nitelik kazanır. Öte yandan bu bağ, birey'in **STATİK DURUMU**'nu yansıtır.

Öbür yandan uğraşısı karşılığı sağladığı gelir ve bu nedenle dul, yetim aylıkları vb. gibi aldığı ödentiler vb. aynı zamanda mekânsal bağımlılık içinde ortaya çıkan ekonomik ilişkilerdir. Kuşkusuz bu çeşit ilişkiler somut bir mekânda geçerler. İşte bunu belirlemek için **COĞRAFİK** sözcüğünü ekliyoruz. Bireysel açıdan yeryüzü, bu çeşit coğrafik mekânlardan oluşur. Çünkü her birey'in (çalışma yaşı içinde) dünyamızda bir oturma yeri vardır.

Ev, konut (mesken) hane, daire, apartman, mağaza, dükkân, ötelye, fabrika, büro, çiftlik, yazıhane, muayenehane vb. gibi yerler, bireysel kapsamda somutlaşmış oturma yeri anlamına gelir.

Mahalle, köy, sokak, cadde, semt, yöre, bölge, kasaba, şehir, kent, memleket, yurt, ülke vb. toplumsal açıdan somutlaşmış oturma yerleridir. Yukarıdakiler, bu sonunculardan en az biri içinde yer alır. Hangi adı taşırsa taşısin oturma yeri bu nedenle kesin kes toplumsal nitelik taşır.

(1) Bunu, kanun, tüzük, yönetmelik ve uluslararası andlaşmalar vb. gibi geniş anlamda kullanıyoruz.

Birey'in ekonomik ve hukuksal ilişkileri birden fazla mekânda merkezleşebilir veya birden fazla mekân arasında çeşitli yoğunluklarda dağılır. Bunları şu deyimlerle birbirinden ayırıyoruz.

- OTURMA YERİ
- OLAĞAN OTURMA YERİ
- SÜREKLİ OTURMA YERİ

Mekânla kurulan ilişkilerin niteliği, çeşidi yoğunluğu ile oturma sürelerinin uzunluğu, bu oturma yerlerinin ayırımında birer ölçüt olduğunu belirlemekle yetinelim.

C. YERDEĞİŞTİRİMİ ANLATAN SÖZCÜKLER ve ARAÇLAR

Bu açıklamaların ışığında YERDEĞİŞTİRİM, kişinin oturduğu yerle kurduğu ilişkilerin dışına çıkması anlamındadır. Onun, başka bir coğrafik mekâna yönelik devinimi (hareket) YERDEĞİŞTİRİM'dir.

Bu nedenle Birey'in yukardaki anlamda oturduğu yerden ayrılmasını onun DİNAMİK DURUM'u olarak belirliyoruz.

YOLCULUK, SEYAHAT, GEZİ bu onun dinamik durumunu anlatmak için yararlanılan sözcüklerdir. Ancak aralarında önemli anlam farkları olduğunu hemen belirtelim. Şöyle ki; yolculuk, ulaşım sistemi aracılığı ile gerçekleştirilen bir yerdeğıştirmedir, varış yerine ulaşınca kadar sürer. hemen belirtelim:

Şöyle ki; YOLCULUK, ulaşım sistemi aracılığı ile gerçekleştirilen bir- yerdeğıştirmedir, varış yerine ulaşınca kadar sürer.

Taşıt çeşidine göre ise yolculuk, belli başlı şu ayırımlarda ortaya çıkar:

- Gemi (deniz) yolculuğu
- Otobüs-oto yolculuğu
- Tren yolculuğu
- Uçak yolculuğu vb. gibi

Bu açıdan yolcular, taşıt çeşidine göre de ayrılırlar. Gemi yolcusu, uçak yolcusu vb. gibi. O halde yolculuk, YERDEĞİŞTİRİM olayının sürekli devinim halini anlatır.

SEYAHAT, çeşitli anlamlara gelen bir sözcüktür. Yerdeğıştirim'in sadece "yolculuk"da geçen kesimini kapsadığı gibi; tümünü yani konaklama ve yeniden oturan yere dönüşü de kapsar. Ya da, sadece gidilen yeri belirtmek için bu sözcükten yararlanır.

GEZİ, birey'in dinlenme, ilginç yöre ve olayları seyir gibi amaçlarla yaptığı yolculuğu veya seyahati anlamındadır. Bu nedenle gezi birey'in özgür kararıyla gerçekleşir. Oysa birey'in seyahate çıkışı kendi iradesi dışında oluşan nedenlere de dayanabilir. O halde gezi, dar anlamda bir seyahattir.

Demek oluyor ki, **YERDEĞİŞTİRİM**, yolculuk, seyahat ve gezi sözcüklerinin duruma göre anlamlarını içerir ve oturlan yerden ayrılma ile başlayan bir dizi olaylar zinciridir. Bu zincir içinde yerdeğiştirim, ulaştırma sistemi aracılığı ile gerçekleşir. Bir başka deyişle yerdeğiştirim, ulaştırma sistemine bağımlıdır. Bu açıdan ulaştırma sistemi turizmde başat etmendir. Çünkü, ulaştırma sisteminin yararlanmadan yerdeğiştirim gerçekleştirilemez; böyle bir durumda ise, turizm'den söz etmek olanak dışıdır.

III. GÖZLEMLER

A. OTURMA YERİNE ÖZGÜ KOŞULLAR AÇISINDAN YAKLAŞIM

Her sosyal olguda olduğu gibi, turizm amaçlı devinimler de toplumsal değişimin belirli bir aşamasında ortaya çıkmışlardır. Yanlış bir anlamayı daha başlangıçta önlemek için, şunu vurgulayalım ki; turizmi bireysel bir olay değil toplumsal olgu niteliği ile ele alıyoruz. Bu nedenle toplumsal değişimin belirli bir yoğunluğa ulaştığı evrede ancak turizmden söz edilebileceği savındayız.

Bu başlangıçtan sonra, hangi çeşit yerdeğiştirimlerin turizm sayıldığı; hangilerinin sayılmadığını ayırdedici ölçütlerin saptanmasına sıra geliyor. Yukarıdaki yaklaşımın koşutunda söz konusu ölçütlerin saptanmasının tarihsel bir çizgiyi izlediğini ve bunun, önce gözlemlere dayalı olarak belirlendiğini vurgulayalım. Ancak, turizm, en az iki ayrı mekân da geçtiği için, gözlemler de bu kurala uyumlu biçimde mekâna bağımlı olarak yapılmıştır. Bunlardan biri, oturma yerine yönelik olanlardır.

Bu kümeye giren gözlemcilerin çıkış noktası şudur: 18. yüzyıl sonlarına doğru, sanayileşme ve teknoloji alanında kaydedilen gelişim toplumsal değişimin başlıca dinamiği olarak gittikçe hızlanan bir etki-tepki mekanizması içinde batı toplumunu yeni bir dönemece ulaştırmıştır. Varılan bu noktanın turizm açısından önemi, yerleşim merkezlerinin yapısal değişime uğramalarıdır: O zamana kadar egemen uğraşları tarıma dayalı kasabalar, bu değişimle birlikte bir yandan yoğun nüfus barındırır merkezlere dönüşürken, öbür yandan görünüşleri de değişmiştir. Kent peyzajına, istasyon binaları, yüksek bacalı fabrikalar girmiştir. Oysa üretimin el işi karakterini koruduğu sürece, şehirlerin büyümesi, onun doğa ile bütünleşen yapısını o zamana dek bozmadı. Bir başka açıdan köylerin boşalması anlamına gelen bu değişim, çevre sorunlarının kaynaklandığı bir süreci de başlatmıştır. Böyle bir ortamda doğa ile yeniden ilişki kurmaya yönelik davranışların gözlem konusu olacak kadar yoğunlaştığını 1905 yılındaki şu gözlemden çıkarıyoruz:

"Modern anlamda turizm, gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinmelerine; doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayi gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren "modern" çağa özgü bir olaydır."(2)

Demek oluyor ki; sanayileşme ve ondan kaynaklanan sosyo-ekonomik değişimler, bu dönemde turizm amaçlı devinimleri artık bir ölçüde başlatır olmuşlardır. Bir başka deyişle turizm, kalın çizgileriyle belirttiğimiz bu değişimlere, karşı bir tepki olarak doğanın yolunu yeniden açan, sosyal bir olgu anlamında yorumlanmıştır. Söz konusu karşı tepkiyi kolaylaştıran etmen ise ulaşım teknolojisindeki devrimdir.

O halde bu gözlemin konumuz açısından başlıca ilginç yönü, ulaşım sistemini böyle bir yönelişi kolaylaştırıcı varlık olarak tabloya almasıdır.

Öbür yandan anılan gözlem, turizm amaçlı devinimleri sanayileşme faktörüne dayandırmaktadır. Gerçekten 1950'li yıllardan bu yana turizmin gösterdiği gelişmeler, 1905 yılındaki bu gözlemin doğruluğunu kanıtlıyor.

Bir başka açıdan bu gözlem, turizm amaçlı insan devinimlerinin nedenlerini de belirleyicidir. Nedenin kökenine inildikte ise turizm, sanayileşmenin ve çevre sorunlarının bir sonucu olarak ortaya çıkar.

E. Guyer ve Feuler tarafından 1905 yılında ortaklaşa saptanan bu gözlem anılan devinimlerin nedenlerini ve yararlarını daha o zaman ortaya koyduğu için bugün de geçerlidir.

Bundan çıkaracağımız sonuç şudur; Sanayileşen topluluklar, bu gelişimin ve yarattığı çevre sorunlarının olumsuz etkilerini giderici bir çare olarak turizm amaçlı yerdeğiştirimi, günümüzdeki özellikleriyle daha 19. yüzyıl sonlarında kabul etmişlerdir.

İlerde göreceğimiz TURİST ÜRETEN MEKÂN (kent, bölge, ülke) deyimi, oturlan yere özgü bu etmenin belirli yoğunluğa ulaşması sonucu oluşmuştur.

B. GİDİLEN YERE ÖZGÜ KOŞULLAR AÇISINDAN YAKLAŞIM

Tablonun öbür yüzü, turizm amaçlı devinimin gidilen yerdeki etkilerinden çıkan sonuçları yansıtır. Belirli bir sürede çok sayıda insanın başka yerlere sadece tüketici olarak gitmeleri ve bu davranıştan kaynaklanan harcamaların gidilen yerdeki iş-güç sahiplerinin, ailelerin gelirlerini arttırarak yerel ekonomiyi canlandırması, 1910 yılında şu gözlem ile anlatılıyor:

(2) E. Guyer — Feuler, Handbuch der Schweizerischen Volkswirtschaft, Bern 1905.

"Başka bir yerden veya ülkeden yabancıların gelmesi ve geçici süre kalmalarıyla ilgili olarak ortaya çıkan çeşitli süreçlerin içinde ekonomik olanı en önemlisidir."(3)

Görülüyor ki; soruna yaklaşım bu kez, turizm amaçlı devinimin gidilen yerde bıraktığı etki açısından. Bu, turizm olgusunun kökeninde ekonomik niteliğini de belirler. Nitekim bir başka gözlemci turizmin ekonomik bir çekirdekten oluştuğunu daha 1910 yılında şöyle belirtiyor:

"Turizm endüstrisi içinde yer alan bütün kuruluşlar, seyahat edenlerin kişilikleriyle ilgili sorunlara değil; bunların birer para taşıyıcı olmaları nedeniyle gittikleri yerlerde yaptıkları harcamalardan doğan konularla uğraşmalıdırlar."(4)

Yukarıya aldığımız gözlemi ile Edmund Piccard, turizm amaçlı devinimin etkisine, yani sonuçlarına daha belirgin biçimde dikkatimizi çekmektedir. Devinimde bu etkiyi yaratan etmen, gözlemcinin deyişiyle **PARA TAŞIYICISI**'dir. Gerçekten, seyahat edende para taşıyıcılık işlevinin aranması ve bunun bir koşul olarak istenmesi turizm kavramına yaklaşımda temel ilkelere birini oluşturmuştur.

Bundan çıkardığımız sonuç şudur: Turizm kökeninde ekonomik bir olgudur. Para taşıyıcıları (turist) bunun yaratıcısıdır. Bunlar, vardıkları yerdeki harcamalarıyla ekonomik değişimlere neden olurlar. Bu değişimler, turizme özgüdürler ve kökeni oturulan yerde kazanılan gelire dayanır. Anılan gözlemin turizme getirdiği en önemli katkı bu özetle yatar.

İrdelediğimiz zaman kesiti içinde insanlık, turizm amaçlı yerdeğiştirimleri engelleyen bir başka olayı da yaşamıştır. Bu 1914-1918 Birinci Dünya Savaşıdır. Savaş sonu ise, ekonomik kökenli uluslararası bunalımlar dönemidir. Ancak savaş dışı kalmış veya topraklarını harbin dışında tutmuş (Birleşik Amerika gibi) ülkelerden ekonomik bunalım çeken ülkelere gelenlerin harcamalarıyla yarattığı ferahlatıcı etki, bu doğrultudaki gözlemleri yeniden başlatmıştır.

Oysa daha önce savaş sırasında bile böyle bir etkinin varlığı çoğu gözlemcilerin dikkatini çekmiştir. Şöyle ki; Atlantik'in Doğu kıyısından gelen orduların İngiltere ve Fransa'daki harcamaları, bu ülke ekonomilerine birer dış kaynak olarak katılmıştır.

Atlantik'in iki yakası arasında yüksek tonajlı lüks yolcu gemilerinin yoğun seferleri, bu alandaki gelişimin hızını ve boyutlarını belirleyici bir başka veri olarak değerlendirilmelidir.

(3) Herrmann von Schullern, *Fahrbuch für National Ökonomie und Statistik* — Wien, 1910.

(4) Edmund Piccard, *Revue Economique Internationale*, vol IV. L'Industrie du Voyageur, Bruxelles, 1910, s. 48.

Bundan çıkardığımız sonuç şudur: Birinci Dünya Savaşını izleyen dönem, turizm kökenli parasal akımı, uluslararası ekonomik ilişkilerde önemli bir kaynak haline getirmiştir. Söz konusu kaynaktan büyük pay almak için TRANSATLANTİK adını taşıyan yolcu gemilerinden yararlanma yoluna gidilmiştir. Yatırım ve işletme olarak çok büyük harcamalara yol açsa bile Atlantik üzeri yoğun turist akımı, bu çeşit deniz taşıtının o dönemde verimliliğini korumasını sağlamıştır.

Turizmin yeryüzü çapında yine kesintiye uğradığı bir başka dönem, 1939–1945 İkinci Dünya Savaşı yıllarıdır. Birincisinde olduğu gibi Atlantik Okyanusunun Doğu kıyısından gelen ordular, İngiltere ve Kıt'a Avrupasındaki harcamalarıyla ferahlatıcı etkiler bırakmışlardır. Savaş sonu, insan taşımaya ise bu kez uçakların katıldığına ve rekabetin bu alana kaydığına tanık oluyoruz.

Sanayileşmenin ve teknolojik gelişmenin 1945 sonrasında kapsam ve içerik olarak ulaştığı düzey, kuşkusuz 1910 lardaki ile kıyaslanamaz.

Bu koşullardan ve ortamdan kaynaklanan yerdeğişimler arasında, turizme özgü olanları, 1945 yılında şu gözlemlerle belirleniyor:

"Turizm, seyahat edenlerin kişisel davranışları olduğu kadar, onları karşılayıp kabul ederek bu çeşit seyahatleri kolaylaştıran uğraşların tümüdür."⁽⁵⁾

Gözlemin çıkış noktası, gidilen yerdeki etkidir. Bu etki turizme özgü ekonomik çekirdekten kaynaklanarak, belirli uğraşı dallarının oluşumuna yol açmıştır. 1910 daki gözleme dönersek; para taşıyıcılarının gereksinmelerini karşılamaya yönelik uğraşlar, turizmin gidilen yerdeki etkileri olarak belirlenmiş ve bunlar turizme özgü uğraşlar olarak nitelendirilmiştir.

Bu gözlemin turizme getirdiği en önemli katkı, seyahat edenlerin gereksinmelerini karşılayan kaynakların turizme özgü olduğu ve bu kaynaklara dayalı uğraşların yine turizm içinde ortaya çıktığını belirlemesidir. Örneğin; Turizm Sektörü, Turizm Endüstrisi ve Turizm Ticareti deyimleri, 1945 yılındaki bu gözlemlerden kaynaklanmışlardır.

IV. TANIMLAR

A. TURİZM OLGUSUNUN TANIMI

Düşün oluşturma niteliğindeki bu gözlemler, turizm dediğimiz olgunun bir çeşit kavramsal alt yapısını oluşturmuşlardır. Bir başka deyişle, aşağıda sıraladığımız tanımlar, bir kaçını yukarıya aktardığımız gözlemlerden geniş ölçüde kaynaklanmışlardır:

(5) G. Mathlot, Le Tourizme Receptif Français, Nancy 1945, s. 18.

Şöyle ki; bu yüzyıl başlarında turizmin çeşitli uğraşı dallarını içeren bir eylem alanı ve aynı zamanda bilim konusu kabul edilişi, bir yandan örgütlenmelere neden olurken, öbür yandan bilim ve eğitim kurumlarında işlenmesini ve irdelenmesini gündeme getirmiştir.

Bu alanda kurulan örgütlerden birisi, **ULUSLARARASI TURİZM AKADEMİSİ** (L'Academie Internationale du Tourisme)dir. Bu bilim kuruluşunun 1953 yılında yayımladığı **SÖZLÜK**'ten turizm için yapılan şu tanımı aktaralım:

"Turizm, gezi yolculukları için kullanılan bir terim, bu çeşit yolculukları gerçekleştirmek için yapılan insansal davranışların tümü; turistin gereksinmelerini karşılamak için işbirliği halinde çalışan endüstridir. Etimoloji: İngilizce **TOUR** sözcüğünden geliyor. Bu da Fransızca çevre yolculuğu ya da gezisi anlamına gelen **TOUR** sözcüğünden alınmıştır. Yolculuktan ayrıldığı taraf, turizmde amacın özgürce seçilmesi ve gezi isteğini karşılama istemi vardır."(6)

Uluslararası Turizm Akademisinin bu tanımlaması, sadece **GEZİ YOLCULUKLARI**'na oturtulmuştur. Bu açıdan turizm olgusunun bütününe kapsamaktadır. Çünkü yukarıda da belirttiğimiz gibi, ne sadece **GEZİ** ve ne de **YOLCULUK**, turizm olgusunu belirlemeye yetmez. İkincisi, yolculuk yapan kişinin gereksinmelerini karşılamaya yönelik uğraşlarını turizm şemsiyesi altında göstermek bir tanımlama değil, sadece bazı uğraşları öbürlerinden ayrı bir kümede toplamak olabilir.

Bununla birlikte, yukarıya aldığımız tanım, daha sonra turizm kavramı üzerinde sürdürülen çalışmalara ışık tutmuştur diyebiliriz.

Turizm üzerindeki gözlemlerin saptadığı gerçeklerden bir başkası ise kişinin davranışlarında bulunması gereken egemen niteliklerdir. Söz konusu nitelikler, "geçici süre kalış" ve "para taşıyıcısı" deyimleriyle belirtilmiştir.

Prof. Dr. Walter Hunziker ile Prof. Dr. Kurt Krapf yerdeğıştirim davranışında bulunması gereken bu iki temel özelliği gözönünde tutarak, turizm olgusunu şöyle tanımlamışlardır.

"Sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir sağlayıcı hiçbir uğraşda bulunmamak koşulu ile yabancıların geçici süre kalışlarından doğan olay ilişkilerin tümü Turizm'dir."(7)

Bugün de geçerliliğini koruyan bu tanıma göre, turizm, belirli koşullar altında oluşan **OLAY** ve **İLİŞKİLER**'in bir **ÜRÜNÜ**'dür. Bir başka deyişle, ancak belirli koşulların biraraya gelmesinden kaynaklanan bir **OLGU**'dur turizm.

(6) Dictionnaire Internationale du Tourisme, L'Academie Internationale du Tourisme, Monte Carlo 1953, s. 27.

(7) Walter Hunziker, Betriebswirtschaftslehre des Fremdenverkehrs, Band 1, Bern 1959, s. 11.

Yukarıya aldığımız tanımlamaya göre, yerdeğıştirimin iki temel koşulu içermesi halinde, turizm amaçlı yerdeğıştirimin oluşacağı sonucuna varıyoruz. Yinelersek; bunlardan birisi, yerdeğıştirimin **SÜREKLİ KALIŞA DÖNÜŞMEMESİ**; öbürü, **GELİR SAĞLAMAYI AMAÇLAMAMASI**'dir. Bir bakıma bu iki temel koşul, bireyin çeşitli yerdeğıştirimleri içinde turizme özgü olanlarının belirlenmesinde ya da ayırımında yararlanılan birer **BAŞAT ÖLÇÜT**'tür.

Bu bakımdan turizm amaçlı yerdeğıştirimde aranan **SÜREKLİ KALIŞA DÖNÜŞMEME** koşulunu, **SÜRE ÖLÇÜTÜ** olarak değerlendiriyoruz. İkincisi, **GELİR SAĞLAMAYI AMAÇLAMAMA** koşuludur. Yukarıdaki tanımda bu, **GELİR SAĞLAYICI HİÇ BİR UĞRAŞIDA BULUNMAMA** deyimi ile belirlenmiştir. Bireyden istenen, vardığı yerde gelir sağlayıcı uğraşıda bulunmamasıdır. Bu da çeşitli yerdeğıştirimler arasından turizm amaçlıların ayırımı için yararlanılacak bir **ÖLÇÜT**'tür. Egemen niteliği nedeniyle buna **EKONOMİK ÖLÇÜT** diyoruz.

Demek oluyor ki; yerdeğıştirimleri bu iki ölçüte uyumlu olanların geldikleri yerde veya yerlerde girdikleri davranış kalıpları, çevreleriyle belirli ilişki kurmalarına neden olur. Bu ilişkiler, yerdeğıştirimleri yukarıdaki iki ölçüte uymayanlara kıyasla farklı içerik ve niteliktedir. İşte bu farklılığı belirten kavram Turizm'dir. Bu farklı nitelik ve içerikte oluşumun adı ise, **TURİZM OLGUSU**'dur.

Tanım'ın bir başka niteliği, yaklaşımdaki genelliktir. Örneğin yerdeğıştirimdeki **GEZİ İSTEĞİ** gibi nedenler üzerinde durulmamıştır. Bu yaklaşım, anlatım kolaylığı sağladığı gibi, turizm kavramına genişlik de getirmiştir. getirmiştir.

Ancak, dikkat edilirse görülür ki; yukardaki tanım, kişinin sadece kalış yerindeki ilişkilerine dayandırılmıştır. Oysa yerdeğıştirim içinde **YOLCULUK**'da vardır ve daha önce belirttiğimiz gibi bu, yerdeğıştirimin yaratıcısıdır. sel koşuludur.

Gerçekten yerdeğıştirim yolculukla başlar ve sürekli kalışa dönüşmeden oturlan yere dönüş yolculuğu ile gerçekleştirilir. Yani, yolculuk oturlan yere dönüşü de içerdiğinden, varış yerindeki **KALIŞ, SÜRE ÖLÇÜTÜ**'ne uyumlu olarak **GEÇİCİ** niteliği ile ortaya çıkmış olur. Bu açıdan gidiş ve dönüşü ile **YOLCULUK**, turizm sürecini tamamlayan bir olaydır. Önce bu nedenle yolculuk dediğimiz olayın turizm olgusu içinde vazgeçilmez bir yeri vardır.

İkincisi, sadece yolculuk ile gerçekleşen, yani geçici süre kalışa dönüşmeden turizm olarak nitelendirilen devinimler de vardır. Örneğin, büyük yolcu gemileriyle yapılan gezilerde geçici süre kalış yeri veya yerleri gibi coğrafik mekân ögesi ortadan kalkar; **GEMİ** bunun yerine geçer. Oysa gemi, yolculuğu gerçekleştiren bir araçtır.

Görülüyor ki; yolculuk, turizm sürecinin temel ögesidir. Oysa yukarıya aldığımız tanım, bu ögeyi dışarda bıraktığı için turizm olgusunu bütünüyle kapsamamıştır.

Yukardaki irdemeler sonucu ortaya çıkan boşlukları doldurmak ve özellikle BİREY'in, turizm amaçlı tavrından kaynaklanan ilişkileri bütünüyle kavramak için, TURİZM aşağıdaki içerikte tanımlanması gerekli bir olgudur:

"SÜREKLİ KALIŞA DÖNÜŞMEMEK VE GELİR SAĞLAYICI HER HANGİ BİR UĞRAŞIDA BULUNMAMAK KOŞULU İLE BİREY'İN YOLCULUK VE/VEYA KONAKLAMASINDAN DOĞAN OLAY VE İLİŞKİLERİN TÜMÜ TURİZM'dir"

Tanımda, Hunziker-Krapf tarafından saptanan iskelet esas alınmıştır. Bu iskelet yerdeğiştirilmede aranan iki temel koşuldur. Ancak, iskeletin dolgu maddeleri oldukça farklıdır. Şöyle ki; YABANCI yerine burada BİREY sözcüğünü kullandık. Çünkü YABANCI deyimi, birey-devlet arasındaki hukuksal ve siyasal ilişkinin niteliğini belirtir. Bununla birey'in herhangi bir devlete göre UYRUKLUK durumu saptanmış olur. Oysa turizmde birey'in coğrafik mekânla kurduğu hukuksal ve ekonomik ilişkiler önde gelir. Bu çeşit ilişkileri, YABANCI UYRUKLU'lar kura bildiği gibi YURTDAŞ'lar da kurabilirler.

Öbür yandan birey'in vardığı yerdeki turizme özgü davranışlarını belirleyici anlama gelen KONAKLAMA sözcüğünü kullandık. Bu, hem "GEÇİCİ SÜRE KALIŞ" anlamındadır. hem de turizmde aradığımız davranış kalıbını yansıtır. İkincisi, KONAKLAMA sözcüğünün varış yerinde GECELEME'yi de içerdiği ve böylece günübirlik yapıları ayırdığı için "GEÇİCİ SÜRE KALIŞ" deyimine kıyasla daha anlamlıdır. Çünkü bir yerde hangi zaman boyutunda olursa olsun DURAKLAMA da geçici süre kalışı olarak nitelendirilebilir. Oysa, ilerde göreceğimiz gibi, iki temel ölçüte uyumlu ilişkiler, ancak KONAKLAMA halinde mekânla ilişki kurulabilir.

Yukarda değindiğimiz gibi, sadece YOLCULUK ile de Turizm süreci tamamlanabileceğinden, bunu belirtmek için YOLCULUK-KONAKLAMA sözcükleri arasında "ve/veya"yı birlikte kullandık.

Yukardan beri yapageldiğimiz irdemeler bizi şu sonuca ulaştırıyor: Birey'in turizme özgü davranışları birbirine bağımlı üç kademededen oluşan bir süreçtir. Birinci kademe oturlan yere bağımlı ilişkileri içerir. Şöyle ki; oturlan yerdeki sosyo-ekonomik koşullar ve hukuk düzeni topluluğu oluşturan çeşitli grupların ne oranda seyahate çıkacaklarını tayin ederler. Seyahatin amaçları, süreleri ve gidilecek yerlerin seçimi yine oturlan yere egemen koşulların etkisi altında biçimlenir ve öncelikler alırlar.

İkinci kademe, gidiş-dönüş yolculuklarını içerir. Gidilecek yerlerin iraklıkları ve özellikleri, seyahat kararlarına etkili olduğu gibi; yolculuğu gerçekleştirecek taşıt çeşitlerinin niteliği ve yararlanma koşulları bu kararları yönlendirir.

Üçüncü kademe seyahate çıkanların varış yerindeki ilişkilerini içerir. Bu ilişkiler, gelir sağlamayı ve sürekli kalışı amaçlamayan davranış kalıplarından kay-

naklanırlar. Seyahate çıkanların varış yerinde veya yerlerinde sadece **TÜKETİCİ** olarak bulunmaları söz konusu davranış kalıplarının somut biçimlenişidir.

Her kademe kendine göre özgün bir yapıda olmakla beraber; birbirinden kopuk değil tersine bir bütünü oluştururlar. İşte turizm, bu bütün'ün adıdır. Ya da bu bütünleşme sonucu ortaya çıkan bir olgudur.

B. TURİST TANIMI

Turizm kavramında olduğu gibi, bu olgunun yaratıcısı **BİREY**'in turist olarak tanımlanmasında geçilen ve sonunda varılan noktayı tarihsel çizgiyi izleyerek bulacağız. Buradan yola çıktığımızda turist tanımının birisi bağımsız araştırmacılar (bunlara bilim adamları da diyebiliriz), öbürü **DEVLETLERARASI** kurumlar olarak iki ayrı kesim tarafından yapıldığını saptıyoruz. Anlatımda kolaylık sağlayacağı için irdelemelerimizi bu ayırımı uyarak sürdüreceğiz.

1. Araştırmacıların Yaptığı Tanımlamalar

Tarihsel açıdan incelendiğinde bu alandaki çalışmaların genellikle birbirinden habersiz ve bağımsız biçimde sürdürüldüğü sonucuna varıyoruz.

Bir başka açıdan soruna yaklaştığımızda, turizm kavramını tanımlamaya yönelik çalışmaların ancak 20. yüzyıl başlarına kadar geri gittiği halde, turist sözcüğünün doğuşu ve toplumsal yaşamda kullanılması 17. yüzyıl'a kadar geri gider. Şöyle ki; 1. Elizabet (1558-1603) döneminde Büyük Britanya adalarında yaşayanların Kıt'a Avrupasındaki siyasal, sosyal ve kültürel alandaki gelişim ve değişimlere karşı uyanan ilgileri, onları ülkeler arası gezilere de yöneltmiştir.

Devrin siyasal iktidarı tarafından da desteklenmiş bu çeşit yolculuklar için **TOUR** sözcüğünün ve buna katılanları, yerinde oturanlardan ayırmak için de **TOURİST** sözcüğünün daha o dönemde konuşma diline girdiğini tarihsel belgeler kanıtlıyorlar.(8)

Bu uzun geçmişine karşın turist sözcüğünün çağdaş anlamda konumuza giren tanımı ilk kez F.W. Ogilvy tarafından 1933 yılında yapılmıştır. Anılan tanım şudur:

"TURİST SÜREKLİ OTURDUĞU YERDEN EN ÇOK BİR YIL İÇİN AYRILAN VE GEÇİCİ OLARAK GİTTİĞİ YERLERDE BURALARDA KAZANMADIĞI PARAYI HARCIYAN KİMSEDİR."(9)

(8) Prof. K. Libera, Historical Development of the Role of Tourism IUOTO, Tourist Correspondence Courses Geneva, 1963.

(9) F.W.Ogilvy, The Tourist Movement, An Aconomic Study, London 1933, s. 3.

1) TURİST TANIMI

Yerdeğiştirim devinimine katılanlardan turist olanların ayrımı için yapılan tanım şudur:

"Bir ülkeye en az 24 saatlik bir süre kalmak için şu nedenlerle gelenler Turist'dirler.

- (a) Dinlence, aile ilişkisi, sağlık vb. gibi nedenler için,
- (b) Bilimsel, yönetsel, diplomatik, dinsel, spor vb. gibi alanlardaki toplantılara veya konferanslara katılmak için; veya uğraşı konuları bu alanlara giren kurumları temsil etmek için,
- (c) İş için,
- (d) Kalışları 24 saatten az sürse bile deniz yolu ile gelenler. Bu sonuçlar, gerekirse oturma yerleri dikkate alınmaksızın ayrı bir grup olarak gösterilebilir.

Bu tanım iç turizm için de geçerlidir. Şöyle ki; yukardaki nedenlerle ülke içinde bir yere en az 24 saat kalmak için gelenler de turist tanımına girer"⁽¹¹⁾

Görülüyor ki; seyahat edenler arasında turist olanların ayrımında AMAÇ ölçütü esas alınmıştır. Öbür yandan böyle bir yaklaşım, turistleri seyahat nedenlerine göre kümelendirmeye de olanak verir. Şöyle ki; en az 24 saat kalmak koşulu ile her hangi bir yere gelenler, seyahat nedenlerine göre şu kümelerde toplanabilir:

- Dinlence için gelenler
- Aile ilişkisi nedeniyle gelenler
- Uğraşından kaynaklanan ilişkileri nedeniyle gelenler.

Önce şunu belirtelim ki; turistlerin hangi amaçlarla seyahat ettiklerinin bilinmesi, yani geçici süre kalacakları yere hangi nedenle geldiklerinin saptanması çeşitli açılardan yarar sağlar. Bunlar için de en önemlisi, turizm yatırımlarının çeşidini ve hacmini saptamada göz önünde tutulması gerekli birer gösterge olarak değer taşımalarıdır.

Tanımın devletlerarası bir kuruluş olan Milletler Cemiyeti tarafından yapılmasının bir nedeni de turizm alanında uluslararası karşılaştırmalara yararlı ve aynı zamanda çeşitli amaçlarla kullanılacak istatistik bilgi toplamaktır.

Asıl önemli öbür nedeni ise, ayrı ayrı her devletin sınır geçişlerinde uyguladığı farklı yöntem ve değerlendirmelerin kökünde kaynaklandığı özgün tanımlamalar arasında özdeşlik sağlamak, bir başka deyişle, turist tanımını DEVLETLERARASI BİR KABUL'den geçirerek çeşitli yöntemleri ve değerleri TEK ÖLÇÜT'

(11) Tourism Policy and International Tourism in OECD Countries, OECD, Paris, 1976 s. 7.

Tanımın içerdiği YABANCI ÜLKE ölçütü, 1930'lu yıllara damgasını vuran ekonomik bunalımlar açısından yorumlanmalıdır. Gerçekten bu dönemde başka ülkelerden gelenlerin harcamalar yoluyla ulusal ekonomide bıraktıkları olumlu katkı, turist akımının dış kökenli olanına dikkatleri çekmiştir. Bir başka deyişle, yabancı ülkelerden gelenler birer döviz taşıyıcısı olarak değerlendirildiğinden, seyahatin nedenleri değil sonuçları ön plana geçmiş ve bu, tanımda MEKÂN ÖLÇÜTÜ olarak yerini almıştır.

2.Devletlerarası Kuruluşlarca Saptanan Tanımlamalar

Ülkelerarası turizm devriminin yine 1930'lu yıllarda ulaştığı boyutlar, soruna devletlerarası düzeyde ortak çözümler bulunması zorunluluğunu da getirmiştir. Her ülkeye kabul görece bir tanım üzerinde birleşmek bu aşamadaki çıkış noktası olmuştur.

Böyle bir yaklaşımın uygulama yöntemi kuşkusuz çalışmalarını birbirinden bağımsız yürüten araştırmacıların işlevi olamazdı. Bu nedenle alana devletlerarası kuruluşlar girmiştir.

Turizm devriminin ve sosyo-ekonomik koşulların zamanla uğradıkları değişimler, bu alandaki tanımların da değiştirilmesine neden olmuştur. Şimdi konunun bu özelliğine de göz önünde tutarak, tanımları, tarihsel akışı içinde aktaracağız.

a. MİLLETLER CEMİYETİ TARAFINDAN SAPTANAN 1937 TANIMI

Bu alandaki çabalar ilk kez devletlerarası bir kuruluş olan Milletler Cemiyetinin katılımıyla başlamıştır. Böylece 1930'lu yıllarda turizm evrensel nitelikte bir örgüt olan Milletler Cemiyetinin gündemine de girerek ilgi alanı daha o zaman yeryüzü çapında genişleyen bir duruma ulaşmıştır. Bunu, turizm açısından önemli bir aşama olarak değerlendiriyoruz. Çünkü bu başlangıç, turizmle ilgili sorunların daha sonraki yıllarda ve halen bu çeşit devletlerarası kuruluşların çatısı altında çözüme ulaştırılması gerektiğini kabul ettirmiştir. Bunun bir başka açıdan anlamı ise, turizmle ilgili sorunların ve konuların, yeni bir alana kaymış olmasıdır. Bu alan yeryüzünü kapsayacak genişliktedir.

Milletler Cemiyetindeki bu çalışma, İstatistik Uzmanları Komisyonu tarafından yürütülmüş ve 1937 yılında tamamlanmıştır. "1937 Tanımı" olarak turizm literatürüne geçen bu tanım, gerek ulusal, gerekse uluslararası düzeydeki turizm istatistiklerinin toplanmasında halen geçerlidir.

Bu açıklamalardan sonra, konumuza dönelim: Komisyon, yerdeğiştirim olayına katılanların tümünü ele alarak, bunu, turist olanlar ve olmayanlar diye iki ayrı kümeye ayırmıştır, herbiri için ayrı tanım saptamıştır. Şimdi bu ayrıma uyarak konuyu irdeleyelim.

1) TURİST TANIMI

Yerdeğiştirim devinimine katılanlardan turist olanların ayrımı için yapılan tanım şudur:

"Bir ülkeye en az 24 saatlik bir süre kalmak için şu nedenlerle gelenler Turist'dirler.

- (a) Dinlenme, aile ilişkisi, sağlık vb. gibi nedenler için,
- (b) Bilimsel, yönetsel, diplomatik, dinsel, spor vb. gibi alanlardaki toplantılara veya konferanslara katılmak için; veya uğraşı konuları bu alanlara giren kurumları temsil etmek için,
- (c) İş için,
- (d) Kalışları 24 saatten az sürse bile deniz yolu ile gelenler. Bu sonuçlar, gerekirse oturma yerleri dikkate alınmaksızın ayrı bir grup olarak gösterilebilir.

Bu tanım iç turizm için de geçerlidir. Şöyle ki; yukardaki nedenlerle ülke içinde bir yere en az 24 saat kalmak için gelenler de turist tanımına girer"⁽¹¹⁾

Görülüyor ki; seyahat edenler arasında turist olanların ayrımında AMAÇ ölçütü esas alınmıştır. Öbür yandan böyle bir yaklaşım, turistleri seyahat nedenlerine göre kümelendirmeye de olanak verir. Şöyle ki; en az 24 saat kalmak koşulu ile her hangi bir yere gelenler, seyahat nedenlerine göre şu kümelerde toplanabilir:

- Dinlenme için gelenler
- Aile ilişkisi nedeniyle gelenler
- Uğraşından kaynaklanan ilişkileri nedeniyle gelenler.

Önce şunu belirtelim ki; turistlerin hangi amaçlarla seyahat ettiklerinin bilinmesi, yani geçici süre kalacakları yere hangi nedenle geldiklerinin saptanması çeşitli açılardan yarar sağlar. Bunlar için de en önemlisi, turizm yatırımlarının çeşidini ve hacmini saptamada göz önünde tutulması gerekli birer gösterge olarak değer taşımalarıdır.

Tanımın devletlerarası bir kuruluş olan Milletler Cemiyeti tarafından yapılmasının bir nedeni de turizm alanında uluslararası karşılaştırmalara yararlı ve aynı zamanda çeşitli amaçlarla kullanılacak istatistik bilgi toplamaktır.

Asıl önemli öbür nedeni ise, ayrı ayrı her devletin sınır geçişlerinde uyguladığı farklı yöntem ve değerlendirmelerin kökünde kaynaklandığı özgün tanımlamalar arasında özdeşlik sağlamak, bir başka deyişle, turist tanımını DEVLETLERARASI BİR KABUL'den geçirerek çeşitli yöntemleri ve değerleri TEK ÖLÇÜT'

(11) Tourism Policy and International Tourism in OECD Countries, OECD, Paris, 1976 s. 7.

te birleştirmektir. Bu genellemenin ışığında tanımı irdelleyelim: Daha önceki ke-
simde yer alan turist tanımlarının dayandırıldığı –SÜREKLİ KALIŞA DÖNÜŞ-
MEMEK ve GELİR SAĞLAMAYI AMAÇLAMAMAK biçiminde saptadığımız
iki ayrı davranış kalıbına BİREY'in uyması kuralına, bu tanımda değinilmemiştir.
Bunun nedeni, birey'in turizm kapsamına giren seyahat amacının çeşit olarak ayrı
ayrı belirlenmiş olmasıdır. Gerçekten incelendiğinde görülecektir ki; tanımda sap-
tanan seyahat nedenleri, kişiye varış yerinde gelir sağlayıcı nitelikte değildirler.
Bunlar arasında sadece seyahat nedeni "İş" olanların gelir sağlamayı amaçladıkları
karşıt bir görüş olarak ileri sürülebilir. Oysa burada şu varsayımdan hareket edil-
miştir:

İş nedeniyle herhangi bir yere gelenler, hukuksal ve ekonomik ilişkilerini
merkezleştirdikleri yer veya yerlerdeki işlerini yürütmek için seyahat ediyorlarsa,
turist sayılırlar. Bu nedenle geçici süre kaldıkları yerden veya yerlerden doğrudan
bir gelir sağlamayı amaçlayıcı davranışlara girmemeleri temel koşuldur.

Örneğin uğraşı alanındaki yeni gelişmeleri izlemek veya başka bir yerdeki
işini sonuçlandırmak (iş takibi anlamında) veya ürününü pazarlamak için yapılan
seyahatlerde geçici kalış yeri açısından gelir sağlamayı amaçlar bir tutum söz ko-
nusu değildir. Belki seyahat nedeni bundan kaynaklanır ama geçici kalışın geçtiği
yerden doğrudan gelir sağlama biçiminde gerçekleşmez. Zaten bu koşulun dışına
çıkanlar, aşağıda göreceğimiz gibi, turist olmayanlar tanımına alınmıştır.

Süre ilkesi açısından tanım, SOMUT bir ölçüt geçirmiştir. Buna göre,
seyahat amaca uygun olsa bile, turist sayılabilmek için yarış yerindeki kalışın en
az 24 saat sürmesi gerekir. Çünkü insan yaşamında 24 saat, barınma ve beslenme
dediğimiz somut gereksinimleri, birlikte karşılamayı zorunlu kılan bir zaman boyu-
tudur. Bu çeşit bir gereksinme ise, konaklama istemi yarattığı, yani turizm endüs-
trisine yönelik bir istem yarattığı için önemlidir.

Öbür yandan seyahat nedenlerinin ayrı ayrı saptanmış olması kalış süre-
sinin üst sınırını belirleme gereğini ortadan kaldırmıştır. Çünkü, seyahat neden-
leri irdelendiğinde görülür ki, bunların hiçbiri, varış yerindeki kalışı sürekli hale
dönüştüremezler.

2) TURİST OLMAYANLARIN TANIMI

Yukarda değindiğimiz gibi, İstatistik Uzmanları Komisyonu, seyahat et-
tikleri halde turist sayılmayanları da tanımlamıştır. Buna göre:

- (a) İster bir çalışma sözleşmesine dayansın ister dayanmasın,
herhangi bir alanda çalışmak veya iş tutmak için gelenler,
- (b) Sürekli kalmak için gelenler (göçmenler)
- (c) Yatılı okul veya benzeri yerlerde kalan öğrenciler,
- (d) Sürekli oturduğu sınır bölgesinden komşu ülkeye çalışmak
için günü birliğine gidip gelenler,

(e) Seyahati 24 saati aşıya bile ülkede durmaksızın geçen yolcular turist değildirler."(12)

Bu tanımlamadan çıkardığımız sonuç şudur:

Turizm amaçlı olmayan yer değiştirimde, BİREY'in mekânla kurduğu ekonomik ve toplumsal ilişkiler, ancak bu çeşitlilikte ortaya çıkmaktadır. Bir başka deyişle varılan yerde SÜREKLİ KALIŞ ve/veya GELİR SAĞLAMA AMACI'nın toplumsal yaşamdaki biçimlenişi, tanımlamada sıralanan çeşitlilikte oluşmaktadır.

Öte yandan bu tanımlamanın istatistiksel bir amacı da vardır:

Şöyle ki; insan deviniminde istatistiksel açıdan bilinmesi gerekli olan husus, gelir sağlama amacıyla ve göç için ülkeye gelenlerin saptanması gereğidir. Bunun gibi, oturma yerleri sınır boyundaki toplulukların devinimi hakkında da bilgi sahibi olmak kamu yönetimi için önem taşıyabilir.

Tanımın turist saymadıkları arasında (e) harfi altında belirtilenler vardır. Bunlar, yerdegiştirmekteki amaçları bilinmediği ve varışları geçici süre kalışa dönüşmediği için ayrı bir kümede gösterilmişlerdir. Turizm İstatistiklerinde "TRANSİT YOLCU" olarak gösterilen bu kümedekilere, pasaport ve gümrük denetimi açısından farklı bir işlem uygulanır.

Ülkemizde sınır geçişi sırasında doldurulan fişlerde istenen bilgiler, Milletler Cemiyeti İstatistik Uzmanları Komisyonunca saptanan tanımlara göre düzenlenmiştir. Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından yayımlanan TURİZM İSTATİSTİKLERİ'nin kaynağı da bu fişlerde yer alan bilgilerdir.

b. Birleşmiş Milletler'ce Yapılan Tanımlamalar

1939-1945 savaşıdan arta kalan sosyo-ekonomik nitelikteki enkazı kaldırıp yeni bir Dünya görüşüne göre uluslararası örgütlenmeyi gerçekleştirmek doğrultusundaki çabalar, Birleşmiş Milletler'in varlığında somutlaşmıştır.

Bu örgütün çatısı altında turizmi de içine alan dış ekonomik ilişkileri, önce başlatmak sonra geliştirmek amacıyla Dünya Bankası, Uluslararası Para Fonu (IMF), Genel Tarife ve Ticaret Antlaşmaları Birliği (GATT) kurulmuştur. Bu başlangıcı, daha dar alanda işlev yapmak üzere çeşitli devletlerarası kurumların ortaya çıkması izlemiştir. Örneğin Avrupa Ödemeler Birliği (EPU), Kömür-Çelik Birliği, Ekonomik İşbirliği ve Gelişme Teşkilatı (OECD) gibi kurumların uluslararası mal ve insan akımı ile birlikte, parasal devinimleri geliştirme ve genişletmede büyük katkıları olmuştur.

(12) a.e.g. s. 7.

Varılan bu aşama, dış ekonomik ilişkileri daha yoğunlaştırıcı bölgesel nitelikteki örgütlerin kurulmasına elverişli ortamı'nda hazırlamıştır. Bunlar içinde en önemlisi, üye ülkelerin ekonomilerini bütünleştirmeyi amaçlayan Avrupa Ekonomik Topluluğu'dur.

Bu dönemin getirdikleri arasında turizme özgü devletlerarası bir kuruluş da vardır. Kamusal alanda turizmi yürütmekle görevli resmi (bakanlık ve benzeri) kuruluşlar, uluslararası nitelikte bir başka örgüte üye olarak Resmi Turizm Örgütleri Uluslararası Birliği (International Union of Official Travel Organizations)ni kurmuşlardır. Örgütün kısa adı IUOTO'dur. Bir yandan bilimsel çalışmalarıyla, öbür yandan üye kuruluşlara kabul ettirdiği ortak kararlarla turizme önemli yararlar sağlayan bu örgüt, 1975 yılında DÜNYA TURİZM ÖRGÜTÜ (World Tourism Organization-WTO) adını alarak Birleşmiş Milletler çatısı altına girmiştir. Merkezi Madrid'dedir.

İster doğrudan ister dolaylı olsun, evrensel düzeydeki bu oluşum, dış ekonomik ilişkilerin bir yönü niteliğindeki turizm kökenli devinimleri de hızlandırıcı yönde etkilemiştir.

1950'li yıllarda başlayan bu gelişim, Birleşmiş Milletler çatısı altındaki çalışmalara turizm konularının da alınması gereğini doğurmuştur. Bir başka deyişle, 1937 de olduğu gibi, bu kez de Birleşmiş Milletler çatısı altında tanımlama çalışmaları başlatılmıştır.

Burada da aynı yöneme uyarak, konuyu tarihsel evrimi içinde sunacağız.

1) 1953 TANIMLAMASI

İkinci Dünya Savaşı sonu döneminde uluslararası ilişkileri ve bu arada özellikle uluslararası ticareti ve seyahatleri tıkanıklıktan kurtarmayı amaçlayan kurumsal düzenlemeler, aynı zamanda üye devletlerce uygulanması gerekli önlemlerin formüle edilmesi olarak da sürdürülmüştür. Örneğin bu aşamada Birleşmiş Milletlerin uğraştığı konulardan biri, sınırlardan geçişlerde her devlete özgü farklı denetim ölçütleri yerine, standart bir denetim sisteminin üye devletlerce kabulünü ve dolayısıyla uygulama alanına konmasını sağlamak idi. Bu doğrultudaki çabalara başlarken üye devletlerce kabul görece bir formülü oluşturmaya olanak vermesi bakımından önce kavramsal zemin üzerinde fikir birliğine varılması gerekmiştir.

Konumuz turizm olduğu için dış ticareti bir tarafa bırakıp sadece bu alandaki kurumsal düzenlemeleri ele alacağız.

Temel amaç, göç niteliğinde olanları değil de, geçici nitelikteki yani turizme özgü akımı kolaylaştırmak olduğu için, buna katılanları öbürlerinden ayırıcı daha genel bir sözcük bulunmasına gerek duyulmuştur: Bu, KONUK (visitor) sözcüğüdür. Bu dönemde de konunun sahibi yine İstatistik Uzmanları Komisyonu'dur. Komisyon "KONUK" için 1953 yılında şu tanımları saptamıştır:

"Ülke tarafından belirlenen işleri yapmamak koşulu ile o ülkeye bir yıl veya daha az bir süre kalmak üzere gelen yabancılara (bakımı ile yükümlü olduğu kimseler dahil) KONUK denir."⁽¹³⁾

Görülüyor ki, tanımda, **TURİST** sözcüğünü bir tarafa bırakarak, soruna sadece geliş amacı açısından bir genelleme ile yaklaşmıştır.

1953 tanımlamasının içeriğindeki özellik ise, varılan ülkede birey'in uyması gerekli **KOŞUL** olarak belirir. Bu **KOŞUL**, birey'in ülke tarafından ayrı ayrı sayılan işleri yapmamasıdır. Böylece seyahat eden kişinin davranışı ya da amacı, kendisi tarafından benimsenen bir koşula değil; kamu otoritesince saptanan koşullara bağlanmıştır. Bir başka deyişle birey, kamu otoritesince saptanan işleri yapmadığı sürece ülkedeki **KONUK** statüsünü koruyacaktır. Buradaki çıkış noktası turizm kavramıyla ilgili tanımlarda yer alan **GELİR SAĞLAMAYI AMAÇLAMAMAK** ilkesidir. Bu ilke uygulamada, birey'in iradesine değil, konuk bulunduğu ülkenin kararına bırakılmıştır.

Tanımdaki bir başka objektif ölçüt ise kalış süresinin üst sınırı olarak saptanan zaman birimidir. Tanıma göre kalış süresi bir yılı aşmamalıdır. Aksi halde, "**KALIŞ**" sürekliliğe dönüşecektir.

Komasyon, sorunu bu noktada bırakmayarak geliş amaçlarına göre konukları şu adlarla kümelendirmiştir:

- Transit geçenler
- Dinlenme için gelenler
- Öğrenim (Education) için gelenler (öğretmen, öğrenci vb.)
- İş nedeniyle gelenler
- Öbür konuklar

Demek oluyor ki; daha önce belirlenen işleri yapmamak koşulu ile herhangi bir yerde geçici süre kalış, yukarıdaki kümelendirmeye göre de belirli alanlar olarak sınırlandırılmıştır.

2) 1954 TANIMLAMASI

İkinci Dünya Savaşı'ndan kalan pürüzlerden biri **GÖÇ**'ler idi. Barış anlaşmalarında yeni sınırlar çizilirken **GÖÇMEN SORUNU**'da bir yan ürün olarak gündeme geldi. Öte yandan harp sonu kurulan Afrika devletlerinin yeni sınırları nedeniyle de göçmen konusu ortaya çıktı. İşte böyle bir evrede ve nedenle başlayan insan deviniminden turizm amaçlı olanları ayırmak için, Birleşmiş Milletler'in 1954 yılındaki toplantılarından birinde konu gündeme alındı ve aşağıdaki tanımlama kabul edildi:

(13) International Travel Statistics, Definitions and Applications of Terms, IUOTO, Geneva, 1973, s. 3.

"Göç niteliğinde olmamak üzere, olağan oturduğu yer orası olmayan bir ülkeye 24 saatten az olmamak ve 12 aylık bir dönem içinde 6 aydan fazla kalmamak koşulu ile gelen ve geldiği bu yerde, gezi (touring), dinlence, spor, sağlık, aile ilişkisi, öğrenim, hac veya iş nedeniyle bulunan kişiye ırk, cinsiyet, dil, din bakımından ayırım yapmaksızın TURİST denir."(14)

Yukarıya aktardığımız tanımlamanın çarpıcı yönü, o zamana dek kullanılan sözcüklere –ırk, dil, din cinsiyet gibi– yer verilmesidir. Daha önce belirttiğimiz gibi savaş sonu koşullarının yarattığı göç'leri turizm amaçlı devinimlerden ayırmak ve izlenecek politikalarda yanılığa düşmemek içindir.

3) 1963 TANIMLAMASI

İkinci Dünya Savaşı bitiminden bu güne kadar geçen zaman içinde ülkelerin Sosyo-ekonomik yapılarında geniş kapsamlı ve yoğun bir değişim olmuştur. Bu değişim, uluslararası siyasal, sosyal ve ekonomik ilişkilere de yansımıştır kuşkusuz. Böyle bir oluşumda yeni kurumları ve bu kurumlar aracılığı ile yeni düzenlemelere gerek duyulması doğaldır.

İşte İkinci Dünya Savaşı'ndan yaklaşık yirmi yıl sonra 1963 de Birleşmiş Milletlerin Roma'da düzenlediği Turizm ve Ticaret konulu toplantı yukarıda kısaca özetlediğimiz değişim ve gelişmelerden kaynaklanmıştır. Şöyle ki; yukarıda anılan gelişim sonucu, turizm kökenli devinimler, bazı ulusal ekonomilerin başat nitelikte kaynak yaratıcı ve hatta yönlendirici sektörlerinden birine dönüşmüştür. Bu dönemde turizme dayalı yeni ekonomi politikalarının oluşturulması yukarıda anılan gelişime koşut olarak ortaya çıkmıştır. İşte böyle bir aşamada devletlerarası bir kuruluş olan Birleşmiş Milletlerin, konuyu uluslararası platformda tartışılır bir olgunluğa getirmek için düzenlediği Roma Toplantısı, genel kabul gören öneri ve ilkeleriyle, turizmin evrensel ölçekte gelişmesine elverişli kurumsal bir taban oluşturmuştur.

Soruna bu açıdan yaklaşım, geniş kapsamlı bir tanımlamayı gerektirmiştir. Şöyle ki; çeşitli amaçlarla yer değiştirenler arasından önce, KONUK'lar ayrılmış; bunlar içinde davranışları turizme uyanların ayrı tanımlaması yapılmıştır. Böylece Roma Toplantısında kademeli bir tanımlama ortaya çıkmıştır.

(a) KONUK TANIMI

"Bir ülkeye olağan oturma yeri orası olmadığı halde gelen ve o ülkeye belirtilen (açıklanan) uğraşılardan hiç birini yapmak koşulu ile orada kalan herkes, istatistiksel açıdan KONUK sayılır."

(14) a.g.ö. s. 2.

Yerdeğiştirenler arasında KONUK tanımına girenlerin davranışlarında EKONOMİK ÖLÇÜT'e uygunluk aranmıştır. Ancak tanımlamada davranışların bu ölçüte uygunluğunda iki koşulun birlikte gerçekleşmiş olması öngörölmüştür. Bunlardan birisi, BİREY'in olağan oturma yeri dışına çıkması; yani, ekonomik ve hukuksal ilişkilerini merkezileştirmeyeceği başka bir mekânda bulunması; ikincisi ise, geldiği bu yerde yönetim'ce daha önceden açıklanan uğraşılardan hiç birini yapmaması.

(b) *TURİST TANIMI*

"Vardıkları bu ölkede en az 24 saat kalan ve seyahat amacı aşağıda sıralanan başlıklardan herhangi birine uyan konuklara TURİST denir:

- (i) Boş zamanı (dinlenme, sağlık, öğrenim, ibadet, spor) için geçirmek için gelenler;
- (ii) İş, aile ilişkileri, görev ve toplantı için gelenler.

1963 Tanımlamasının üçüncü kademesinde GÜNÜBİRLİKÇİ yer alıyor. Konuklar için bunların ayırımı, şu tanımlamaya dayandırılmıştır.

(c) *GÜNÜBİRLİKÇİ TANIMI*

"Vardıkları bu ölkede 24 saatten az kalan (deniz yolu ile gelenler dahil) konuklar'a GÜNÜBİRLİKÇİ denir."(15)

Yukarda da belirttiğimiz gibi, 1963 tanımlaması da KONUK'u esas almıştır. Tüm yerdeğiştirenler arasından KONUK'ların ayırımında tanım, iki ölçüt koymuştur:

Bunlardan birisi, birey'in mekân ilişkisini esas alan ölçüttür. Anılan ölçüt, tanımda, OLAĒAN OTURMA YERİ ORASI OLMADIğI HALDE ifadesiyle belirlenmiştir. O halde, yerdeğiştirenler arasında olağan oturma yeri ile ilişkisini kesip bunu, vardığı yerde yeniden kurmak amacını taşıyanlar, KONUK dışında kalanlardır. Örneğin, çalışmak için gelenler veya göçmenler, mekânla olan hukuksal ve ekonomik ilişkilerini vardıkları yerde yeniden kurmak amacını taşıdıkları için, KONUK değildirler.

Tanım'daki ikinci ölçüt, ekonomik niteliktedir. Turizme özgü davranışlarda aranan gelir sağlayıcı girişimde bulunmamak koşulu, yukarıdaki tanımda, "vardığı ölkede tarafından belirlenen uğraşılardan hiç birini yapmamak" biçiminde, objektif bir ölçüte dönüştürölmüştür. O halde böyle bir koşul, konuk'un vardığı yerde sadece tüketici olarak oturmasını zorunlu kılar.

(15) a.g.a. s. 3.

Davranışları bu ölçütlerle uyumlu olanlar için 1963 tarihinde kalış süresinin en çok ne kadar olabileceği gibi bir üst sınır saptamaya gerek görülmemiştir.

Gerçekten, hukuksal ve ekonomik ilişkilerini olağan oturma yerinde sürdürerek yabancısı olduğu yerde gelir sağlayıcı herhangi bir uğraşta bulunmadan yani sadece TÜKETİCİ olarak kalabilmede "zaman" ögesinin sınırını kendiliğinden tayin edici bir etmen yatar. Bir başka deyişle bu statü, kalışı sürekli değil geçici duruma getirir.

Ö halde bu statüyü koruyarak herhangi bir yerde kalabilenler ancak belirli amaçları olanlardır. Konukdan TURİST statüsüne geçiş tanım'da bu amaçlara oturtulmuştur.

Konu, bu açıdan irdelenirse görülür ki; turist tanımına girenlerin (i) ve (ii) gibi iki kümeye ayırımında belirli bir ölçütten yararlanılmıştır. Buna, BOŞ ZAMAN ölçütü diyoruz. Yani ülkede kalış amaçlarından (i) ile gösterilenler, birey'in boş zaman'a sahip olduğu hallerde gerçekleştirilebilecekleridir. Bunun dışında kalan (ii) ile gösterilenler ise, gerçekleşmesinde boş zaman'ın varlığına gerek yoktur.

Demek oluyor ki;1963 tanımı turizme BOŞ ZAMAN dediğimiz yeni bir kavram daha getirmiştir. Bu gerçekten önemli bir katkıdır.

Konuk'lar içinde ayrı bir kümeyi oluşturan GÜNÜ BİRLİKÇİ'lerin ayırımında ise varılan yerde sadece 24 saatten az kalış ölçütü kullanılmıştır. Bunların geliş amaçları, turist olarak tanımlananlarla özdeş olmakla birlikte, kalışları gecelemeğe dönüşmediği için istatistiklerde ayrı bir küme olarak gösterilmelerine gerek görülmüştür.

Roma toplantısında adı konmamakla birlikte transit yolcular için şu ayırımı da eklemeyi yararlı görüyoruz:

"Yasal anlamda ülkeye girmemiş yolcular (hava limanındaki transit bölgesini terketmeyen uçak yolcuları vb. gibi), istatistiklerde gösterilmezler."(16)

Transit yolcular için yapılan bu tanımlama, soruna gerçekçi yaklaşımın bir sonucudur. Çünkü ulaştırma sisteminin çok değişik hızdaki taşıtları ve kesin varış yerine kadar geçilmesi gerekli coğrafik engebeler ve ülkeler, kalış amacı gütmese bile yolculuğun yer yer konaklamaya dönüşmesini gerektirebilir. Özellikle kara ve deniz yolu taşıtlarıyla seyahatler, bu çeşit kalışları zorunluluk haline getiren hızdadırlar. Böyle bir durumda geçici kalışlardan hangilerinin turizm; hangilerinin transit amaçlı olduğunu ayırmak olanak dışıdır.

(16) a,g,e., s. 3.

Nitekim yukarda gördüğümüz 1937 tanımlamasında transit yolcuların ayırımı için saptanan ölçüt, gerçekte bağdaşmadığı için istatistiksel açıdan büyük karışıklıklara neden olmuştur.

Oysa 1963 Roma Toplantısı, ayırimda "ülkeye yasal anlamda giriş yapanlar" gibi objektif bir ölçüt getirerek bu karışıklığı kesin çözüme ulaştırmıştır.

OECD üyesi ülkelerin büyük çoğunluğu turizm istatistiklerini 1963 Roma Toplantısında saptanan tanıma dayandırmaktadırlar.

C. TÜRKİYE'DE TURİZM İSTATİSTİKLERİNİN KAYNAKLANDIĞI TANIMLAMA

Yukarda belirttiğimiz gibi, Devlet İstatistik Enstitüsü'nün yayınları arasında **TURİZM İSTATİSTİKLERİ** de yer alıyor.

Ayrı basım halinde yayımlanan bu istatistikler, siyasal sınır ölçütüne göre başka ülkelere Türkiye'ye ve Türkiye'den başka ülkelere yönelik insan devinimini göstermektedirler.

Sınır geçişlerinde bireylere soru kağıtları doldurularak **SAYIM** yöntemi uygulanmaktadır.

Kökene ülke güvenliğine dayanan ve pasaport denetimi aracılığı ile yürütülen bu yöntemle, insan akımı, önce **YABANCI** ve **VATANDAŞ** olarak iki ana kümeye ayrılarak yıllık sayıları saptanmakta, yani **SÜREKLİ SAYIM** yapılmaktadır.

Yöntemin başka bir özelliği ise, **BİREY**'e hem giriş hem de çıkışta soru kâğıdı doldurtulmasıdır. Bu soru kâğıdının adı **VATANDAŞ – YABANCI İSTATİSTİK FİŞİ**'dir.

Sınır geçişlerinde alınan bilgiler aracılığı ile **BİREY**'ler **SEYAHAT AMAÇLARI**'na göre şu kümelere ayrılmaktadırlar:

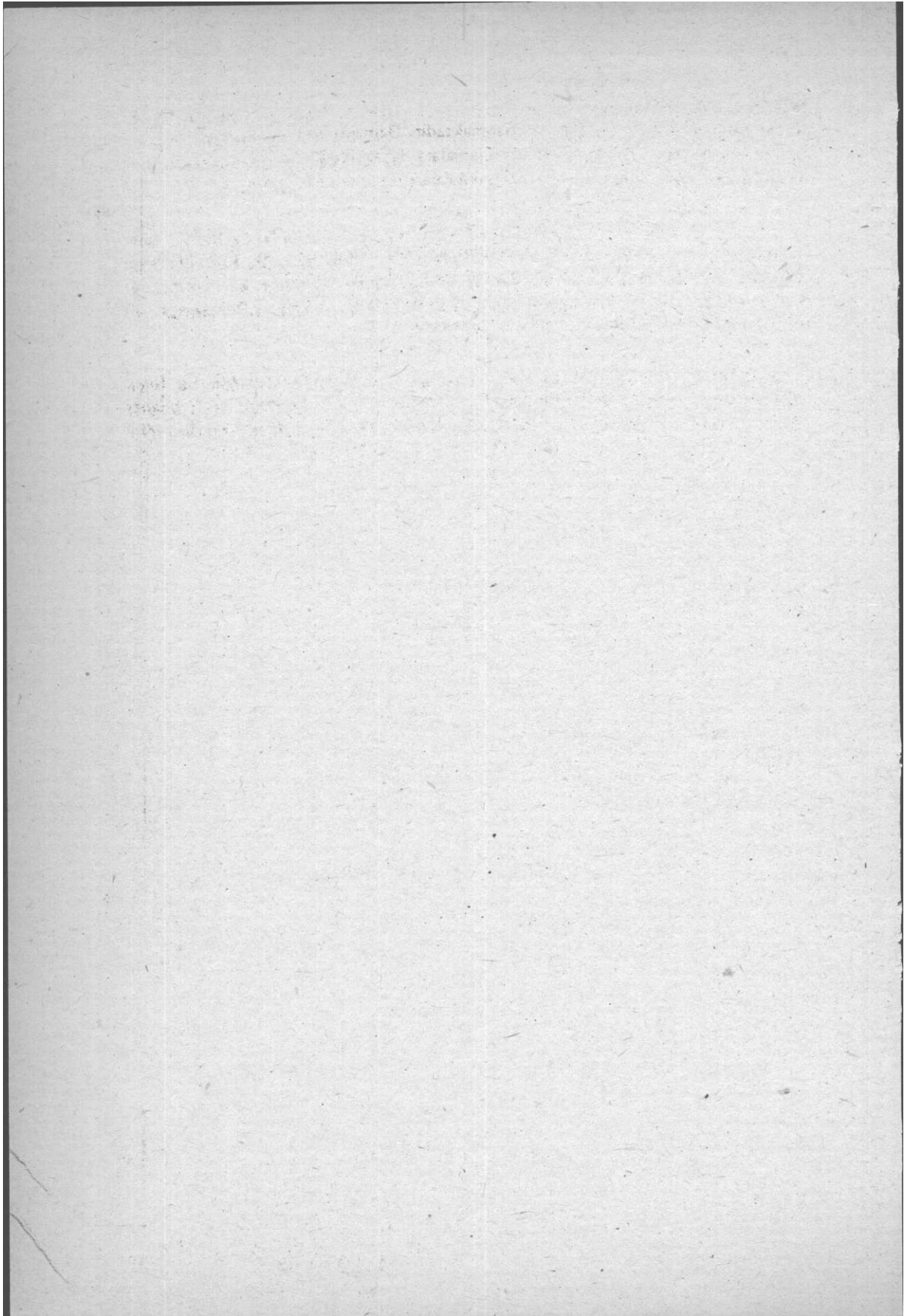
- (1) Eğlence, gezi, ziyaret
- (2) Sportif ilişkiler
- (3) Ticari ve sınai ilişkiler
- (4) Kamu hizmeti için
- (5) Sağlık
- (6) Eğitim, staj
- (7) Çalışma
- (8) Diğer

Bundan önce yürürlükte olan fişlerde turist tanımı ayrıca verildiği halde, halen uygulananlarda böyle bir tanım yer almıyor. Böylece turizm amaçlı yerdeğiş-

tirimler, yukardaki kümelerden ayıtlanmaktadır. Demek oluyor ki; ülkemizde 1963 Roma toplantısında kabul gören tanımlamalara dayalı ölçütler uygulanmamaktadır. Bunun uluslararası karşılaştırmalarda sakıncaları olduğu gibi, sektör planlamasında da olumsuz etkileri olmaktadır.

Sayım fişlerinin bir başka özelliği, değişik sorular aracılığı ile BİREY'lerin cinsiyeti, yaşları, iş-güç çeşitleri, geldiği ülke, kalış süresi vb., gibi durumları öğrenilerek Türkiye'ye yönelik akımın toplumsal yapısı aydınlığa kavuşmaktadır. Bu çeşit bilgiler kuşkusuz, planlama, yatırım, işletme ve pazarlama alanlarında ışık tutucu doğrutular gösterir.

Turizm istatistikleri adıyla yayınlanan kitapçıklarda toplanan bu bilgiler arasında iç turizme değin herhangi bir bilgi yer almıyor. Oysa bu çeşit bilgiler planlama, yatırım, işletme ve pazarlama açısından çok gerekli turizm sektörü için.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM:

BİR GEREKSİNİM OLARAK TURİZM

I. KAVRAM

Turizm gereksinmesi kavramını dolaylı yoldan giderek belirleyeceğiz. Şöyle ki; ister doğrudan, ister dolaylı olsun, tüm bilimlerin konusu İNSAN'dır. Daha doğrusu, İNSAN'ın mutluluğudur. Ancak her bilim dalının İNSAN'ı ele alış değişik açılardan olur. Örneğin tıp bilimi, yüzeysel bir yaklaşımla anatomik ve patolojik açıdan insanı ele aldığı halde; sosyal bilimler, toplumun bir üyesi olarak insan davranışlarını irdelerler.

Bu bakımdan sosyal bilimler için TEK İNSAN konu değildir. İktisat'ta TEK İNSAN EKONOMİSİ'ne örnek gösterilen ROBINSON bile öyküde geçen ıssız adadaki yaşamını daha önce kendi toplumundan aldığı ve sindirdiği bilgi ve deneyimlerle sürdürmüştür. Bir başka deyişle ROBINSON, ancak kendi başına kalmış insanın bir başarısı olarak önem taşır. Yoksa, insanın soyut bir modeli olarak sosyal bilimlerin konusu yapılamaz. Çünkü tek insanın ekonomisi, sosyolojisi olmaz.

Sosyal bilimlerin bir dalı olarak Turizm Biliminin de konusu insan'dır. Turizm alanında da insan, üyesi bulunduğu topluluğun tarihten gelen deney ve bilgi birikimiyle yüklüdür. Davranış ve kararlarında topluluğun tepki ve değer yargılarını hesaba katar. Böyle bir genelleme doğru ise turizm biliminin konusu insan davranışlarını, bu ilkelerin ışığında ele almak gerekir.

Konumuzun bir başka açıdan görünümü ise şöyledir: Biliyoruz ki iktisat, gereksinmelerle kaynaklar arasında dengeleri irdelleyen bir bilim dalıdır. Kuşkusuz buradaki gereksinmeler, yine tek insanın değil, toplum üyesi insanın gereksinmeleridir.

Bu ikinci genelleme doğru ise, bir çeşit gereksinmenin neden olduğu turizm amaçlı yerdeğiştirimler de toplumsal niteliktedir. O halde turizm gereksinmesi öncelikle toplumsaldır. Bir başka açıdan ise bunlar, öbür gereksinmelerden ayrı düşünülemez; ortaya çıkışları onlarla bağımlıdır ve onlarla birlikte evrim geçirir. Eğer bu varsayım doğru ise, turizm gereksinmeleri, öbürleriyle organik bir bağ içindedir.

İrdelememizi bu yaklaşımın ışığında ele alırsak, konu, şu kalın çizgileriyle ortaya çıkar: Birey'i oturma yerinden geçici süre başka bir mekâna yolculuk yapmaya yönelten etmen, oturma yerinde karşılayamadığı gereksinimlerdir. Buna "Turizm Gereksinmesi" diyoruz. O halde turizm gereksinmesi ancak yer değiştirim ile karşılanabilir. Yani doyuma ulaşır bir niteliktedir. İkincisi turizm gereksinmesini karşılayacak kaynaklar mekâna bağımlıdır.

Söz konusu kaynaklar taşınamadığı için birey, yerdeğiştirmek zorunda kalır. Gereksinmeyi doyuma ulaştırmak için seyahatin konaklamaya dönüşmesi ve bunun en az 24 saat sürmesi gerekir. İşte bundan önceki bölümde geçen EKONOMİK İLKE, yani bireyin çevre ilişkilerinde tüketici kalıbına girmesi ilkesi, turizm gereksinmesinin bu özelliğinden kaynaklanır.

II. TURİZM GEREKSİNMESİNİN OLUŞUMUNDAKİ DİNAMİKLER

A. MAKRO AÇIDAN OLUŞUM

Turizm gereksinmesi kavramına kısaca değindikten sonra bunun toplumsal yaşamdaki yerini ve önceliğini de tayin etmemiz gerekir. Aksi halde bu, toplumsal yaşamdan kopuk bir kavram olarak kalacaktır. İkincisi, gereksinmelerin bir bütün oluşu, turizme özgü olanını da bu bütün içinde değerlendirmeyi ve önceliğini saptamayı zorunlu kılar.

Şimdi konuyu bu doğrultuda irdeleyelim: Bir bakıma gereksinme piramidinin oluşumu açısından konuya baktığımızda toplumsal değişimin bu oluşumda temel etmenlerden biri olduğu sonucuna varırız. Gerçekten, toplumsal değişimin gelir düzeyi üzerindeki etkisi dolaylı biçimde yaşama düzeyine de yansır. Böyle bir yansıma, gereksinme hacminin genişlemesi veya daralması ve aynı zamanda çeşitli gereksinmeler arası önceliklerin değişmesi biçiminde sonuç verir. Öbür yandan toplumsal değişimin değer yargıları üzerindeki etkileri ise, gereksinmelerin meşruluklarını tayin ederek piramidin basamaklarına hem yenilerini katar hem de önceliklerini değiştirir.

Bu arada sadece giysi biçimleri olarak değil, geniş anlamda her çeşit tüketim eğilimi yaratan MODA, bu sınırları, yani toplumsal değişimin yaşam düzeyini ve gereksinimlerin meşruluklarını tayin edeci, onun sınırlarını zorlayan ikinci bir etmen olarak tabloya girer.

Soruna tarihsel süreç açısından yaklaşırsak, gereksinmelerin evrimi bir bakıma uygarlık tarihini de yansıtır. Uygarlığın yukarı düzeyler doğrultusunda değişimi, gereksinmelerin kapsamını genişletmiş ve içeriğini çeşitlendirmiştir. İlkel toplulukların gereksinmelerini bugün sadece biyofizik varlığa yeter saymamızın nedeni budur. Oysa çağdaş toplumun üyesi insanın gereksinme paketini oluşturan içerik, sadece bio-fizik varlığı sürdürmeye yeterli olandan hem nicel hem de nitel bakımdan kesin benzemezlik içindedir. Bu nedenle bio-fizik varlığını sürdürmenin ötesine geçmiş insanın gereksinmeleri irdeleyerek yola çıkacağız.

Çünkü çağdaş Devlet, toplumsal değişimin bir çeşit dinamiği olarak da toplumun gereksinmelerini biyo-fizik düzeyin ötesine götürmek işlevini yüklenmiştir. Bu yükümlülüğün ayırıcı niteliği Sosyal Refah Devleti olarak belirlenir.

Söz gelimi, Anayasa'mızda bu yükümlülük şu kalın çizgilerle belirlenmiştir:

- (1) Sosyal adalet ilkesi doğrultusunda ulusal gelirden herkese anlamlı bir pay düşmesine sağlamak;
- (2) Ulusal kalkınmaya çaba göstererek toplumun refahını sağlamak;
- (3) Toplumun sosyal güvenliliğini sağlamak vatandaşların hâl ve geleceklerini dara düşürmemek.

Görülüyor ki; Sosyal Hukuk Devleti ya da Sosyal Refah Devleti, çağımız insanının, biyo-fizik varlığını sürdürme kaygılarından uzak yaşamasını ve bu çeşit zorlukların baskısı altında kalmadan yaratıcı gücünü harekete getirecek gereksinmelerin ardına düşmesini sağlayacak olanakları yerine getirmekle yükümlendirilmiştir. Bu nedenle, çağdaş toplumun gereksinmeleri biyo-fizik varlığın üstündeki yaratıcı gücü besleyen ve ondan yararlanmayı sağlayan olanaklara yöneliktir.

İşte bu etmenler altında oluşan gereksinme piramidi insan'ın istem ve özlemlerini açıklar ve amaçlarına yön verir. Hukuk ve geleneklerin esnek bağları içinde birey, kendine özgü gereksinmelerini adlandırmak ve biçimlendirmekte genellikle özgür bırakılmıştır. Bir başka deyişle bütün bunlar, gereksinmelerin oluşumunda ve çeşitlenmesinde birer dinamiklerdir.

B. TURİZM GEREKSİNMESİNİN OLUŞUMU

Yukardaki yaklaşım bizi şu noktaya getirir: Toplumsal nitelikte her olgunun evrimsel bir aşamadan geçtiğini kabullenirsek, turizmde bu kuralın dışında kalmadığı anlaşılır. İkincisi, toplumsal nitelikte her olgu gibi, turizm de başka olgulardan bağımsız kendiliğinden ortaya çıkmış değildir. Bir başka deyişle turizm, hem tarihsel bakımdan önceki aşamaların hem de doğrusal açıdan çağdaş alanlardaki evrimlerin, birikimlerin ürünüdür.

Önce bunu tarihsel perspektif doğrultusunda irdelersek, gereksinmelerin çeşidini, önceliklerini içeriğini ve hacmini değiştiren başat bir etmen olarak sanayileşme olgusunu görürüz. Bu başat etmen kuşkusuz, turizm gereksinmelerini de oluşturmuştur. Örneğin, sanayileşme sürecine ilk giren ülkelerden biri olarak İngiltere'de bu etmenin aristokrat etiket taşıya bile turizm amaçlı seyahatleri başlattığını tarihsel belgeler kanıtlıyorlar.⁽¹⁾ Şöyle ki; söz konusu ülkede bu nitelikteki bir devrim, sanayileşmenin yoğun nüfuslu yerleşim merkezlerinde neden olduğu çevre sorunlarından kaynaklanmış ve kırsal yörelere yönelik seyahatleri daha o dönemde başlatmıştır. Bir bakıma bunun anlamı, oturma yerine özgü koşullar-

(1) The Travel and Tourism Encyclopaedia s. 99.

daki değişiminin bir karşı tepki olarak, yerdeğiştirim gereksinmesini yaratmasıdır. Kuşkusuz bu çeşit bir yerdeğiştirim gereksiniminin adı, **TURİZM GEREKSİNİMİ**'dir.

Öte yandan yine tarihsel nedenlerle toplumların farklı kalkınma düzeylerine ulaşmaları yani bir yanda kalkınmış öbür yanda geri kalmış toplulukların Dünya Coğrafyasında kümelenmesi, dışa bağımlılık yaratarak belirli mal ve hizmet alımlarını nasıl zorunlu hale getirmişse, turizm alanında da aynı nitelikte devinimlere neden olmuştur. Örneğin, iş, inceleme—araştırma ve sağlık nedeniyle yapılan seyahatlerin kökeninde farklı düzeyde gelişmişlik etmeni yatar. Bir başka deyişle, yeteri kadar gelişmemiş bir toplulukta karşılanamayan bu nitelikteki gereksinmeler, gelişmişliği nedeniyle bunları sunabilen topluluklara yönelik seyahatlere neden olurlar.

Demek oluyor ki; bir yandan toplumsal değişim ve bunun topluluklar arası yarattığı farklılaşım ve öbür yandan yöresel coğrafik koşullardan kaynağını alan etmenler, "**OTURMA YERİNDE KARŞILANAMAYAN GEREKSİNİMLER**" adı ile değişik bir çeşit gereksinme bileşkesinin oluşumuna neden olmuşlardır.

TURİZM GEREKSİNİMESİ dediğimiz bu bileşke görülüyor ki; çeşitli süreçlerden mekâna bağımlı özelliklerden kaynaklanır. Birer etmen olarak bunlar, topluluğu turizm gereksinmesi ile yüklü hale getirir. Yerdeğiştirim devinimi, bu oluşumdan sonra ortaya çıkan bir süreçtir.

III. GEREKSİNME PİRAMİDİ AÇISINDAN YAKLAŞIM

A. GEREKSİNİMLERİN BİR BÜTÜN OLARAK GEÇİRLİLİĞİ

Gereksinmelerin bir bakıma birey'in alım gücüne göre sıralandıklarını biliyoruz. Bu sıralanış, öncelikleri de yansıttığı için basamak basamak piramid biçiminde bir görünüm alır.. **GEREKSİNME PİRAMİDİ**'i işte böyle bir biçimleniş sonucunda ortaya çıkar. Piramid'i oluşturan basamakların her biri, ayrı bir gereksinme kümesini simgeler. Basamakların sayısı ve içeriklerinin çeşidini kuramsal olarak gelir—gider arasındaki dengeler tayin eder. Gelir ve giderin maksimum düzeyde dengeleşmesini simgeleyen bu piramidin basamaklarında şu gereksinimler yer alır.

GEREKSİNİM PİRAMİDİ

ÖNCELİKLER	GEREKSİNİM BASAMAKLARI
10	Dinlenme
9	Kitle İletişim araçlarından yararlanma
8	Ulaştırma—Taşıma
7	Öğrenim—Eğitim—Kültür
6	Sağlık—Beden Bakımı—Spor
5	Ev donatımı
4	Isıtma—Aydınlatma
3	Giyim
2	Barınma
1	Beslenme

Kademelenmenin piramid biçimindeki görünümüne dayanarak, tabanı oluşturan gereksinmeler dilimine en çok; buna karşılık yukarı basamaklara girenlere daha az öncelik verildiği sonucu çıkarılabilir. İktisad'ın temel kanunlarından biri ENGEL KANUNU da bunu doğrular. Ancak sosyal adalet ilkelerinin uygulama alanı bulamadığı topluluklar hariç tutulursa, öbürleri için gereksinmelerin "DİRİM DEĞERİ TAŞIYANLAR, SOSYAL ve LÜKS" gibi veya "VAZGEÇİLİR-VAZGEÇİLMEZ" gibi derecelendirilmesi geçerliliğini yitirmiştir.

Çünkü daha önce değindiğimiz gibi, toplumsal değişimden kaynaklanan refah ve bunun adaletli paylaşılması işlevini yüklenmiş olan sosyal hukuk devleti, piramidi oluşturan gereksinmeleri dar veya geniş ölçüde, yalın kat veya çeşitlilik içinde vatandaşlarına sağlamak ile yükümlüdür.

Bir başka deyişle; toplumun tabanını oluşturan geniş kesim, örgütleri ve yanlarına aldıkları baskı gruplarıyla bölüşümden kendilerine düşen payı sürekli arttırma savaşımı verirler. Bu toplumsal süreç, uygulamada bio-fizik varlığı sürdürme ölçütü yerine, ARTI DEĞER'den daha büyük pay alma ilkesine oturtulmuştur.

Böylece piramidi oluşturan gereksinmeler ve basamaklararası öncelikler, nitelik ve içerik değiştirmişlerdir. Örneğin BESLENME, sadece bio-fizik varlığı sürdürebilmenin bir karşıtı değil, damak tadı ve gerekli kaloriyi sağlayan çeşitli besinler, içki ve tütünle simgeleşen tiryakilik vb., gibi bir içerik kazanarak piramitteki yerini alır. BARINMA, sadece dış etkenlerden korunma gereksinmesinin karşıtı değil, rahatlık ve dinlendiricilik işlevi öncelik alan ve bunu sağlamaya elverişli araç ve gereçlerle donatılmış KONUT anlamındadır artık çağımızda.

Öbür yandan, insanın yaratıcı gücünü geliştirme ve sürdürme ilkesinden kaynaklanan yaklaşım, gereksinmeler arası öncelikler yerine, tüm gereksinmelere eş değer verilmesi yolunu açmıştır. Böylece gereksinme piramidi basamak basamak parçalanabilir bir nesne olmaktan çıkmış, yaratıcı gücü geliştirilmesi amaçlanan insan topluluğunun gereksinmelerini simgeleyen bir kavrama dönüşmüştür.

Buradan başa dönersek diyebiliriz ki; gereksinmeleri öncelik ölçütüne göre, VAZGEÇİLİR ya da VAZGEÇİLMEZ olarak bölmek veya "DİRİM DEĞERİ TAŞIYANLAR-SOSYAL LÜKS" başlıkları altında parçalamak çağımızda geçerliliğini yitirmiş bir yaklaşımdır. Bunun yerini, bio-fizik varlığını sürdürmesi güvence altına alınmış insan topluluğunun yaratıcı gücünü geliştirmeye yönelik gereksinmelerini karşılamada ki ölçütler ve öncelikler almıştır. Çünkü sosyal güvenlik sistemi, böyle bir düzeyden çıkışa elverişli tabanı oluşturur.

B. TURİZM GEREKSİNMESİNİN YERİ VE ÖNCELİĞİ

Tüm gereksinmeler içinde turizme özgü olanlarının yerini ve önceliğini saptamak için yine piramide dönelim. Yalın bir yaklaşımla bunun DİNLENCE olarak piramidin son basamağında ortaya çıktığını ve öncelikler dizisinin en sonunda

geldiğini söyleyebiliriz. Böyle bir değerlendirmenin bir başka açıdan anlamı, piramidin bu son basamağında ortaya çıkan gereksinmelerin yüksek gelir düzeyinde ancak karşılanabilir türden olduklarıdır.

Oysa soruna, turizm olgusuna varlık kazandırıcı koşullar, yani seyahatin sürekli kalıba dönüşmemesi ve gelir sağlamayı amaçlamaması koşulları açısından yaklaştığımızda yerdeğiştirim nedenlerinin ayrı ayrı birer gereksinme olarak piramidin çeşitli basamaklarında ortaya çıktığını saptarız. Şöyle ki; birey'in turist tanımına girmesi için şu amaçlarla (iş'le nedeniyle olanını şimdilik bir tarafa bırakarak) yola çıkması gerektiği daha önceki bölümde açıklığa kavuşmuştu:

- DİNLENCE
- SAĞLIK
- ÖĞRENİM
- DİNSEL NEDEN
- SPOR İÇİN

Tanımda varış yerinde birey'in kalış nedenleri olarak belirlenen bu amaçlar, aslında, oturma yerinde karşılanamayan ayrı birer gereksinmedir. Bunların baskısı veya şiddet derecesi yerdeğiştirmeye neden olur. Bir başka deyişle, bunlar yerdeğiştirimden önce oturma yerinde birer gereksinme olarak tabloya girerler. Özellikleri, oturma yerinde karşılanamamalarıdır.

O halde, bir adım daha atarak bunların gereksinme piramidindeki yerlerini ve önceliklerini saptamaya sıra geliyor. Bunun şematik olarak görünümü şöyledir:

<u>Yerdeğiştirim Nedenleri</u>	<u>Öncelik Sırası</u>	<u>Gereksinim Piramidi'nin Özdeş Basamakları</u>
Dinlence	10	DİNLENCE
	8	Ulaştırma-Taşıma
Öğrenim-Dinsel neden	7	Öğrenim-Eğitim-Kültür
Sağlık-Spor	6	Sağlık-Beden bakımı-Spor

Bu karşılaştırma, bizi şu sonuca getiriyor: İş amacıyla yapılan şimdilik dışarıda bırakılırsa, oturma yerinde karşılanamayan gereksinmeler (ki bunlar yerdeğiştirme neden oluyorlar), piramidin son basamağında değil; öncelik sırası 6-10 arasında kalan basamaklarında yer almaktadırlar. Dinsel neden başlığı altında gösterilen, kökende kültür kapsamı içine girdiğinden bu da piramidin 7. basamağında ortaya çıkar.

Buraya bir de 8. öncelik sırasındaki ulaştırma-taşıma gereksinmesini katmak zorundayız. Çünkü ulaştırma olmadan yerdeğiştirme gerçekleşmez.

Konuyu parçalayarak değil, bir bütün içinde ele alırsak, piramidin 6-10 basamakları arasında kalan gereksinimler, kökünde bireyin yaratıcı gücünü geliştirici niteliktedirler. O halde bu kümenin içerdiği yerdeğıştirimler birey'in bu çeşit gereksinmelerini karşılamayı amaçlarlar.

Şimdi bir başka kümeyi oluşturan yerdeğıştirim nedenlerine sıra geliyor: Bildiğimiz gibi bunlar, iş, aile ilişkileri, görev ve toplantı için yapılanlardır. Yukarıdaki yaklaşımın ışığında, bunları da oturma yerinde birey'in karşılayamadığı gereksinimler olarak değerlendirebiliriz.

Konuya açıklık getirmek için aile ilişkisine dayalı olanı küme dışında sorunu çözümlenmeğe çalışalım:

Biliyoruz ki; uğraşı karşılığı sağlanan gelir, gereksinimler için harcanır. İş görev temsil, uğraşı kapsamında ortaya çıkan gelir sağlayıcı çabalardandır. Ancak, bazı uğraşı çeşitleri birey'i geçici sürelerle seyahate çıkmak zorunda bırakabilir. Bu durumda yerdeğıştirim, bir gereksinme olarak belirir. Çünkü, uğraşının sürdürülmesi, yani birey'in gelir sağlamaya devam etmesi bu gereksinmenin karşılanmasına bağlıdır.

Böyle bir gereksinme, yani iş-güç ve temsil nedeniyle ortaya çıkan yerdeğıştirim gereksinmesi ise salt ekonomik açıdan düşünülduğünde; sağladığı gelir beslenmeden başlayarak öncelikte ilk sırada gelen gereksinimleri karşılamayı amaçlayan bir uğraş olarak belirir.

O halde turizm olgusuna varlık kazandıran bu nitelikteki yerdeğıştirimler, King kanununa göre öncelikte birinci basamakta yer alan beslenmeden başlayarak temel gereksinimleri karşılamak için yapılan çabaların bir çeşidi olarak ortaya çıkar. Gelir düzeyi yükseldikçe ve sosyal devlet ilkeleri doğrultusunda ilerleme kaydedildikçe, uğraşının özelliğinden gelen yerdeğıştirimler, piramidin tümünü içerir gereksinimleri karşılamaya yönelik nitelik kazanırlar.

Gereksinim piramidi ile tatil amaçlı yerdeğıştirimler arasındaki organik bağı belirleyen birinci şemaya tekrar dönersek, bunların, doğrudan birey'in yaratıcı gücünü geliştirici ve sürdürücü nitelikte gereksinimleri karşıladığı sonucuna varırız. Yerdeğıştirimlerin içerdiği bu bileşik nitelik nedeniyle, bunların tümüne **TURİZM GEREKSİNMESİ** diyoruz.

Bu yaklaşımdan çıkardığımız sonuç şudur: Turizm Gereksinmesi'nin yeri ayrı ayrı yerdeğıştirim nedenleri açısından piramidin çeşitli basamaklarında ortaya çıkar ve önceliği de bu basamakların içerdiği önceliklerle özdeşdir. Çeşitli yerdeğıştirim gereksinimleri bileşdiği olan Turizm gereksinmesi bir bütün olarak ele alındığı takdirde bu, gereksinme piramidi ile özdeşleşir.

Açıklamalarımızı aşağıda görülen bir şemaya dökersek, turizm gereksinmesi ile gereksinme piramidi arasındaki iç-içelik daha belirginleşir.(2)

TURİZM GEREKSİNİMİ	ÖNCELİK SIRASI	GEREKSİNİM PİRAMİDİ
ULAŞTIRMA (A-B)		
Dinlenme-Tatil	10	Dinlenme Kitle Haberleşme Araçlarından Yararlanma Ulaştırma Öğrenim-Eğitim-Kültür Sağlık-Beden Bakımı-Spor
	9	
	8	
Öğrenim-Dinsel neden	7	
Sağlık-Spor	6	
	5	
Ailesel neden	4	Ev Donatımı Isınma-Aydınlatma Giyim Barınma Beslenme
İş	3	
Görev	2	
Temsil	1	
	1	

Gereksinme piramidinin (A) kümesinde toplananlar, **BİREY**'in gelirinden öncelikle karşılaması gerekli olanlardır. **TURİZM GEREKSİNİMİ** başlığı altında sıralananlardan (A) kümesinde toplananlar ise, görüldüğü gibi, **İŞ-GÖREV-TEMSİL**'e dayalı yerdeğiştirim nedenleridir. Yukarıda (B) kümesinde toplananları **YOK** varsayarsak, bunun anlamı şudur: **BİREY**'in gelirine kaynaklık eden uğraşısı, seyahat etmesini gerektiriyorsa, temelde **BİREY**'in başat gereksinmeleriyle yani (A) kümesinde toplananlar ile, işi nedeniyle yaptığı seyahatler arasında **İÇ-İÇE** bir bağımlılık var demektir.

Tabloya **BİREY**'in yaratıcı gücünü geliştirmeyi ve sürdürmeyi amaçlayan (B) kümesindeki gereksinmeler girdiği zaman ise, bunun karşılığı **TURİZM GEREKSİNİMLERİ** olarak özdeş yerdeğiştirim nedenleri yer alır.

Ulaştırma ise, (A) ve (B) kümelerinde yer alan tüm gereksinmeleri karşılamak için temel öncelik taşır.

Bu uzun irdelemeden şu sonuca varıyoruz: Turizm gereksinmesi, bir bakıma oturma yerinde karşılanamayan ve sürekli kalışa dönüşmeyecek aynı zamanda gelir sağlamayı amaçlamayacak yerdeğiştirimler yolu ile karşılanır. Bu koşullar altında yapılan yerdeğiştirimin hedef aldığı gereksinmelerin karşılığı, piramidi oluşturan çeşitli basamaklardaki gereksinmelerdir ve birey'in davranışı olarak yerdeğiştirim, gereksinmenin soyutluktan çıkıp, somut biçimde karşılanması anlamındadır. Bir başka deyişle, buna özgü mal ve hizmetlerin, birey tarafından tüketilir olmalarıdır.

(2) Yerdeğiştirimin ailesel nedene dayalı olanını'da **BİREY**'in sosyal ilişkilerinden kaynaklanan gereksinmeler arasında sayarak bütün içine katabiliriz.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM VARLIKLARI

I. KAVRAM

A. TANIM

Turizm gereksinmesinin oturma yerinde karşılanamayan bir nitelikte olduğunu ve bunun yerdeğiştirim dediğimiz bir devinime yol açtığını önceki bölümde yeterince açıklığa kavuşturduk. Öbür yandan bir devinimin turizm olgusuna varlık kazandırabilmesinin ise belirli koşullara bağlı olduğunu saptamıştık.

O halde turizm, biri oturma yerine öbürü varış yerine özgü koşulların oluşturduğu bir olgudur.

Konuyu bu aşamada bireysel düzeyden çıkarıp, toplumsal düzeye aktırırsak, bu olgu, (m) sayıda oturma yerinden (k) sayıda varış yerine yönelik bir **AKIMLAR DEMETİ**'ni oluşturur. Böyle bir oluşumun adına kısaca **TURİST AKIMI** diyoruz. Anılan akım, yeryüzü yuvarlağını sürekli dolaşım süreci içindedir.

Vardığımız bu nirengide şöyle bir tablo ortaya çıkar: Bir yandan siyasal sınırlar ölçütüne göre hem ülke içinde hem ülkeler arasında; öbür yandan coğrafik ölçütlere göre hem çeşitli iklim kuşakları arasında hem de kıtalar içinde ve kıtalar arasında olmak üzere sürekli bir turist akımı vardır.

Akımın, yukarda belirlenen mekânsal dağılımı ölçülebilir niteliktedir. Bu, ülke içinde veya ülkeler arasındaki turist sayısı olarak ortaya çıkar. Örneğin **TÜRKİYE'YE 1982 yılında 2 MİLYON TURİST GELMİŞTİR** ifadesi o yıl için yeryüzü çapındaki 219 milyon kişiden oluşan turist akımından bir bakıma Türkiye'ye düşen payı'da karşılaştırmaya olanak verir. Öbür yandan turist akımının, yaş, cinsiyet, meslek vb. ölçütlere göre de ayırımı yanında, bu nedenle oluşan parasal akımı gerek ülkeler, gerekse ülke içi açısından Gelir-Gider olarak ölçmek de olanak içindedir.

Turizm kavramı bölümünde yer alan turist tanımlamasının, bu amaçla yararlanılan bir ölçüt olduğunu; yani mekânlararası insan deviniminden turizm amaçlıların ayırımında yararlanılan bir ölçüt olduğunu anımsayalım.

Tabloda göze çarpan bir başka öge ise **ULAŞTIRMA SİSTEMİ**'dir. Yerdeğiştirim, ulaştırma sistemi ile bağımlıdır. Yerdeğiştirimi, bir **AKIM**'a dönüştüren etmen budur. Bu bağlamda turist akımı, ulaştırma sistemi ile özdeşleşir. Şöyle ki; belirli mekânlar arasında ulaştırma sistemi kurulu ise, turist akımının oluşumu için gerekli alt yapı hazır demektir. Böyle bir organik bağımlılık gereği ise, **AKIM**'ın gidebileceği mekânları ulaşım sistemi belirler. Öte yandan, **AKIM**'in boyutları, sistemin taşıma kapasitesi ile bağımlıdır.

Ulaştırmanın bu alandaki önemine ilerde daha geniş biçimde değinmek üzere şimdi konumuza dönelim: Oturma yerindeki yerdeğiştirim eğilimleri ne kadar güçlü olursa olsun, bunların belirli bir mekâna yönelik turist akımına dönüşebilmesi için, önce ulaşım sisteminin var olması, sonra da akımın yüklü olduğu gereksinimleri karşılayıcı nitelikleri içerir bir mekânın var olması gerekir.

Bu açıklamaların ışığında **TURİZM VARLIĞI**'ni şöyle tanımlayabiliriz: "Turizm gereksinmesiyle yüklü herhangi bir topluluğu, oturduğu mekândan başka mekânlara çeken, taşıyan, karşılayan, alıkoyan ve gereksinimleri doyuma ulaştıran ögeler bileşkesi **TURİZM VARLIĞI**'dir.

Görülüyor ki, turizm varlığı bir **BİLEŞKE**'dir, ilerde göreceğimiz gibi bu bileşke, çeşitli öznel, nesnel kaynaklardan oluşur. Öte yandan her kaynağı oluşturan ögeler, turizm gereksinmesinin karşılanmasında pay sahibidirler. Ancak bu paydaşlık, turizm dediğimiz ögenin oluşumunda bir çeşit katkı biçiminde ortaya çıkar. Bu nedenle, ögelerin turizm olgusuna katılışları, birbirinden bağımsız değil, zincirleme bir sürecin halkaları biçimindedir. Bunlar içinde ulaştırma sistemi, bu süreci bütünleştiren temel ögedir. Halkaları, ulaştırma sistemi, zincire dönüştürür, bütünleştirir; ona **BİLEŞKE** niteliği verir. **TURİZM**, bu **BİLEŞKE**'nin adıdır.

B. MEKÂNA BAĞIMLILIK AÇISINDAN YAKLAŞIM

1. Turizm Mekânı ve İçeriği

Turizm varlığındaki temel niteliklerden bir başkası, mekana bağımlı oluşudur. Akımın mekânlararası bir düzeyde oluşumu da bunu kanıtlar. O halde turizm gereksinmesini karşılama bakımından mekânın içerdiği nitelik ve nicelikler ona ayrı bir özellik verir. Öbürlerinden ayırmak için, yani bu çeşit nitelik ve niceliklere sahip olmayanlardan onu ayırmak için buna **TURİZM MEKÂNI** diyoruz. **TURİZM MEKÂNI**, **AKIM**'ın yüklü olduğu gereksinmelerin karşılandığı, doyuma ulaştığı ya da bunları doyuma ulaştıran ögelerin topluca bulunduğu yerdir.

Soruna ekonomik açıdan baktığımızda, TURİZM MEKÂNI turizme özgü mal ve hizmetlerin üretildiği ve arzedildiği bir yer olarak ortaya çıkar. O halde, bacasız endüstri dediğimiz turizm endüstrisinin kuruluş yeri turizm varlığını içeren mekândır. Bu bakımdan TURİZM MEKÂN'ı ile endüstri arasında organik bir bağımlılık vardır.

Bu çeşit bir yerdeki turizm varlığı bileşkesi yalın veya çok çeşitlilik içinde olabilir. Örneğin Uludağ, egemen niteliği kış sporlarına özgü alt ve üst yapısıyla TURİZM MEKÂNI'dır. Buna karşın, İSTANBUL, turizm varlığını geniş bir yelpaze halinde sunan bir metropoldür.

Böyle bir yaklaşım, TURİZM MEKÂNI'nın sadece turizm varlığını değil, başka sektörlere özgü varlıkları da içerdiği sonucuna bizi ulaştırıyor.

Soruna bu açıdan yaklaştığımızda mekân, barındırdığı topluluk onun örgütlenme düzeyi ve çeşitleri, ekonomik ilişkileriyle somutlaşır. Yeryüzü bu açıdan herbiri kendine özgü mekânlardan oluşan bir coğrafyadır. Turizm, her mekânın kendine özgü koşulları içinde ya hiç yoktur; ya potansiyel olarak vardır; ya da mekânın egemen bir varlığı olarak kendini kabul ettirmiştir.

2. Turizm Mekânının Büyüklüğü

Yukardaki genelleme açısından soruna yaklaşırsak, turizm mekânının da çeşitli büyüklüklerde ortaya çıktığını kabulleniriz. Yaşadığımız dünya bunun örnekleriyle doludur. Ürgüp, Erdek Gümüldür, Uludağ dar anlamda bir turizm mekânıdır. Çeşme Yarımadası ise daha geniş bir mekân olarak karşımıza çıkar. Ege Akdeniz ve Marmara bölgeleri de turizme özgü varlıklarıyla ülkemizde geniş bir alanı kaplayan turizm mekânlarıdır. Nihayet Akdeniz daha geniş alanda ortaya çıkan bir turizm mekânıdır. Akdeniz turizmi, bir mekânın özelliğini yansıtan bir deyim olarak turizm diline girmiştir.

Görülüyor ki; turizm mekânı çeşitli büyüklüklerde ortaya çıkıyor. Bunu tayin eden ölçüt, turizme özgü kaynakların ve uğraşların büyüklüğüdür. Şöyle ki; Coğrafi alan daraldıkça, turizme özgü kaynak ve uğraşlar büyür. Örneğin, Abant, doğasıyla, altyapısıyla ve konaklama tesisleriyle böyle bir yerdir. Ancak Çeşme Yarımadası başka uğraşlarında turizmle birlikte bulunduğu bir toprak parçasıdır ve buna oranla turizm varlığı yarımadaanın ancak belirli yerlerinde ortaya çıkar.

Öte yandan geniş alanı kapsayan turizm mekânlarına, orada yaşamını sürdüren çeşitli toplulukların nicel ve nitel özellikleri(1) öbür sektörlerin içeriği uğraşlar, kamu ve özel kuruluşlar, kitle iletişim araçları vb., gibi öğeler de girer.

(1) Yoğun nüfuslu, kentsel köysel, bağımsız—hoşgörül sahibi gelir düzeyi gelişme düzeyi, örgütlerin düzeyi, örgüt çeşitleri ve etkinlikleri vb. gibi özellikler.

Bunlar, turist akımını etkiledikleri için turizm varlığını oluşturan kaynaklar arasına katılırlar. Bir başka deyişle, bu çeşit varlıklar, akımın yönelmesini veya yönelmemesine, eğer yönelmişse hacmini, kalış süresini ve sonuçta ise turizm gelirlerinin bileceği düzeyi belirlerler.

II. TURİZM VARLIĞINI OLUŞTURAN ÖGELER

Yukardanberi sürdürdüğümüz irdelemeler, **TURİZM VARLIĞI**'nın yapısı üzerinde bizi düşünmeğe zorluyor. Gerçekten bu bileşke hangi temel öğelerden oluşur? sorusunu bu aşamada yanıtlamak daha sonraki açıklamalara da dayanak olacaktır. Soruna, turizm gereksinmesi ve bunu karşılayan kaynaklar açısından baktığımızda **TURİZM VARLIĞI** dediğimiz bu bileşkenin başlıca dört öğeden oluştuğu sonucuna varırız.

Bunlardan birincisi, turist akımının yüklü olduğu gereksinmeleri karşılamada mekânın sahip olduğu nitel ve nicel kaynaklar, olanaklardır. Bir başka deyişle yerdeğiştirim davranışının belirli bir mekâna yönelmesi için orasının turizm gereksinmesini giderecek nitel ve nicel varlıklara—özelliklere sahip olması gerekir. Buna **TURİST AKIMINI ÇEKEN ÖGE**'ler diyoruz.

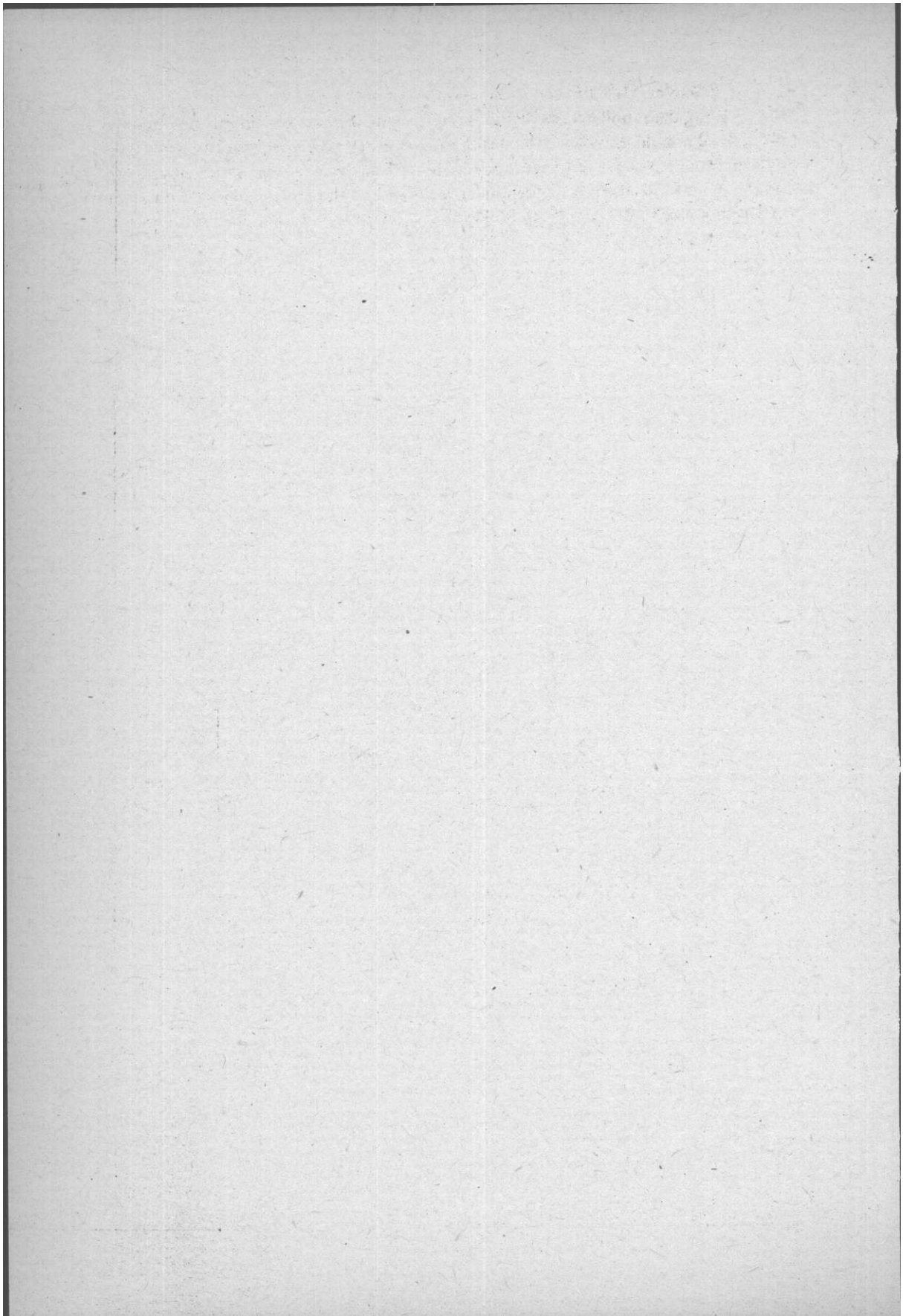
İkincisi söz konusu mekândaki topluluğun akıma karşı olumsuz davranışlarda bulunmayacak bir toplumsal yapıya sahip olması gerekir. Bu, turist akımını çeken öge ile akımın yüklü olduğu gereksinimleri karşılamaya elverişli ortamı hazırlar. Çünkü böyle bir ortamın yokluğu turizme özgü kaynakların kullanımına da olanak vermez. Buna **TURİST AKIMINI KARŞILAYAN—KABULLENEN ÖGE** diyoruz.

Üçüncüsü, mekânın (enaz 24 saat) geçici süre kalışı sağlayacak olanaklara sahip olması biçiminde ortaya çıkar. Çünkü bundan turizme özgü etmenlerin kaynaklanması için, akımın varış yerinde konaklaması gereklidir. Bu nedenle mekânın konaklamayı sağlayacak yapılara sahip olması bir ön koşuldur. Böyle bir ön koşulun gerçekleşmesi için gerekli nesnelere, tablomuzdaki yeri, **TURİST AKIMINI ALIKOYAN ÖGE** olarak belirir.

Görülüyor ki; büyüklüğü ne olursa olsun, herhangi bir mekân, önce akımı çeken; sonra, toplumsal açıdan olumlu tavrıyla onu karşılayan, kabullenen ve nihayet konaklatma olanakları ile alıkoyucu öğelere sahipse, başka bir mekânda oluşan yerdeğiştirim gereksinmesini doyuma erdirecek bir yapı ve içeriğe sahip demektir. Böyle bir potansiyel, anılan yeri **TURİZM MEKÂNI**'na dönüştürür.

Ancak, yukardaki bu üç öge ile turizm dediğimiz olgu tamamlanamaz. Çünkü akımın turizm mekanına önce taşınması, sonra da oturma yerine geri götürülmesi gerekir. Ulaştırma sistemi bu nedenle dördüncü temel öge olarak tabloya girer. Buna, **TURİST AKIMINI TAŞIYAN ÖGE** diyoruz.

Aşağıdaki bölümlerde daha ayrıntılı biçimde ele alacağımız bu ögeler, varlıkları hem buldukları mekânın özelliklerine hem de turizm gereksinimi ile yüklü akımı oluşturan kümelerin çeşitli özelliklerine göre, değişik boyutlarda ve içerikte ortaya çıkarlar. Bu nedenle turizm varlık'ı bileşkesi'de içerik olarak bir mekândan öbürüne değişir. Öbür yandan belirli bir mekâna özgü olanı da durağan değil, aksine sürekli değişim süreci içindedir.



BEŞİNCİ BÖLÜM

TURİST AKIMINI ÇEKEN ÖGELER

I. ÇEKİM GÜCÜ KAVRAMI

Turizm, bir bakıma oturma yerinde karşılanamayan gereksinimlerden kaynağını alır. Bunların, başka yerlerde karşılanabilme olasılığı ve olanağı yerdeğiştirimi başlatır. Bu açıdan turist akımının belirli bir mekâna yönelmesi olayındaki etmene ÇEKİM GÜCÜ diyoruz. Çekim gücü bu bağlamda oturma yerinde doyuma ulaştırılamayan gereksinimlerin karşıtıdır. Bir başka mekân'ın bunları karşılayacak özelliklere sahip olması, buraya yönelik bir akım oluşturur. Bunlar, turist akımını çeken varlık olarak tabloda yerlerini alırlar.

Çekim gücü TAŞIYANLARI dediğimiz bu varlıklar, yeryüzünde ÖZNEL veya NESNEL nitelikte ortaya çıkarlar veya her ikisinin bir karışımı olarak görülürler.

Öte yandan çekim gücü, oturulan yer ve gidilecek yer olarak mekâna, zamana ve toplulukların toplumsal kültür düzeyine⁽¹⁾ göre değişen bir kavramdır. Bir başka deyişle tüm bu sıralananların bir fonksiyonudur çekim gücü. Örneğin herhangi bir ögenin çekim gücü taşıyıcısı olarak toplumca kabulü ve pazarlanması toplumsal değişim ile bağımlıdır. Yani, zaman etmenine göredir. Yüz yıl öncesine kadar tarihsel kalıntıların çekim gücü taşıyıcıları olarak toplulukların ilgisini çekmemiş olması ZAMAN etmeninin çarpıcı örneğidir.

İkincisi, herhangi bir ögenin çekim gücü taşıyıcısı olarak kabulünün bir toplumdan öbürüne değiştiği gerçeğidir. Toplumsal değişim düzeyleri arasındaki farklılık, bu çeşit bir değişikliğin başat etmenidir. Örneğin sanayi toplumunun çekim gücü taşıyıcısı olarak kabul ettiği varlıklar başkadır, egemen uğraşısı tarım dışına taşmayan bir toplumun kabul ettiği çekim gücü taşıyıcısı varlıklar yine başkadır. Bu alanda bir başka ayırım da, toplulukların yaşamlarını sürdürdükleri fiziksel çevrelerinin farklı oluşundan kaynaklanır. Söz konusu fiziksel çevre, doğal olabileceği gibi (bozkur veya kıyı); kent kasaba gibi yapılaşmış mekanlarda olabilir.

(1) Toplumsal Kültür konusuna Altıncı Bölümde değineceğiz.

Nihayet, yaş, cinsiyet, uğraşı çeşidi vb. bireysel nitelikler herhangi bir varlığın çekim gücü taşıyıcısı olup olmayacağını tayin eden birer gösterge niteliğindedirler.

Konuyu daha geniş kapsamlı alırsak, öznel ve nesnel nitelikleriyle çekim gücü taşıyıcıları, sadece turizm biliminin konusu da değildirler. Yapısal ve biçimsel özellikler onları, çeşitli bilimlerin ve uğraşların konuları arasına sokmuştur. Bu açıdan turizm, öbür bilimlerden ve uğraşılardan yararlanma durumunda olan karmaşık bir alan olarak ortaya çıkar. Bu genellemeden sonra konumuza dönelim:

Çekim gücü taşıyıcısı öğeleri, yukarıda değindiğimiz yaklaşım içinde, öznel nesnel ve biçimsel nitelikleriyle ele alacağız. Aslında bunlar, söz konusu varlıkların farklı çekim güçleri taşımalarına neden temel nitelikleridir. Aşağıdaki ayırım bu yaklaşımın ışığında oluşturulmuştur.

II. ÇEKİM GÜCÜ TAŞIYICILARI

A. JEO—EKONOMİK KAYNAKLAR

Doğa, çekim gücü ile yüklü varlıkların önde gelenidir. Çekim gücü, yerine göre doğanın yapısal, biçimsel özellikleri ve öznel nitelikleri olarak ortaya çıkar. İster yapısal özellikten ister öznel nitelikten kaynaklansın bunlar, turizm gereksinmesini karşılayan birer kaynak olarak ekonomik değerlere dönüşürler.

Uturalan yerde oluşan turizm gereksinmesinin başat özelliği, doğaya özlem ise, yani doğaya yönelişle bu gereksinim doyuma ulaşıyorsa, her gereksinimi karşılayan kaynağın bir değeri olduğu gibi, böyle bir kapsamda ortaya çıkan DEĞERİ belirlemek için EKONOMİK sözcüğünden yararlanıyoruz. Doyumu, DOĞA sağladığı için bunu belirleyici olarak JEO sözcüğünü kullanıyoruz.

O halde çekim gücünü içeren jeo—ekonomik kaynaklar, turizm gereksinmelerinden doğaya yönelik olanlarını doyuma ulaştıran öğelerden oluşur.

Günümüzde toplumların beğeni ve tercihlerine göre bu öğeler şu çeşitlilikte olarak TURİZM SUNUMU'na girerler.

1. JEO—Morfolojik Görünüm—Doğa Biçimi

Dış kabuk olarak YERYÜZÜ değişik biçimler halindedir; Dağ, tepe, yamaç ova, vadi, dik çıkıntılar, oyuklar, mağaralar, dikikler, sarkıklar vb., gibi. Buz dağlarını (Eisberg) da ayrı bir biçimleniş olarak bu alana aktarabiliriz.

Yeryüzü kabuğunun ve bu kabuğu yer yer örten su varlığının sayısız biçimleri bir GÖRÜNÜM olarak ortaya çıkar. Bu oluşum, doğadan kaynaklandığı için JEO—MORFOLOJİK GÖRÜNÜM diyoruz. Söz konusu görünüm, bazen tek bir

doğa biçimini yansıtır. Örneğin AĞRI DAĞI böyle bir görünüme sahiptir. Bazen de ayrı ayrı doğa biçimlerinin tek mekânda bir araya gelmesiyle ortaya çıkan bileşik nitelikte bir görünüm alır. Örneğin PAMUKKALE tek mekânda farklı doğa biçimlerinin su varlığının özelliğinden gelen katkısıyla ortaya çıkan bileşik nitelikte bir görünüme sahiptir.

Bu örnekleri yeterli sayarak konumuza dönelim. Yeryüzü kabuğunun çekim gücü içeren görünümüleri DOĞAL PEYSAJ(2) olarak adlandırılır. Turizm doğa biçiminin bu nitelikteki görünümü ile ilgilidir. Doğal peysaj bakıldığında dindendiriyor, birey'i güncel yaşamdan koparıyorsa belirli bir çekim gücüne sahip demektir. İşte bu nitelik, turist akımını çeken bir varlık olarak değer taşır.

Bu açıklamalardan çıkardığımız sonuçları şöyle sıralayabiliriz: Önce her jeo-morfolojik görünüm çekim gücüne sahip değildir. Bu alanda çekim gücünün kaynaklandığı etmenler, doğanın kendisine değil, insanın gereksinimlerine ve değer yargılarına dayalı olarak oluşur ve çeşitlenir. İkincisi herhangi bir doğa biçimi, örneğin bir dağ, seyredilen yere göre farklı görünüm alır. Bu nedenle de dağ, çekim gücü en yüksek olduğu yere göre jeo-ekonomik bir değere ulaşır. O halde dağ değil SEYİR YERİ turizm mekânıdır.

İkincisi bir doğa biçimi, örneğin bir dağ seyredilen çeşitli yerlere göre farklı bir görünüm alır. Bazı yerlerden bakıldığında dağ başka engebeler arasında kaybolur. O halde görünümü, dolayısıyla çekim gücünü ortaya çıkaran SEYİR YERİ'nin konumudur. Bu nedenle dağın çekim gücü, seyir yerlerinin konumuna göre sıfırdan maksimuma kadar değişen bir eğri çizer. Aslında bu teorik bir eğridir. Dağı çevreleyen seyir yerlerine ulaşılabilirlik ölçütü, eğriyi gerçek değerlere indirger. Çevredeki çeşitli yerlerin ulaşılabilirlik açısından değerlendirilmesi ile yine bu yerlerden dağın çekim gücü olarak yansıyan çeşitli görünümüleri arasındaki korelasyon, onun jeo-ekonomik değerler zinciridir. Yani dağ, ulaşılabilir seyir yeri sayısı kadar çeşitli değer taşır. Böylece dağ değil, bu yerler potansiyel birer turizm mekânına dönüşürler. Turist akımının yöneldiği mekân, bu nitelikteki seyir yerleridir.

Üçüncüsü, çeşitli doğa biçimlerinin bir araya gelmesiyle ancak tek çekim gücü ortaya çıkabilir. Böyle bir oluşumun, çekici görünüm olarak belirlenmesini, yine seyir yeri tayin eder. Ancak, bu çeşit bileşik görünümün çekim gücüne dönüştüğü seyir yerleri sayı olarak, tek görünüme sahip olanlardan azdır. Bu nedenle bileşik görünümün jeo-ekonomik değerleri daha az dereceli, fakat daha yüksek düzeyde oluşurlar. Bu nitelikteki turizm mekânları daha yüksek değerler taşırlar.

Burada ister tekil, ister çoğul biçimde ortaya çıksın vazgeçilmez bir etmen daha vardır: GÜNEŞ. Bir ışık kaynağı olarak GÜNEŞ, görünümün mimarıdır.

(2) Bunun karşılığı YAPAY PEYSAJ'dır. Örneğin kentsel görünüm yapay bir peysaj'ı oluşturur.

Gerçekten bu tabloda, temel değişken güneştir. Çünkü güneş, doğrudan başlayarak batıncaya kadar geçen süre içinde değişen açılarla doğa biçimini aydınlatır. Bir başka deyişle GÜNDÜZ dediğimiz zaman kesiti içinde doğa biçimi, mekândaki konumuna göre sırasıyla cepheden, yandan, arkadan ve tepeden olmak üzere SABİT BAKIŞ YERİ (seyir yeri)ne göre değişen açılarla aydınlanır. Bu tabloda GÜNEŞ görünümünün mimarıdır. Gerçekten değişen görünümler içinde en çekici olanı ya da olanları, güneş'in durumuna göre günün belirli bir zaman kesitinde oluşur. Buna güneşin bulutlarla yarattığı ışık oyunlarını da eklemek gerekir. İşte bu etmenler, bakış yerinin konumuna göre jeo—Morfolojik kitlede odaklaşan çekim gücünün minimum ile maksimum arasında değişen değerlerini belirleyen zaman kesitleri olarak ortaya çıkar.

Böylece çekim gücünün zaman birimlerine göre en azdan başlayarak en çok'a kadar aldığı değişik değerler, bir eğriyi oluşturur. Bu çeşit bir eğri, tek seyir yerine göredir. Seyir yerlerinin konumuna ve doğu, batı güney ve kuzeyde bulunuşlarına göre, çekim gücünün aldığı değerler yukardaki kurala göre çeşitlenir ve parçalanır.

Doğa biçiminin çekim gücünü derecelendiren sonuncu bir başka etmen, MEVSİM'dir. Mevsim, doğa biçiminin görünümünde farklılıklar yaratan bir değişken olarak tablomuza girer. Örneğin çevremizin, kış, yaz, ilk ve sonbaharda ki görünümleri kesin benzemezlikler içindedir. Demek oluyor ki; doğa biçimi, mevsimlere göre de değişik çekim güçlerini içeriktirler.

Özetlersek; doğal peysaja dayalı çekim gücü, şu dört etmene bağlı olarak oluşur:

- Belirli zaman kesiti
- Seyir yerinin konumu
- Güneş
- Mevsim

Bu dört etmen, yılın —ayın — ve günün belirli zaman kesitlerinde çekim gücünü maksimize eder. Bu noktalara yönelik turist akımının oluşumu bununla bağlıdır.

Görünüm dışında, varlığın kendisi de belirli nitelikleriyle bir çekim gücü taşıyıcısıdır. Örneğin herhangi bir coğrafik mekandaki yamaçlar, düzlükler, dağ niteliğindeki engebeler, tepecikler, meyiller, kamp, dağcılık ve kayakçılık için elverişli ise, böyle bir mekân bu özellikleri nedeniyle çekim gücü kazanır. Burada artık görünüm değil, doğal varlığın kendisine özgü niteliklerinin turizme elverişliliği söz konusudur. Bu, yeterli bir düzeyde ise, çekim gücünden bahsedilebilir. Kuşkusuz böyle bir durumda bakış yeri etmeni söz konusu değildir artık. Örneğin Uludağ, bu çeşit çekim gücüne sahip jeo—morfolojik bir kütledir.

2. Bitki Örtüsü (Flora) Özellikle Ormanlar

Dünyamız yer yer bitki örtüsü ile kaplıdır. Doğa biçimi, bu çeşit mekânlarda yerini bitki örtüsüne bırakır. Burada bitki örtüsünün renk ve biçimi doğal peysajı oluşturur. O halde bitki örtüsü önce bir görüntü olarak jeo—ekonomik öğeler arasında yer alır. Bir başka deyişle çekim gücü ilk kademede onun bu niteliğinden kaynaklanır. Böyle bir durumda bitki örtüsünün kapladığı yer değil, seyir yeri turist akımını çeken mekâna dönüşür.

Bitki örtüsü içinde ORMAN, ayrı bir kümeyi oluşturur. Bir mekândaki ağaçlar topluluğuna orman diyoruz. Her orman karmaşık bitkiler topluluğudur. Bu karmaşıklık, bir yandan ormanın ağaçlardan, asalaklardan, konuk bitkilerden sarmaşık bitkiler, otlar, mantarlar gibi çeşitli bitkilerin aynı mekânda oluşundan; öbür yandan da iklim, toprak çeşidi, toprakaltı yapısının niteliğinden kaynaklanır. Bunlar, ormanı öbür bitki topluluklarından ayırıcı özelliklerdir.

Konumuz açısından ise orman, başlıca şu nitelikleriyle çekim gücünü içerir.

a. Görünüm özelliği

Bitki örtüsü olarak orman bir ağaç denizidir. Ancak egemen ağaç çeşidine göre, orman değişik görünümlere bürünür. Jeo—morfoloji ve güneşle birlikte bu görünüm, değişken çekim gücü oluşturur. Öte yandan, değişik ağaç biçimleri ve renkleri de görünüm farklılıkları yaratarak çekim gücünü çeşitlendirici etmenler olarak tabloya girerler. Burada seyir yerleri arasındaki derecelenme çekim gücünün maksimize olduğu noktaya göre oluşur. Böyle bir oluşuma, ormanın görünüm özelliğinden kaynaklanan ÇEKİM GÜCÜ ÇEŞİTLENMESİ diyoruz.

b. Yapısal özellik

Orman aynı zamanda bir mekândır. Böyle bir mekân, konumuz açısından başlıca şu özellikleri içerir:

(1) Orman özgün iklime sahip bir mekândır. Kaba çizgileriyle böyle bir mekânı, düzenli bir ısı ve nemlilik rejimi karakterize eder. Isı, bozkırlardaki gibi ne gecedен gündüze ne de mevsimden mevsime çok büyük farklılıklar göstermediği, öte yandan sağlığa yararlı bir nimlilik oranına sahip olduğu ve üstelik havayı oksijenle zenginleştirdiği için bu nitelikleri ayrı bir çekim gücü olarak değer alırlar.

(2) Farklı bir içeriği vardır: Ağaç topluluğu olarak orman, bir yandan su kaynaklarına ve düzenli bir yağış rejimine sahip olduğu, öbür yandan çeşitli beslenme kaynaklarını barındırdığı için, söz konusu mekân, şu özellikleri taşır:

- Orman, çeşitli av hayvanlarının topluca barındığı bir mekândır.
- Orman, akar suları ve gölleriyle farklı bir yapısal özellikte ve görünümde bir mekândır.

Böylece orman, herhangi bir çekim gücü taşıyıcısına kıyasla, daha değişik ve çeşit gösteren bir öge olarak tablodaki yerini alır. Denize kıyısı olmayan orta Avrupa ülkeleri, özellikle Avusturya ve İsviçre'de turizm, bir bakıma Jeo-ekonomik kaynak olarak orman'ın yukarıda belirtmeğe çalıştığımız bu özelliklerini değerlendirebilir.

c. Dinamik özellik

Ormanın alan olarak genişletilebilmesi ya da herhangi bir mekânın ormanlık alana dönüştürülebilmesi, istenilen ağaç çeşidine dayalı bir orman oluşturulması bu doğal varlığın dinamik özelliğidir. Böylece kıraç bir yöre ormanlaştırılarak bir turizm mekânı yaratılabilir. Öbür doğal varlıklarda olmayan bu özellik, aynı zamanda bir üretim etmeni olarak yeni turizm merkezleri oluşturmak açısından değerlendirilmelidir.

Böylece ormanın kendisi turizm gereksinmesinin büyük bir dilimini oluşturan dinlenme sağlık ve spor gereksinmelerini karşılayan jeo-ekonomik bir varlık olarak değer taşır. Bu niteliği ile orman, turizm sektörünün temel kaynaklarından biridir ve turizm mekânının kendisidir.

3. Hayvan Topluluğu – Fauna ve Favna

Herhangi bir nesneye karşı duyulan ilgi etmeninden kaynaklanan gereksinme, öbür çeşitlerinde olduğu gibi, bireyin bunu karşılamayı amaçlayan davranışlarını da ortaya çıkarır. Benlikten gelen bir baskı olarak bu, bizi söz konusu nesneye sahip olmaya veya bulunduğu yerde ondan yararlanmayı amaçlayan bir tutum almaya yöneltir.

Biçimlerdeki özellikler, yaşamları ve az bulunur türleri, bazı hayvan çeşitlerine karşı duyulan ilginin kaynağıdır. Bu nitelikler onları çekim gücü ile yüklü hale getirir. Kentsel yaşam, insanı, giderek doğadan uzaklaştırdığı için söz konusu ilgi sadece yaban hayvanları bakımından değil, besi hayvanlarına karşı da doğmaktadır. Köylük yerlere yönelik turist akımına neden davranışlar da çoklukla bir dürtüden kaynaklanır.

Orman için olduğu gibi, hayvan topluluğu da çoğaltılabilir. Bu bir anlamda yeniden çekim gücü üretmek ve aynı zamanda çeşitlendirmek demektir. Dolayısıyla bu dinamik etmen, hayvan topluluklarına yönelik ilgi güdüsünden kaynaklanan yönelimleri, daha geniş bir yelpaze içinde değerlendirmeye de olanak verir.

Çeşitli hayvan topluluklarının çekim gücünden yararlanma bir ön koşul olarak belirli düzenlemeleri gerektirir. Akımın yönelmesi bu düzenlemelerin yapılmış olmasına bağlıdır.

Çünkü herhangi bir mekâna gelişi güzel avlanmak için gelişler, turizm kapsamına girmez. Tersine bu eylemler hayvan neslini tükettiği için önlenmelidir.(3)

4. Hidromineral – Kaynaklar

Halk dilinde, **MADEN SUYU – ŞİFALI SU** olarak bilinen bu çeşit kaynakların kimyasal ve fiziksel özellikleri; ısı, tad, koku, renk ve yoğunluklarıyla çeşitlenir ve değerlendirilir. Aynı zamanda kimyasal yapı olarak maden tuzlarını ve gazları eriyik halde bulunduran bu sular, insan sağlığına yararları nedeniyle çekim gücü taşıyıcılarıdır.

Hidromineral kaynaklar, değişik ısılarda yeryüzüne çıkarlar. **İÇMECE**; ısısı 20 derecenin altında olan şifalı sulara verilen ad'dır. Bu derecenin üstündeki kaynaklara, **KAPLICA–İLICA–TERME** veya **ÇERMİK** denir. **KAPLICA**, üzeri örtülmüş **KAPLI İLICA** anlamına gelir.

Hidromineral suların bir başka özelliği, hava ile temaslarında kimyasal özelliklerini büyük çapta yitirmeleri; yani yararlı gazların uçması ve tuzların kimyasal değişime uğramasıdır. Bu değişim, sağlığa yararlı hidromineral niteliğin kaybolması anlamına gelir. Böyle bir özellik suyun depolanmasını ya da borularla başka bir mekâna taşınarak kullanımını olanaksızlaştırır. O halde suyun şifalı niteliğinden yararlanmak için, çıktığı yerde yani kaynaktan kullanımı gerekir. Çekim gücünün mekâna bağımlı olmasının nedeni budur.

Hidromineral kaynaklar, içerdikleri maden çeşitlerine yani kimyasal yapılarına göre de kümelendirilirler. Kükürtlü, demirli, radyo-aktif vb., gibi. Bu ayırmadan tedavide yararlanılır. Yani her hidro-mineral kaynağın içerdiği maden türlerinin özellikleri ve bu bileşkeyi oluşturan maddelerin çeşitli derecelere varan ısıları, hangi çeşit hastalıklara yararlı olduğunu belirler.

Kendiliğinden anlaşılacağı gibi hidromineral kaynaklar, turizm gereksinmesi içinde saydığımız tedavi sorununu karşılar. Kökeni bakımından **SAĞLIK TURİZMİ**, bu çeşit kaynaklara yönelik turist akımının yüklü olduğu gereksinimleri karşılamaya elverişli düzenleme ve buna özgü tesisler vb. anlamına gelir. Kuskusuz turizm mekânı da bu tesislerin kuruluş yerine dönüşür.

5. Geniş Yüzeyle Sular – Denizler

a. Biçimsel görünüm

Dış kabuk engebelerinin çukurluklarını, deniz-göl ve okyanuslar doldurmuştur. Buna karşın kara parçalarının jeo-morfolojik özellikleri denizlere geli-

(3) Oikemiz, bu çeşit avlanmalarla hayvan çeşidi ve zenginliği bakımından hızla çoraklaşmaktadır.

(2) Güneşleme süresi

Yeryüzü yuvarlağındaki herhangi bir mekânda güneşin doğuşundan batışına kadar geçen zamana GÜNEŞLEME SÜRESİ diyoruz. Aylık ısı ortalamalarında olduğu gibi bu da yeryüzündeki coğrafik konumuna göre bir mekândan öbürüne değişik bir etmendir.

Örneğin aşağıdaki belirli mekânlara ait güneşleme süreleri şu farklılıkları gösteriyor⁽⁶⁾:

SAAT OLARAK GÜNEŞLEME SÜRELERİ

	OCAK	ŞUBAT	MAYIS	HAZİRAN	TEMMUZ	AĞUSTOS
Londra	1.5	2	6.5	7.5	6.5	5.5
Antalya	5	6.5	10	12	12.5	12
Colombo	7	9	6	5	6	6

Rakamların yalın anlatımına göre, yeryüzünün ayrı ayrı kuşaklarındaki bu üç kentin güneş alma süreleri büyük farklılıklar içindedir. Örneğin LONDRA için Şubat ayında güneşin havada kalış süresi 2 saat iken, Antalya'da 3 kat fazlasıyla 6.5 saate ve Colombo'da (Seylan) 4,5 kat fazlasıyla 9 saate varmaktadır. Haziran ve Temmuz aylarında ise Antalya, hem Londra hem Colombo'dakinden süre olarak iki kat daha uzun bir güneşleme olanağına sahiptir.

Bu karşılaştırmaları, bir yandan yeryüzünün aynı enlemleri üzerinde yani Londra'nın bulunduğu enleme rastlayan kentler ve ülkeleri de kapsayacak biçimde yürütür; öte yandan ise Eylül ayını izleyen dönemin güneşleme sürelerini dikkate alırsak görürüz ki; Avrupa ve Amerika kıtalarının kuzeyine düşen ülkelerin bu süre için aldığı güneşleme, Akdeniz kıyısındakilerin aynı süre için aldığından ancak yarısı kadardır. O halde kuzey ülkelerinde yaşayanlar, yılın belirli bir döneminde yeterince güneşlenememekte; bir başka deyişle ülkelerinde bu gereksinmelerini karşılamaktan yoksun bulunmaktadır. Mekâna bağımlı bu çeşit bir gereksinmeyi karşımanın çaresi ise, daha uzun süre güneş alan yörelere yönelik yerdeğiştirimdir.

Demek oluyor ki; böyle bir nitelik, belirli mekânlara çekim gücü veren jeo-ekonomik bir değer olarak ortaya çıkar. Akdenizin bir turizm gölü olmasının başlıca nedeni budur.

(3) Güneşli gün sayısı

Güneşin herhangi bir mekân üzerinde doğuşundan batışına kadar geçirdiği sürenin, başka yerlerindeki kıyasla sadece daha uzun olması, söz konusu yöre'nin daha çok çekim gücüne sahip olması için yeterli değildir. Bunun için bir başka iklimsel verinin değerlendirmeye katılması gerekir. Bu veri, yöreye özgü güneşli gün sayısıdır.

(6) a.g.e., s. 99-103.

Çünkü herhangi bir mekâna gelişi güzel avlanmak için gelişler, turizm kapsamına girmez. Tersine bu eylemler hayvan neslini tükettiği için önlenmelidir.(3)

4. Hidromineral – Kaynaklar

Halk dilinde, **MADEN SUYU – ŞİFALI SU** olarak bilinen bu çeşit kaynakların kimyasal ve fiziksel özellikleri; ısı, tad, koku, renk ve yoğunluklarıyla çeşitlenir ve değerlendirilir. Aynı zamanda kimyasal yapı olarak maden tuzlarını ve gazları eriyik halde bulunduran bu sular, insan sağlığına yararları nedeniyle çekim gücü taşıyıcılarıdır.

Hidromineral kaynaklar, değişik ısılarda yeryüzüne çıkarlar. **İÇMECE**; ısısı 20 derecenin altında olan şifalı sulara verilen ad'dır. Bu derecenin üstündeki kaynaklara, **KAPLICA–İLICA–TERME** veya **ÇERMİK** denir. **KAPLICA**, üzeri örtülmüş **KAPLI İLICA** anlamına gelir.

Hidromineral suların bir başka özelliği, hava ile temaslarında kimyasal özelliklerini büyük çapta yitirmeleri; yani yararlı gazların uçması ve tuzların kimyasal değişime uğramasıdır. Bu değişim, sağlığa yararlı hidromineral niteliğin kaybolması anlamına gelir. Böyle bir özellik suyun depolanmasını ya da borularla başka bir mekâna taşınarak kullanımını olanaksızlaştırır. O halde suyun şifalı niteliğinden yararlanmak için, çıktığı yerde yani kaynakta kullanımı gerekir. Çekim gücünün mekâna bağımlı olmasının nedeni budur.

Hidromineral kaynaklar, içerdikleri maden çeşitlerine yani kimyasal yapılarına göre de kümelendirilirler. Kükürtlü, demirli, radyo–aktif vb., gibi. Bu ayırmadan tedavide yararlanılır. Yani her hidro–mineral kaynağın içerdiği maden türlerinin özellikleri ve bu bileşkeyi oluşturan maddelerin çeşitli derecelere varan ısıları, hangi çeşit hastalıklara yararlı olduğunu belirler.

Kendiliğinden anlaşılacağı gibi hidromineral kaynaklar, turizm gereksinmesi içinde saydığımız tedavi sorununu karşılar. Kökeni bakımından **SAĞLIK TURİZMİ**, bu çeşit kaynaklara yönelik turist akımının yüklü olduğu gereksinimleri karşılamaya elverişli düzenleme ve buna özgü tesisler vb. anlamına gelir. Kuşkusuz turizm mekânı da bu tesislerin kuruluş yerine dönüşür.

5. Geniş Yüzeyle Sular – Denizler

a. Biçimsel görünüm

Dış kabuk engebelerinin çukurluklarını, deniz–göl ve okyanuslar doldurmuştur. Buna karşın kara parçalarının jeo–morfolojik özellikleri denizlere geli-

(3) Oikemiz, bu çeşit avlanmalarla hayvan çeşidi ve zenginliği bakımından hızla çoraklaşmaktadır.

şigüzel serpilmiş irili ufaklı adaları körfezleri ve fiyordları ve yarımadalari oluşturmuştur. Böylece dünyamız, daha yakından bakınca beş büyük ada yerine; irili—ufaklı ada ve yarımadalardan ve bunların aralarını dolduran büyüklü küçüklü denizlerden, iç denizlerden koylardan oluşan bir görünümde dir.

Öte yandan bu biçimsel görünüm; karalarla denizlerin birleştiği yerlerde, önce, her iki varlığın özgün niteliklerinin bir karışımı sonucu, ayrı bir DOĞAL PEYSAJ ortaya çıkarmıştır. Bu nitelikteki bir doğal peysajı, sadece deniz veya sadece karalarda olduğundan daha çekici yapan bir etmen ise, ışık kaynaklarıdır. O halde bu üç öge, yani deniz—kara ve ışık, bir başka doğal peysajı oluştururlar. Böyle bir tabloya, özellikle RENK ayrı bir katkı olarak girer. Şöyle ki; denizin maviliği, önce, karaların jeolojik niteliklerinden kaynaklanan çeşitli renkleriyle veya bitki örtüsünün özgün renkleriyle birleşerek ayrı ayrı olduğundan daha farklı bir görünüm alır. İkincisi bu bileşke yerine göre kıyı kayalarında, kumsallarda, fiyordlarda, boğazlarda, kanallarda, koylarda ada kümelerinde vb. gibi, yöreye özgü bir karakter olarak özünleşir. Örneğin Ayvalık'ta kıyı—deniz karışımından oluşan peysaj'lar, bu açıdan, hem bileşik hem de bu nitelikte bir özgünleşim örneğidirler.

O halde sadece bu nitelik, başlı başına bir çekim gücü oluşturur.

b. Deniz—kara ilişkisinden doğan varlıklar

(1) Görünüm

Yeryüzü yuvarlığının % 71 ini kaplayan denizler, açıklarda tekdüze ve sınırsızlık duygusu veren görünümle rilerle çekici değildirler. Karalar, denizin bu tekdüze görünümünü değiştirir ve ona çekicilik katar. Böylece deniz—kara ilişkisinden çekim gücü taşıyıcısı bir varlık doğar. Çünkü ayrı ayrı ne deniz ne de kara görünüm olarak bu nitelikte bir çekim gücünü taşımazlar.

Ancak, bileşik görünümün çekim gücünü taşıması için, kara'nın ilgi çekecek bir biçimde görünmesi gerekir. Çünkü, denizin özgün bir biçimi yoktur; bulunduğu kap ona biçim verir. Buradaki kap ise kara parçasıdır. Örneğin çöl karakterindeki karaların denizlerle birleşimi, doğal görünüm olarak çekim gücü oluşturmaz. Buna karşın Fjord dediğimiz kıyı biçiminin görünümü yüksek çekim gücü içerir.

(2) Kıyı şeridi

Suların karalarla birleşmesinden ortaya çıkan doğal çizgiye kıyı diyoruz. Bu aslında varsayımsal bir çizgidir. Örneğin yürürlükteki İmar Yasasına göre⁽⁴⁾ kıyı deniz, göl ve nehirlerde, herhangi bir anda suyun kara parçasına değdiği noktaların birleşmesinden oluşan meteorolojik olaylara göre değişen doğal çizgidir.

(4) İmar Kanunu'nun ek 7 ve 8. maddelerine ilişkin yönetmelik madde 1—05.

Kıyı şeridi ise, deniz, göl ve nehirlerin kıyı çizgisi boyunca uzanan kara parçasıdır. Kara'nın düzleşerek denize indiği yerlerde, oldukça enli bir kıyı şeridi oluşur. Bu durumda deniz tabanı karanın uzantısı biçiminde adeta havuzlaşır. Bir başka deyişle deniz dibinin sığlaşarak karalarla birleştiği kıyı şeridinde oluşturduğu mekân, denizin sunduğu olanaklardan kolay ve tehlikesizce yararlanmayı sağladığı için çekim gücü taşıyıcısına dönüşür.

(3) Deniz-güneş-kum

Kıyı şeridinin taşıdığı çekim gücü, varsayımsal niteliktedir. Yani, sadece bu şeridin varlığı çekim gücünü oluşturmaz. Bunun farklı üç öge ile birleşerek başka bir varlığa dönüşmesi gerekir. Bu bileşkeye, DENİZ-GÜNEŞ-KUM ÜÇLÜSÜ diyoruz. Anılan ÜÇLÜ'ye deniz, fiziksel ve kimyasal yapısıyla girer. Eriyik mineraller, kimyasal yapısını; ısı ve akıcılığı, fiziksel yapısını verir. Örneğin, ısı en az 17 C'yi bulmuşsa, denize yönelik çekim gücü oluşuyor demektir. Böyle bir ısı düzeyi eriyik minerallerden yararlanma yolunu da açar. Güneş bu üçlüye iki ayrı değer girer:

Birisi, güneşin havada kalış süresidir. Buna turizm dilinde güneşleme süresi diyoruz. Örneğin Bahama adalarında yılın 12 ayında güneşleme süresi ortalama 8 saattir. Oysa Stockholm'de bu, Aralık ayın'da bir saate kadar düşer.

Ülkemizin Akdeniz kıyılarında ise Nisan'da 8 1/2 saat, Ekim de 9 saat olmak üzere Haziran'da 12 1/2 saat'e kadar yükselen bir eğri çizer bu süre. O halde Türkiye'nin Akdeniz kıyıları, Nisan'dan Ekim sonuna kadar güneşleme süresi açısından yüksek çekim gücüne sahiptirler.

Güneşin bu tabloya kattığı öbür değer ise, havanın bulutsuz olması biçiminde dolaylı yoldandır. Çünkü havanın kapalı olması, güneşi etkisiz hale getirir. Örneğin Doğu Karadeniz kıyılarında yazın güneşleme süresi uzun olduğu halde, çoğunlukla yağışlı havalardan egemenliği bu kıyıların çekim gücünü azaltır.

Yöre, bulutlarla gölgelenmeden, günde 8-10 saat güneş alabiliyorsa, bileşkenin ikinci ögesi oluşmuş demektir. Ancak, denizden yararlanmada tabanın sığlaşması nasıl gerekli ise bu sürelerle ulaşan güneş'den de yararlanmada kıyı şeridinin kumsal olması o derece gereklidir. Çünkü güneşin 50-60 dereceye varan termal etkisinden yararlanabilmek için, bu ısıyı insan vücuduna sağlıklı biçimde aktaracak kum gereklidir.

Böylece radyasyon yolu ile 50-60 dereceye varan ısınma, deniz suyu serinliğine aktararak, bedensel ısı alış verişini deniz-güneş-kum üçlüsünden oluşan doğal bir SAUNA ortamında sağlık için yararlı hale dönüştürülür. Kuşkusuz böyle bir SAUNA'nın oluşumu için temel koşul; kıyının, yeterli şiddette ve sürede güneş almasıdır. Yani mekânın belirli bir iklim kuşağında olmasıdır. Örneğin GRÖNLAND adasında'da deniz ve kumsallar vardır ama; ada, güneş'den yoksun olduğu için kıyılarında böyle bir bileşke oluşamaz.

İşte, Kıyı Turizmi dediğimiz çeşit, deniz—güneş—kum üçlüsünün optimal değerlerde biraraya gelebildiği mekânlar'da ortaya çıkar. Böyle bir oluşum, sadece Doğal Sauna olanaklarını değil, yaz mevsiminin insana neşe kaynağı olan tüm özelliklerini sunar. Bu nedenle çağımızda Kıyı Turizmi, dinlence—spor ve esenlik anlamına gelen bileşik bir deyimde dönüşmüştür.

6. Doğa Olayları

Doğa olayları insan için sürekli ilgi kaynağıdır. Bunların en sık rastlanana ay ve güneş tutulmalarıdır. Astrologların daha önceden böyle bir olayın hangi gün ve saatte nereden bütünü ile izlenebileceğini bildirmeleri, meraklıların, belirlenen yerde toplanmalarına neden olur.

İlgi çekici doğa olayları arasında yanar dağlar başta geliyor. Zaman zaman Etna dağının ateş püskürtmeğe başlaması, Sicilya'ya yönelik bir turist akımını başlatır. Bunlar arasında, **GECE YARISI GÜNEŞİ** diye adlandırılan doğa olayı, turizm pazarlamasında yer alan en önemlisidir. Dünyanın (± 23) derecelik eğimi, güney ve kuzey kutuplarında yılda iki kez 24 saat süre ile güneş'in hiç batmadan görünmesine neden olur. Bir başka deyişle kuzey kutbu, için Haziran'ın ve güney kutbu için de Eylül'ün son haftalarında güneş 24 saat süre ile görülebilir. Gece olması gerekli zaman kesiminde de güneşin batmaması **GECE YARISI GÜNEŞİ** diye adlandırılır.

Halen Haziran'ın son haftasına rastlayan Kuzey Kutbuna özgü **GECE YARISI GÜNEŞİ**, turist akımını çekmektedir. Bunun nedeni, bu olayı seyir yeri **NORVEÇ**'in hem turizm pazarlarına yakınlığı hem de seyahat maliyeti açısından elverişliliğidir. Ülkenin kuzey kenti **NORDVICK** bu olay nedeniyle heryıl Haziran ayının son haftası boyunca çok sayıda turist'in kümelenildiği bir mekâna dönüşür.

7. İklim

a. Kavram

İklim coğrafya biliminin temel konuları arasında olmakla birlikte, turizmi de yakından ilgilendirdiği için buraya aldık. Çünkü aşağıda göreceğimiz gibi belirli iklim verileri, yerine göre doğrudan birer turizm varlığıdır ya da başka varlıkların çekim gücü taşıyıcısına dönüşmelerine neden olurlar. Bu nedenle iklim konusuna değiniyoruz. Bu başlangıçtan sonra konunun ayrıntısına girelim:

İklim, çeşitli etmenlerin değişik yoğunluklarda bir araya gelişinden kaynaklanan bir olgudur. Bunlar arasında güneş, Dünyanın ısı kaynağı olarak iklimi oluşturan başat etmendir.

İkinci etmen Dünyanın **KÜRE BİÇİMİ** oluşudur. Böyle bir biçim, bazı yerlerin güneş enerjisini dik alarak fazla ısınmasına; bazılarının ise enerjii yatay

aldığı için daha az ısınmasına neden olur. Bu sürece, Dünyanın karanlıkta kalan yarısının hızla soğumasını da eklemek gerekir. Öte yandan Dünya'nın kendi eksenini çevresinde 24 saat süre ile tamamladığı dönüşü nedeniyle de farklı derecelerde ısınan noktalar, mekânlar, sürekli yer değiştirirler. Böylece yeryüzü her köşesiyle aynı derecede ısınan değil, farklı derecelerde ısınmış kuşaklardan oluşur. Yani küre biçimi, teorik olarak Dünya'da farklı derecelerde ısınmış kuşakların oluşumuna neden olur.

İklim bu iki temel etmenin ürünüdür. Yeryüzü bu açıdan şu dört iklim kuşağına bölünmüştür.

- (1) Ekvator İklim Kuşağı
- (2) Tropik " "
- (3) Kutup " "
- (4) Antartik İklim Kuşağı

Aslında bunlar, varsayımsal iklim kuşaklarıdır. Çünkü yeryüzünün yapısal ve fiziksel özellikleri hesaba katılmadan; yani, Dünya sadece küresel bir biçim ve çevresindeki Atmosfer dikkate alınarak bu sonuca varılmıştır.

Oysa bunların dışındaki çeşitli etmenler hesaba katıldığında bu varsayımsal kuşaklar gerçek iklim çeşitlerine dönüşürler. Bunlardan biri Dünyanın kendi eksenini çevresinde 365 günde tamamladığı (± 23) derecelik eğimdir. Böyle bir eğimle, farklı ısılarla sahip kuşakların sitatik durumu bozulur; bir başka deyişle, kuzeye ve güneye doğru hareket halinde olurlar. Böylece, güneşten dikine enerji aldığı için öbürlerine kıyasla fazla ısınan bir kuşak, Dünya eğiminin değişmesi nedeniyle, kuzeye veya güneye kayarak bu kez güneş enerjisini yatay alır; dolayısıyla daha az ısınır. Böylece, farklı ısılarıdaki kuşaklar, birbirine karışarak başka iklim kuşaklarını oluştururlar. Bunlara, **ARA İKLİM KUŞAKLARI** diyoruz. Örneğin ılıman iklim, subtropik iklim, bu nitelikte birer ara iklim kuşaklarıdır.

Dünyanın atmosferle kaplı oluşu, bir başka etmen olarak tabloya girer. Şöyle ki; güneşten aldığı enerji ile önce yeryüzü ısınır. Bu sıcaklık dünyayı çevreleyen atmosfere geçer. Atmosferin ısınması doğrudan güneşten değil, yeryüzünün ısınması sonucu dolaylı yoldan olur. İklim bilim dili ile buna **RADYASYON** diyoruz.

Ancak yeryüzünün yukarıda değindiğimiz nedenlerle farklı derecelerde ısınması, atmosferin de buna uyumlu olarak farklı derecelerde ısınması sonucunu doğurur. Böylece atmosferde, farklı ısılarla sahip hava kitleleri yer alır. Bu yol ile oluşan farklı ısılarıdaki hava kitleleri ise, öte yandan rüzgar sistemlerini oluşturur.

Bir başka etmen, yeryüzü kabuğunun farklı fiziksel ve kimyasal yapılarından oluşması nedeniyle ortaya çıkar:

Şöyle ki; denizlerle karaların ayrı kimyasal yapılarda oluşu, aynı iklim kuşağında olsalar bile farklı derecelerde ısınmalarına ve dolayısıyla atmosferde farklı ısılardaki hava kitlelerinin yer almasına neden olurlar. Böyle bir durum, her iki varlığa özgü olmak üzere bir yanda **KARA İKLİMİ**, öbür yanda ise **DENİZ İKLİMİ** dediğimiz çeşitleri doğurur. Denizlerin karalara sokulduğu yerlerde ise bu iki çeşidin karışımı iklim çeşidi ya da çeşitleri ortaya çıkar. Akdeniz iklimi, Adriyatik iklimi, Marmara iklimi vb. gibi.

Karaların yapısal ve kimyasal farklılığı, bu çeşitliliği daha arttırdığı gibi, arazinin değişik yüksekliklerde engebelerle kaplı oluşu da ısı farklılığı yaratır ve üstelik, rüzgarların yön değiştirmesine neden olur. Böylece daha dar sınırlar içinde kalan özgün iklim çeşitleri ortaya çıkar. Örneğin Kafkas Dağlarının Doğu Karadenizi Kuzey rüzgarlarına karşı kapaması bu bölgeye egemen bir iklim çeşidi yaratmıştır. Bölgede narenciye ve çay yetişmesi bu nedenle olanaklaşmıştır. Oysa aynı enlemde olmalarına karşın, batıya doğru gidildikçe kıyıları sert kuzey rüzgarlarına açık hale geldiği için iklimin sertleşmesi bundandır.

Bitki örtüsü ısınmada farklılık yaratan bir başka önemli etmendir. Bu arada dış örtünün toprak veya kayalık oluşu ısınma farklılıklarına neden bir başka etmen olarak tabloya girer. Nihayet yörenin yer yer düzlükler, yamaçlar, derin vadiler gibi dış kabuk engebeleri, jeo-morfolojik etmen olarak ısınma farklılıkları yaratırlar. Ve böylece dar sınırlar içinde çeşitli iklimler ortaya çıkar.

Bu etmenlerden bazılarının değişik yoğunlukta bir araya gelmesi bölgesel iklim çeşitlerini yaratmıştır. Örneğin ülkemiz bu açıdan 7 çeşit makro iklim bölgesine bölünmüştür. Bunların herbiri ise kendi içinde mikro iklim çeşitleri oluşturur. Örneğin yazları kısa ve kışları uzun ve sert geçen **DOĞU Anadolu** iklim bölgesinde **İĞDIR**, mikro nitelikte farklı bir iklim çeşidi egemendir. Bu örnekler çoğaltılabilir kuşkusuz.

b. Turizm varlığını oluşturan bir etmen olarak iklim

İklim ile ilgili açıklamaları burada noktlayıp, konuyu turizm varlığına kaydırırsak, ilk bakışta şu nirengiler gözümüze çarpar: İklim, bir açıdan tüm canlı varlıkların (bitki dahil) bu arada insan topluluklarının yaşamını koşullandıran temel etmenlerden biridir. Şöyle ki; yaşam, yöreye egemen iklim verilerine uyumlu sürdürülür. Tersine iklimi yaşama göre değiştirmek olası değildir. İklimin yaşama bu denli egemen oluşu, öbür yandan yukarıda kalın çizgileriyle belirttiğimiz etmenlerin farklı iklim kuşaklarını ve bu kuşaklar içinde bölgesel, yöresel iklim çeşitliliğini yaratması, mekânlararası insan devinimini oluşturan başat bir etmen olarak toplumsal yaşama girmiştir. Bir başka deyişle bölgesel, yöresel iklim rejimi başka iklim rejimlerinin egemenliğindeki topluluklar için bir yerdeğiştirim nedenidir.

İşte iklimin turizm varlığını oluşturan bir öge olarak ortaya çıkışı bundan kaynaklanır. Konuya bu noktada biraz daha açıklık kazandırmak için şunları da eklemeliyiz:

Herhangi bir iklim çeşidi, egemen olduğu coğrafik mekân üzerinde özgün verileriyle topluluk yaşamını etkiler. O haldé mekânlararası iklim farklılıkları bir bakıma oturma yerinde karşılanamayan gereksinmelerin ortaya çıkmasına da neden olur. İşte her mekâna özgü değişik iklim verileri, bir yer değiştirim nedeni olarak turist akımını oluşturur. Buna iklimden kaynaklanan **TURİZM VARLIĞI** diyoruz.

c. Çekim gücü taşıyan iklim yerleri

Demek oluyor ki; mekâna egemen iklim çeşidi bir yerdeğiştirim nedenidir. Ancak bunun belirli—somut verileri, turizmde Jeo—Ekonomik varlık olarak değer taşır. Bunlara **ÇEKİM GÜCÜ TAŞIYAN İKLİM VERİLERİ** diyoruz.

Aşağıdaki başlıklar altında sıralananlar bu niteliktedirler:

(1) Aylara göre ısı ortalamaları

Aynı zaman kesitine göre, mekânlararası ısı farklılıkları olduğunu biliyoruz. Aylara göre alınan ısı ortalamaları bir açıdan her mekâna özgü farklılığın göstergeleridir. Örneğin yılın **OCAK AYI** için aşağıdaki şehirlerin ısı ortalamaları şu dereceleri veriyor⁽⁵⁾:

	GÜNDÜZ	GECE
Helsinki	- 3	- 8
Antalya	+ 15	+ 6
Colombo (Seylan)	+ 30	+ 22

Görülüyor ki; aynı zaman kesiti içinde ısı dağılımı arasındaki farklılıklar, yeryüzünün, kış ve yaz'a özgü iklimlerini bir arada yaşanır hale getirmektedir. Mekâna bağımlı bir özellik olarak nitelediğimiz bu farklılıklar bir bakıma çekim gücü etmeni olarak akımın yönlenmesine neden olurlar. Böylece oturma yerinde mevsimini beklemek yerine, topluluk hareketlenerek özlemine çektiği iklim çeşidinin o zaman iklimi için egemen olduğu mekâna yönelir. Bunun ülke ekonomisi açısından bir başka yararı da şudur:

Yıllık tatillerin sadece yaz aylarında yoğunlaştırılması nedeniyle ülke ekonomisini 2—3 ay yavaşlatmak yerine iklim farklılıklarını göz önünde tutarak bunu yıl boyunca dengeli biçimde yaymak ve bu suretle ekonomiyi yavaşlatıcı negatif bir etmeni ortadan kaldırmak olanağı kazanılmış olur.

(5) Stern, No. 7, Februar 1972, s. 99—103.

(2) Güneşleme süresi

Yeryüzü yuvarlağındaki herhangi bir mekânda güneşin doğuşundan batışına kadar geçen zamana GÜNEŞLEME SÜRESİ diyoruz. Aylık ısı ortalamalarında olduğu gibi bu da yeryüzündeki coğrafik konumuna göre bir mekândan öbürüne değişir bir etmendir.

Örneğin aşağıdaki belirli mekânlara ait güneşleme süreleri şu farklılıkları gösteriyor⁽⁶⁾:

SAAT OLARAK GÜNEŞLEME SÜRELERİ

	OCAK	ŞUBAT	MAYIS	HAZİRAN	TEMMUZ	AĞUSTOS
Londra	1.5	2	6.5	7.5	6.5	5.5
Antalya	5	6.5	10	12	12.5	12
Colombo	7	9	6	5	6	6

Rakamların yalın anlatımına göre, yeryüzünün ayrı ayrı kuşaklarındaki bu üç kentin güneş alma süreleri büyük farklılıklar içindedir. Örneğin LONDRA için Şubat ayında güneşin havada kalış süresi 2 saat iken, Antalya'da 3 kat fazlasıyla 6.5 saate ve Kolombo'da (Seylan) 4,5 kat fazlasıyla 9 saate varmaktadır. Haziran ve Temmuz aylarında ise Antalya, hem Londra hem Colombo'dakinden süre olarak iki kat daha uzun bir güneşleme olanağına sahiptir.

Bu karşılaştırmaları, bir yandan yeryüzünün aynı enlemleri üzerinde yani Londra'nın bulunduğu enleme rastlayan kentler ve ülkeleri de kapsayacak biçimde yürütür; öte yandan ise Eylül ayını izleyen dönemin güneşleme sürelerini dikkate alırsak görürüz ki; Avrupa ve Amerika kıtalarının kuzeyine düşen ülkelerin bu süre için aldığı güneşleme, Akdeniz kıyısındakilerin aynı süre için aldığından ancak yarısı kadardır. O halde kuzey ülkelerinde yaşayanlar, yılın belirli bir döneminde yeterince güneşlenememekte; bir başka deyişle ülkelerinde bu gereksinimleri karşılamaktan yoksun bulunmaktadır. Mekâna bağımlı bu çeşit bir gereksinmeyi karşımanın çaresi ise, daha uzun süre güneş alan yörelere yönelik yerdeğiştirimdir.

Demek oluyor ki; böyle bir nitelik, belirli mekânlara çekim gücü veren jeo-ekonomik bir değer olarak ortaya çıkar. Akdenizin bir turizm gölü olmasının başlıca nedeni budur.

(3) Güneşli gün sayısı

Güneşin herhangi bir mekân üzerinde doğuşundan batışına kadar geçirdiği sürenin, başka yerlerindeki kıyasla sadece daha uzun olması, söz konusu yöre'nin daha çok çekim gücüne sahip olması için yeterli değildir. Bunun için bir başka iklimsel verinin değerlendirmeye katılması gerekir. Bu veri, yöreye özgü güneşli gün sayısıdır.

(6) a.g.e., s. 99-103.

Ancak, güneşli günlerin sadece sayı olarak da tabloya girmesi bu değerlendirmede fazla bir anlam taşımaz. Önemli olan güneşleme süresinin optimal düzeylere ulaştığı zaman kesitinde, havanın bulutsuz olarak kesintisiz geçmesidir. İkincisi, güneşli günler yılın öyle bir zaman kesitinde yer almalıdır ki; denizden yararlanma mevsimine de denk gelsin.

İşte bu iki koşul, deniz-güneş-kum üçlüsünün optimal düzeyde biraraya gelmesini sağlar. Bunun bileşik nitelikte bir çekim gücü etmeni olduğuna yukarıda değindik. Kıyı Turizm, ancak bu koşullar altında varlık kazanır.

Bu doğrultuda yanıtlanması gereken soru şudur:

Herhangibir yörenin turizm mekânına dönüşebilmesi için güneşli günlerin yıla oranı ne olmalıdır? Önce şunu belirtelim ki; mekânın çeşitli çekim güçlerine sahip olup olmaması böyle bir sorunun önemini vurgular. Örneğin, mekânın çekim gücü, sadece deniz-kum-güneş üçlüsüne dayanıyorsa, ön koşul güneşli günlerin kesintisiz biçimde yılın belirli aylarında yoğunlaşmasıdır. Çünkü bu çeşit çekim gücüne dayalı tesisler, ancak mevsimlidir. Yani güneşli günlerin sürekliliğine işletmelerini dayandırmışlardır. Tesiste kapasite kullanımının maksimum düzeyde sürmesi, güneşli günlerin devamına bağlıdır. Örneğin ülkemizde mevsimlik tesisler, Ege, Akdeniz kıyılarına yığılmaktadır. Çünkü bu bölgemizde güneşli günlerin yıla oranı % 60- % 70 arasında bir düzeydedir.

(4) Deniz suyunun ısı ortalamaları

İklimsel etmenler, denizlerin farklı derecelerde ısınmalarına neden olur. Burada konuyu dağıtmayarak şu noktada sınırlayalım:

Şöyle ki; deniz suyunun ısı ortalaması deyince bu, dünyanın % 71 ini kaplayan suların ayrı ayrı ısılarının ortalaması anlamında değildir. Kuşkusuz bunlar da birer etmendirlir ama, konumuzun dışında kalırlar. Turizmin ilgilendiği ısı, kıyı turizminin yapılmasına elverişli yerlerdekidir. Ve bu değerlendirmede tabloya, her yöreye özgü deniz suyunun aylık ısı ortalamaları girer.

Konuyu böylece sınırladıktan sonra, şimdi bu alandaki verilerin değerlendirmesine geçelim. Anlatıma kolaylık olsun diye birkaç merkezdeki deniz suyu sıcaklıklarını karşılaştırmalı olarak izleyelim⁽⁷⁾:

DENİZ SUYU ISI ORTALAMALARI

	OCAK	ŞUBAT	MAYIS	HAZİRAN
BOSTON (Atlantik Kıyısı)	2	1	12	16
San-Fransisko (Pasifik Kıyısı)	11	11	13	15
HAİTİ (Meksika Körfezi)	26	29	29	29
JAMAİKA	26	26	29	29

(7) a.g.e.

Görülüyor ki, Kuzey yarım küresinin Atlantik ve de Pasifik kıyısı kış aylarında deniz suyu ısısı açısından herhangi bir çekim gücüne sahip değildir. Bu durum yaz mevsimine geçiş ayları Mayıs ve Haziranda da çok farklılık göstermiyor. Oysa, birkaç yüz kilometre güneydeki Meksika Körfezine inildiğinde deniz suyu ısısının turizm pazarı için etkili bir çekim ögesi olarak değer aldığı görülür.

İç dağlık bölgelerde kutupsal ve ılıman iklim kuşaklarında yaşamlarını sürdürenler için, sıcak denizler, yılın her mevsiminde çekim güçlerini sürdürürler. Bu açıdan tropikal iklim kuşağındaki kıyıları yılın 12 ayında akımı çekecek ısı düzeyine sahiptir.

(5) Kar kalınlıkları — kalış süresi

Turizme özgü çekim ögesini kar değil onun belirli bir kalınlıkta olması simgeler. Bu kalınlığın ölçütü, kış sporlarına elverişlilik açısından belirlenir. Kuşkusuz sadece böyle bir veri, çekim gücünün oluşması için yeterli değildir. Bunun için başka ölçütlere de gerek vardır. Bunlardan birisi, optimal kalınlıkta olmakla birlikte karla örtülü alanın kış sporlarını tehlikesiz ve rahatlıkla yapmaya elverişli engebe ve genişlikte olmasıdır. Bir başka önemli ölçüt ise, SÜRE'dir. Şöyle ki; karla örtülü alanın bir turizm mekânına dönüşmesi için kurulması gerekli konaklama tesislerinin kârlılık düzeyinde işletilmesi optimal düzeydeki kar kalınlığının yeterli süre alanda kalmasına bağlıdır. Bu açıdan SÜRE, mekânın KİŞ TURİZMİ'ne açılabilmesi için aranan başat koşuldur. Akımın kalışı, buna bağımlı olarak oluşur.

Bu açıdan mekânlararası rekabeti karın kalitesi etkiler. TOZ KAR, bu kalitenin adıdır. Herhangibir mekânın, yukardaki üç niteliğe sahip olması yanında, kar örtüsü, toz kar özelliğini taşıyorsa, öbürlerine kıyasla daha yüksek çekim gücüne sahip olur. Ekonomik alanda ise böyle bir durum, sözkonusu mekâna özgü bir rant olarak fark yaratır.

(6) Egemen rüzgâr yönleri

Daha önce belirttiğimiz gibi, yeryüzünün farklı sıcaklıklarda ısınması, atmosferde farklı ısılarda hava kitlelerinin oluşumuna yol açar. Rüzgâr dediğimiz olay, farklı ısılara sahip kitleler arasındaki hava akımıdır.

Kıyı turizminde ise rüzgâr değer alan bir etmendir. Şöyle ki; mevsimine göre her coğrafik mekânın özgün bir rüzgâr rejimi vardır. Örneğin ege kıyıları yazın öğleden sonraları İMBAT rüzgârı alır ve bunaltıcı sıcağı hafifler. Bu nedenle İMBAT, o bölgedeki toplulukların yaşamına giren hatta yaşamlarını yönlendiren etmenlerden biridir.

Yine yaz aylarında Karadeniz ve Marmara iklim bölgeleri, kuzey rüzgârlarının egemenliğindedir. Bu sistem, kuzeye yönelik kıyıları sürekli olarak çırpıntılı hale sokar. Böylece deniz—güneş—kum üçlüsünde deniz ögesi optimal ağırlıkta

tabloya girmez. Bunu ülkemizden aldığımız şu örneklerle de kanıtlayabiliriz: Marmara'nın güney sahillerinde Kıyı Turizmi çok geliştiği halde, Kuzey kıyıları aynı canlılıkta değildir.

Aynı etmen Karadeniz kıyılarının turizm açısından kaderini tayin etmiştir. Şöyle ki; Türkiye'nin Karadeniz kıyıları kuzey rüzgârlarını cepheden aldığı için denizin sürekli dalgalı geçmesi, bu bölge Kıyı Turizminin gelişmesini engellemiştir. Buna karşın Sovyet Rusya'nın Romanya ve Bulgaristan'ın aynı denizdeki kıyıları coğrafik konumları nedeniyle kuzey rüzgârlarını cepheden almaları için Kıyı Turizmi, doğal gelişim olanaklarını bulmuştur.

Demek oluyor ki; mekâna egemen rüzgâr sistemi, jeo-ekonomik nitelikte turizm değerlerini belirleyici bir etmendir.

d. İklimin işlevi

İklimin turizm üzerinde doğrudan yönlendirici bir rolü vardır. Buna iklimin turizmdeki işlevi diyoruz. İklimin bu işlevi, doğal varlıkları turizm bakımından jeo-ekonomik değerlere dönüştürmesi olarak ortaya çıkar. Turizmin herhangibir mekanda oluşması ve çeşitlenmesi buna bağımlı bir süreçtir. Turizm dilinde KLİMATİZM, bu anlama gelen bir kavramdır.

Bu genellemeden sonra, iklimin hangi alanlarda doğrudan belirleyici bir rol oynadığı konusuna geçelim. Anlatımda kolaylık sağlamak için bunları, aşağıdaki başlıklar altında kümelendireceğiz.

(1) Turizm mevsimi bakımından

İklim, coğrafik mekâna dolayısıyla turizm mekânına egemen mevsimi belirler. Bir başka deyişle yılın hangi ayında turizm mevsiminin başlayacağını ve kapanacağını bu etmen tayin eder. Böylece herhangi bir mekânın yılın hangi zaman kesiti için turizm mekânına dönüşeceği veya hangi öğelerin birer çekim gücü taşıyıcısına dönüşeceğini iklim koşulları belirler.

Bundan çıkaracağımız sonuç şudur:

İklim, turist akımını alıkoyan tesislerin işletme koşullarını, bir başka deyişle, konaklama tesisleri, iklimin tayin edici bu rolüne göre, kapılarını açar ve kapar.

Öte yandan yukarıda birer çekim gücü etmeni olarak irdelediğimiz aylara göre ısı ortalamaları, güneşleme süresi, güneşli gün sayısı, deniz suyu ısı, kar kalınlıkları, kalış süresi ve egemen rüzgâr yönleri gibi iklim verileri; mekâna egemen turizm mevsimini de ortaya çıkarırlar. Söz gelimi herhangi bir yöredeki kar kalınlığının kayak ve kış sporları için elverişli ölçüyü bulması, orası için kış turizmini

başlatır. Bunun gibi belli bir kıyıda ki deniz suyu sıcaklığının yüzmeğe elverişli dereceye yükselmesi kıyı turizmini açar.

İşte **TURİST AKIMINI ALIKOYAN** ögeler anlamındaki tesisler, iklim verilerinin sınırlarını çizdiği mevsim uzunluğuna göre işletmeye açılmak, çeşitlenmek ve pazarlanmak durumundadırlar.

(2) *Çekim gücünü oluşturması — belirlemesi bakımından*

Bu bölümün konusu olan doğal varlıkların jeo—ekonomik nitelikte değerlere dönüşerek turist akımını çekebilmesi için, mekâna egemen iklim verilerinin çekim gücünü oluşturacak değerlerde oluşması ve bunun süreklilik göstermesi gerekir.

Çünkü, **BİREY — DOĞA** ilişkisinin optimal düzeyde kurulması ve bunun doyuma ulaşacak yoğunlukta sürmesi koşullarını, iklim verileri belirler. Bu açıdan iklim verileri, önce yolculuk sonra geçici süre kalışın fonksiyonlarıdır. Buradan çıkardığımız sonuç şudur:

Doğal varlıkların turizmde Jeo—ekonomik değerler alması ve turizm endüstrisinin girdileri arasına katılarak **TURİZM ÜRÜNÜ'**ne dönüşmesi, doğrudan **İKLİM'e** bağlıdır.

Demek oluyor ki; çekim gücü, turist akımını kendine yönlendiriyorsa vardır. Bu ise doğa—birey ilişkisinde iklim koşullarına göre olanaklaşır. Buna, çekim gücünün oluşumunda iklimin işlevi diyoruz.

Sözgelimi, Sibirya'nın ya da Kongo'nun ormanları, iklim koşullarının elverişli olmaması nedeniyle turizm alanında jeo—ekonomik değer taşımazlar. Antarktika kıt'asının jeo—morfolojisi ve Eisberg'leri, ilginç görünümde olmakla birlikte, yine aynı nedenle turist akımı bu yörelere ulaşamaz. Tropik iklim kuşağındaki Hint Okyanusu ile Kızıl Deniz'in çevrelediği Arap Yarımadası, kıyılarında, deniz—güneş—kum üçlüsünü maksimum düzeyde içermesine karşın, çok yüksek ısı, yani iklim verisi bu kıyıların çekim gücü kazanmasına engeldir.

Görülüyor ki; iklim, doğanın, turizmde jeo—ekonomik bir varlık'a dönüşüp dönüşmemesini belirleyen başat etmendir.

(3) *Kalış — konaklama süresi bakımından*

Mevsim kavramı, yılın bir kesiti anlamına geldiği için, taşıdığı ada göre o zaman kesitinin hava olaylarını da belirler. Örneğin **YAZ** mevsimi demek, havanın sıcak—açık—bulutsuz ve yağışsız biçimde sürmesi anlamındadır çoğu kez. Oysa her mevsimde, kendi karakterine ters düşen hava olayları da vardır. Söz gelimi, kış mevsiminde yazdan kalma günler veya yazın sürekli yağışlarla geçen haftalar sık sık rastlanırlardır.

Oysa Tatil Turizmi, bu çeşit hava olaylarına karşı aşırı derecede duyarlıdır. Böyle durumlar turist topluluğunda genellikle bir tedirginlik yaratır ve KAÇIŞ yolları aranır. Kalış süresinin, plânlanandan daha önce alınmasında iklimin payı azımsanamayacak kadar büyüktür.

Mevsiminden önce seyahat kararlarının verilmesinde bunun başat bir etmen olduğunu biliyoruz. Çünkü, çeşitli seçenekler arasından birisi üzerinde verilecek karara genellikle o mevsimde yöreye egemen meteorolojik koşullar yönlendirici nitelikte etki yapar.

B. TOPLUMSAL İÇERİKLİ ÖGELER

1. İlgî Dürtüsünden Kaynaklanan Gereksinme

Bu kesimde irdelemeğe çalışacağımız konular, egemen nitelikleri bakımından toplumsal kökenlidir. Öte yandan kaynaklandıkları toplumsal kültür farklılıkları nedeniyle de hem zaman hem de mekân boyutunda çeşitlenirler. Bu çeşitlilik içinde, geçmiş uygarlıkları simgeleyen değerler ortaya çıktığı gibi, çağdaş olanlar da özgün yerlerini alırlar.

Jeo—ekonomik yapıdaki ögeler gibi bunlar da mekâna bağımlıdırlar. Çekim güçleri özgün niteliklerinden kaynaklanır.

Akımın yönelmesindeki etmen her fırsatta belirttiğimiz gibi oturma yerinde karşılanması olanaksız gereksinmelerden kaynaklanır. Daha önce bu konuya yeterince değindik. Ancak akımın toplumsal içerikli ögelere yönelmesini aynı yaklaşımla yanıtlayabilir miyiz? Öyle ise, bu çeşit varlıklara yönelenlerin yüklü olduğu gereksinme nedir? İnsan—doğa ilişkisi dışında oluşan bu yerdeğiştirim nasıl yorumlanabilir?

Soruya yanıt vermek için, konuya geniş bir perspektifle yaklaşmamız gerekiyor:

Antropoloji biliminin derinliklerine girmeden şunu söyleyebiliriz ki; insan çok yönlü bir İLGİ bağı içinde yaşamını sürdürür. Bu bağ, onun yaşından, cinsiyetinden, eğitimsel düzeyinden uğraşı çeşidinden, meraklarından, deney birikiminden, bir gruba bağlılığından, topluluğun değer yargılarından ailesel ilişkilerden, ekonomik çıkarlarından, inançlarından, inanmadıklarından vb. kaynağını alır. Böylece insan, en yakın çevresinden yeryüzüne ve uzaya kadar yayılan bir alan içinde çeşitli öznel ve nesnel varlıklarla kendisi arasında yaşamı boyunca bir ÖRGÜ ve İLGİ BAĞI kurar.

Kendisiyle bu nesnel ve öznel varlıklar arasında kurduğu ilgi bağı, konusuna ve yerine göre soyut, somut ve bazen de düşsel'dir. Varsayımsaldır. Bağ, hangi çeşit olursa olsun; yukarda belirttiğimiz etmenlerden kaynaklanan dürtü, onu, bu nesnel ve öznel varlıklara yaklaştırır.

Böyle bir yönelim aslında bu çeşit bir bağlanmanın yarattığı gereksinmelerin karşılanması içindir. Bağın kopmaması veya koparılmaması birey için önemli ise gereksinmenin yerine getirilmesi de doğaldır.

Bu çeşit bir örgüde yer alan nesnel ve öznel varlıklar oturma yeri dışında iseler, gereksinmenin karşılanması ancak yerdeğiştirimle olanaklaşır.

Bu yöneliş ya da ilgi bağı bireysel düzeyde kalmayıp toplulukları sarmış ise, söz konusu öznel ve nesnel varlıklar, turist akımını çeken öğeler olarak değerlendirilirler. Toplumsal ilgiden kaynağını alan bu çeşit varlıklar, çağdan—çağa değişen dinamik bir süreç içinde çeşitlenir, daralır, genişler.

Burada bir parantez açarak bir başka etmeni daha hesaba katalım:

Bu etmen kitle iletişim araçlarıdır. Toplumsal ilgiyi çeşitlendirici, biçimlendirici ve nihayet yönlendirici bir etmen olarak kitle iletişim araçları, çekim gücü içeren öğeleri yaratırlar. Yani toplumsal içerikli turizm varlıklarını oluşturabilirler.

Şimdi bu genel doğrultuyu izleyerek toplumsal ilgi kaynağı öznel ve nesnel varlıklar kapsamına nelerin girdiğini saptamaya çalışalım.

2. Toplumsal Nitelikteki Varlıkların İçeriği

a. Tarihsel olanlar

Tarih, insanlık dünyasının **GEÇMİŞ ZAMAN** olarak tanımladığı yaşam süreci içinde bıraktıklarının ve yaptıklarının bugünkü değerlere ulaşmasını sağlayan bir bilim dalıdır. Geniş kapsamlıdır ve aynı zamanda kendi içinde çeşitli disiplinleri kavrar. Kısaca her disiplin, kendi dokusu içinde İnsanlık Dünyasının bu nitelikteki yapıtlarını irdeler.

Öbür yandan tarih, temel eğitimin ana dersi olarak okul programlarında yer alır. Geçmiş uygarlıkları belgeleyen kalıntılar ve yapıtlar, tarih dersinin bir çeşit öğretim aracı olduklarından ilk ve orta öğretimden geçen tüm kuşaklar bu yolla bilinçlendirilirler ve eğitim yolu ile bu çeşit varlıklara karşı daha çocukluk çağında ilgilendirilirler. Bu yolla kurulan ilgi, kitle iletişim araçlarıyla daha da pekiştirilir ve aynı zamanda toplumu bütünüyle kavrar.

Tüm kuşaklarıyla böyle bir ilgi şemsiyesi altına çekilen topluluklar, yerine göre atalarının bıraktıklarını görmek veya gelip geçmişlerin yaşam öykülerini öğrenmek amacıyla seyahat eder olmuşlardır. Buna ayrıca sanata yönelik ilgi ile dinsel bağdan kaynaklanan ilgiyi (**GÖREME**'nin çekim gücü buna dayanır) de katmak gerekir. İşte bu çeşit etmenler, söz konusu varlıkların buldukları veya olayların geçtiği mekânlara yönelik turist akımını başlatmışlardır.

Konunun bir de düzenleme yönü var:

Taşınır-taşınmaz tarihsel varlıkların, bilimsel ve uluslararası değerleri bakımından korunması zorunluluğu bu alanda özgün bir düzenlemeyi gerektirir. Böyle bir gerekçeyle başlatılan iş, bunları yıkımdan kurtararak eski biçimini anımsatır duruma getirmek doğrultusunda sürdürülünce, daha önce oluşan toplumsal ilgi, kamçılıyıcı bir etki yaratmıştır. Böylece tarihsel nitelikteki kalıntılar, yapıtlar vb., turizmi de aşarak tüm ulusların ilgi alanına giren evrensel değerlere dönüşmüştür. Soruna bu açıdan yaklaşım, kalıntıları, daha çekici hale getirecek düzenlemelere öncelik verilmesini zorunlu kılmıştır. Bir yandan kalıntılar, çağlarındaki imgeyi verecek görünüm altında sunulurken; öbür yandan, tercüman (dilmaç) ve rehber hizmeti ile kalıntıları, sadece seyir değil; ama, anlam taşıyan bir yaklaşımla tüm toplulukların ilgisi çekilmeğe çalışılmıştır.

Bu arada müzeleri ve müzeciliği de aynı kapsam içinde değerlendirmek gerekir.

b. Çağdaş olanlar

Toplumsal yaşamın bazı ürünleri ya da bu yaşamı simgeleyen-yansıtan belirli olaylar, olgular ve biçimler, ilgiyi çekerler. Bunlar, oturma yeri dışında ise mekânlararası turist akımı da kendiliğinden oluşur.

Bu kısa girişten sonra, çekim gücü içeren bu çeşit öğelerin neler olduğuna kaba çizgileriyle değinelim:

(1) FOLKLOR

Herhangibir topluluğun kendine özgü yaşam biçimine FOLKLOR diyoruz. Bu açıdan folklor belirleyicidir. Yani bir topluluğu öbürlerinden ayırmaya yarar.

Bu kısa başlangıca göre Folklor'u burada HALK BİLİMİ anlamında değil, onu, yukardaki anlamda turizmdeki çekici niteliği açısından irdeleyeceğiz.

Folklor-turizm ilişkisi, sanayi toplumunu simgeleyen büyük kent yaşamının bir çeşit ürünüdür. Bir başka deyişle, büyük kente özgü tüketim ve davranış normları, orada yaşamlarını sürdürenleri, folklordan uzaklaştırmıştır. Bir anlamda böyle bir süreç, doğadan-yaban hayatından kopuşu da vurgular. Yaşamını dar kalıplar içinde sürdürmek zorunda bırakılan kent halkı bakımından folklor, bu tekdüzelikten zaman zaman kurtulabilmenin çarelerinden biridir. Böyle bir çarenin belirli bir düzenleme olarak hazırlanması ve çekim gücü içerir biçimde sunulması, Folklor-TURİZM ilişkisini ortaya çıkarır.

Ancak, çağımızda giderek hızlanan ve yaygınlaşan toplumsal değişim, bir bakıma folkloru kaynaklık eden yöresel tüketim ve davranış normlarını da silip süpürdüğü için, turizmin bu alana girmesi, folklor açısından bir yeniden dirilişi

de başlatmıştır. Böyle bir oluşum, folklor-turizm ilişkisini pekiştiren önemli bir süreçtir:

Şöyle ki; turizmin bu alana girmesi, folklor'un toplumsal ilgiyi çekecek biçimde ve nitelikte sahnelenmesidir. Buna turizm dilinde **ŞENLİK** (Festival) diyoruz. Şenlik, başlangıcı ve bitişi belli bir düzenlemedir. Yani belirli süre çekiciliğe sahiptir; ne kadar görkemli olursa olsun, çekim gücü süre ile sınırlıdır.

Şenlik'lerin kümelendirilmesinde başlıca şu ölçütler dikkate alınır:

(a) Çeşit ölçütü

Bu konu bakımından bir ayırım ölçütüdür. Örneğin, bazı şenlikler tek konu üzerinde düzenlenir. Bursa Karagöz Şenliği gibi. Bazıları ise çok konulu olur. İstanbul Festivali buna örnek gösterilebilir.

(b) İlginin kapsamı ölçütü

Şenlik nedeniyle çekilmek istenen ilginin toplumsal içeriği değişiktir. Bu farklılık bir bakıma, başlıca şu mekânsal çeşitlilikte ortaya çıkar:

- (i) Yöresel
- (ii) Bölgesel
- (iii) Ulusal
- (iv) Uluslararası

Çekmeği amaçladığı toplumsal ilginin özelliğine ve içeriğine göre turizmin, bu çeşit düzenlemelere koyacağı ağırlık değişir. Bunun bir ürünü olarak **FOLKLOR-TURİZM** bağlamı, programlama ve pazarlama gibi alanlarda ortaya çıkar.

Öte yandan özgün **TÜKETİM NORMLARI**'da bir çeşit folklor olarak değer alır turizm'de. Bir topluluktan öbürüne besin olarak kabul edilen maddelerin özdeş olmadığını ve bazılarının farklı öncelikler aldığını biliyoruz. Bunun yanında belirli maddelerin besin sayılmadığı halde; bazı topluluklarda bunlara üstün değer verildiği, bu alanda ortaya çıkan başka bir farklılık olarak değerlendirilmelidir. Öte yandan besin olarak kabul edilen maddelerin hazırlanması ve yiyeceğe dönüştürülerek sofraya getirilmesi ve hatta özgün sofranın düzeni, topluluklararası farklılaşımın tüketim normlarındaki çarpıcılığı olarak değer alır turizmde. **MUTFAK**, toplulukların özgün tüketim normlarını yansıtan bir düzenlemenin adıdır ve aynı zamanda anılan normları simgeler. **TÜRK MUTFAĞI - ÇİN MUTFAĞI** vb., özgün tüketim normlarının somut örnekleridir. Kuşkusuz bunların daha dar alana giren yöresel örnekleri de vardır. Bu çeşit özellikleri yansıtırıcı süreçler, **GASTRONOMİ** dediğimiz folkloru doğurmuştur. Hazırlanışındaki özellik nedeniyle bunlardan bazılarının taklit edilemezliği, mekâna bağımlı bir çekim gücü etmeni yaratır. Turizm-gastronomi ilişkisi bu koşullar altında oluşur.

(2) GÖSTERİ BİÇİMİNDEKİ YARIŞMALAR

Hangi alanda olursa olsun yarışma, ilgi çeken bir olaydır. Bunun gösteri biçiminde düzenlenen bir çeşidi olarak spor, toplumsal ilgiyi çekenler arasında en yaygınıdır. Buna yönelik toplumsal ilgi, çeşitli etmenlerin altında oluşur. Örneğin klüplerarası yarışmalarda ilgi kaynağı **FORMA—RENK** tutkusudur. Uluslararası yarışmalarda tutku, **ULUSAL**'dir. Öbür yandan yarışma çeşidi veya şöhretli sporcuların yarışmaya katılması gibi etmenler bir başka ilgi merkezini oluştururlar.

Bunlar arasında bir kentten öbürüne veya ülkelerarası yerdeğiştirmeye neden olanlar, turizm pazarlamasına birer çekim ögesi olarak girerler.

Uluslararası alanda geniş ilgi uyandıran ve hazırlıkları birkaç yıl süren **OLİMPİYAD**'lar bu açıdan önde gelen yarışmalardır. Bu çeşit yarışmaları düzenleyen ülkeler, yaptıkları harcamaları, turizmden sağlayacakları gelirle karşılayacaklarının ve ayrıca kazançlı çıkacaklarının hesabı içindedirler.

(3) KONGRE VE KONFERANSLAR

Bilimsel, sanatsal, siyasal, eğitimsel, yönetsel, dinsel vb. gibi konulardan birini tartışmak, görüş bildirmek veya çözümlmek için belirli bir mekânda yapılan özgün toplantı düzenine amaçladığı sonuçları bakımından kongre ve konferans diyoruz.

Konunun önemine, katılan kuruluşların ve kişilerin statülerine göre, bu çeşit düzenlemelerde toplumsal ilgi, yöresel, bölgesel, ulusal ve uluslararası gibi düzeylerde oluşur.

Bunlar arasında turizm bakımından önemli olanları turist akımına neden olanlardır. Bu nitelikte bir çekim gücü içeren düzenlemeler, **KONGRE TURİZMİ** dediğimiz yeni bir turizm çeşidi doğurmuştur. Olimpiyat örneğinde olduğu gibi, kent veya ülke, bu alanda sağlayacağı turizm gelirini, terazinin bir kefesine koyarak, evsahipliğini üstlenmektedir. Öylesine ki; görkemli olduğu kadar da pahalı kongre yapıları—sarayları bu nedenle kentleri süsler hale gelmiştir.

Açıklamalardan da anlaşılacağı gibi, Kongre Turizmi kentlere özgü bir turizm çeşididir. Bununla birlikte konusuna ve kapsamına göre kongreler, tatil köylerinde ve kıyı otellerinde de yapılmaktadır. Ancak bu çeşit tesislere aktarılabilecek kongrelerin, mevsimin canlılığını yitirdiği döneme rastlatılmasına özen gösterilmelidir.

(4) GÜZEL SANATLAR — YAPITLAR

Güzel sanat, sürekli evrim geçiren bir kavramdır. Birey ve toplumlara, aynı zamanda çağ'a göre değişir. Topluluklara özgü güzel san'at öğeleri yanında

evrensel düzeyde kabul edilen güzel sanat ögeleri de vardır. Her iki konumda GÜZEL SANAT, öznel ve nesnel ögelerde taşınır. Bu niteliği ile OLAĞANIN ÜSTÜNDE-LİĞİ'ni simgeler. Güzel sanata verdiğimiz bu anlam, çok geniş olduğu için, bunu turizmi ilgilendiren başlıca şu alanlara indirgeyeceğiz:

(a) Resim — fotoğraf — yontu

Toplumsal ilginin sergileme yolu ile çekildiği görsel yapıtlar dalıdır. Öbürleri gibi mekâna bağlı olmamakla birlikte; belirli sergi evleri ve şöhretli müzeler, içerdikleri bu çeşit yapıtlar nedeniyle akımı çeken merkezlere dönüşmüşlerdir.

(b) Müzik — dans sahne yapıtları

Göze ve kulağa (audio—visiual) sunulan bu çeşit yapıtlara turist akımının yönelmesi için, belirli ön koşulların varlığı gereklidir. Bu koşullardan birisi ulusal veya uluslararası düzeyde ilgi çekecek sanat değeri taşımasıdır. İkincisi yılın belirli bir döneminde yenilenir olmasıdır. Bu nitelikteki müzik—dans ve sahne yapıtları uluslararası BELİRLİ GÜNLER TAKVİMİNE girer.

(c) Mimarlık yapıtları

Mimarlık yapıtı, veya eski deyişle MİMARİ ESER, taşınmaz'ın içerdiği belirli özelliklerden kaynaklanır ki; benzeri taşınmazlar bu çeşit özelliklerden yoksundurlar. Mimari yapı özelliği bir taşınmazda bulunabileceği gibi, çiçek bahçesi de bu çeşit bir niteliği simgeleyebilir.

Herhangi bir taşınmazı mimarlık yapıtı olarak kabul ettiren etmen, taşıdığı GÜZELLİK ÖGELERİ'dir. Toplumsal ilgi bu ögeler nedeniyle taşınmaz'a yöneliktir. Ona böyle bir özelliği veren güzellik ögelerinin mühendislik bilimindeki yeri toplumsal ilginin genellikle konusu dışındadır.

Burada tarihsel ve çağdaş kavramları açısından bir açıklamaya gerek var. Şöyle ki; taşınmazı mimarlık yapıtına dönüştüren GÜZELLİK ÖGELERİ, tarihin akışı içinde oluşur ve bir kuşaktan öbürüne değişik doğrultularda yorumlanır durur. Bu süreç, mimarlık yapıtının dinamik yönüdür. Toplumsal ilgiyi besleyen ve sürekli kılan kaynaklardan biri de onun bu niteliğidir. Onun için ÇAĞDAŞ veya TARİHSEL kavramlar, mimarlık yapıtlarını etkilendirmede kullanılmamalıdır.

Mimarlık yapıtları kendilerini sürekli sergiledikleri için çekiciliği zamana bağımlı değildir. Örneğin mimarlık yapıtı özelliğini taşıyan mabetleri, sarayları görmenin ve gezmenin mevsimi yoktur. Yeterki seyirleri pazarlama kanalıyla düzenlenebilsin.

(5) FUARLAR

(a) Tanımı ve çeşitleri

FUAR uluslararası bir sözcük. Fransızcadan (Foire)'dan kaynaklanıyor. Malların—hizmetlerin tanıtılması için satıcı ve alıcıları biraraya getiren özgün düzenlemeye FUAR diyoruz. Kasaba ve kentlerde kurulan mahalle pazarları da alıcı ve satıcıları biraraya getirdiği halde bunlar, ÖZGÜN düzenleme kapsamına girmediği için FUAR sözcüğü ile anlatılmıyorlar. Fuar'ın sözünü ettiğimiz özgün niteliğini belirleyen yönlerinden birisi belkide en önemlisi, turizm amaçlı yerdeğiştirmelere neden oluşu, bir başka deyişle çekim gücü taşımasıdır. Fuar — turizm bağlamı, kökünde onun bu özgün niteliğinden kaynaklanır.

Çağımızda fuarlar, büyük bir değişiklik içinde ortaya çıkarlar. Ancak, çarpıcı niteliklerine göre bunları, şu kümeler altında toplayabiliriz:

— İhtisas Fuarları:

Tek çeşit mal'in tanıtılması üzerine düzenlenen fuar'lar ihtisas fuarlarıdır. Aynı nesneyi üreten birçok firma, mallarını birarada sergilerler. Tanıtmada, mallar arasındaki kalite farkları, nitelik farkları vb. gibi ögeler yer alır. Örneğin, Otomobil Fuarı, Matbaa Makinaları Fuarı, bu çeşit ihtisas fuarlarıdır.

— Genel Fuarlar:

Bu çeşit fuarlar da çeşitli mallar sergilenir. Bunlar yerine göre Ticaret Fuarı, Sanayi Fuarı vb., gibi adlar alırlar.

İster ihtisas, ister genel fuar olsun, katılanlar bakımından siyasal sınır ölçütüne göre bunlar YÖRESEL, BÖLGESEL, ULUSAL ve ULUSLARARASI niteliktedirler. Turizm açısından önemli olan kuşkusuz uluslararası fuarlardır ve devletin önem verdikleri de bu kümeye girenlerdir. Örneğin ülkelerde heryıl düzenlenen 800—900 fuar'ın yaklaşık olarak % 50 si ULUSLARARASI özelliindedir.

Bunlar arasında turizm bakımından en etkinini DÜNYA FUARI adını taşıyandır. Her on yılda bir düzenlenir ve genellikle altı ay sürelidir. Kültürel bilimsel ve teknik alanlarda uluslararası yarışma, DÜNYA FUARI'nda sergilenir. DÜNYA FUARI, toplumsal ilgiyi evrensel çapta uyaran bir düzenlemedir.

Mekân olarak fuarlar, büyük kentlerde düzenlenir ve hangi çeşit ve kapsamda olursa olsun, kurulduğu kentin adını taşır. Bu açıdan kentin fuar gibi pazarlama çeşidini gerektirecek kadar bir iş ticaret ve kültür merkezi olarak yeterli düzeye ulaşması gerekir.

Bu düzeye ulaşmamış kentlerde yapılan fuar'ların çekim gücü etkisi kent sınırlarından öteye gidemez; bu nedenle de FUAR sözcüğünün anlamına sahip çıkamaz. Böyle bir durumda kuşkusuz turizmden de söz edilemez.

(b) Fuar'ın doğrudan—dolaylı amaçları

Fuar düzenlemenin salt ticari amacı, alıcı ile satıcı kümelerini sergilenen malların önünde biraraya getirmektir. Bunun yanında fuar'ın bir de dolaylı amacı vardır. Bu dolaylı amaç, fuarı düzenleyen evsahibi ülke ya da yerel yönetim açısından, başlıca şu noktalarda özetlenebilir:

- (i) Siyasal ve ekonomik ilişkilerin ülke yararına sürdürülmesini sağlamak.
- (ii) Toplumlar arasında kültür ve sanat yaklaşmasına elverişli koşulları gerçekleştirmek.
- (iii) Ülkenin turizm varlığını tanıtmak, turizm pazarlamasına elverişli ortamı hazırlamak.
- (iv) İhraç mallarının sürümünü arttırmak ve yeni dış pazarlar bulmak.

Fuar yoluyla yukardaki hedeflere ulaşabilmek kuşkusuz, anılan ülkenin uluslararası arenadaki sosyo—ekonomik—kültürel ve siyasal etkinlikleriyle oranlıdır.

Görülüyor ki fuar, temelde toplumlararası ilişkilere dayalı ve bu ilişkileri, turizmi de içerir biçimde ulus yararına geliştirmeyi ve sürdürmeyi amaçlayan bir düzenlemedir.

(c) Fuar — Turizm bağılamı

Fuar—turizm bağlamının niteliğini belirlemek için yine başa dönelim. Yukarda belirttiğimiz gibi çeşitli malların tanıtılması için salt anlamda SERGİLEME bir çekim gücü oluşturur.

Bunu, ticari amaçla sınırlandırırsak, alıcılarla satıcıların fuarın açıldığı coğrafik mekânda karşılaşmalarını buluşmalarını sağlayıcı bir düzenleme biçiminde değerlendirebiliriz. Böyle bir ortam, alıcılarla satıcıların bir mekânda geçici süre kalmalarına yol açar. O halde, düzenlemesindeki amaç ne olursa olsun, turizm amaçlı seyahatlere yol açtığı için fuar, yukardan beri sıralayabildiğimiz çekim öğelerinden biridir. İş Turizmi dediğimiz olgu, kökünde bundan kaynaklanır.

Öte yandan Fuar, ticari amaç dışına taşıp uluslararası yarışma uluslararası sanat kültür ve teknoloji yaklaşması gibi hedeflere yönelik olarak düzenlendiğinde, ilgi faktörü ticari olmaktan çıkar; çok yönlü içerik kazanır. Böylece fuar, sadece alıcı ve satıcıları biraraya getiren ticari bağlam yerine; çok yönlü amacı doğrultusundaki düzenlemelerle, kitlelerin seyahatlerine neden, bir çekim gücünü yüklenir. Büyük kentlere yönelik seyahatlerde bu faktörün önemli bir payı vardır.

Demek oluyor ki fuar; ulusal ve uluslararası düzeyde turist akımına neden bir düzenlemedir. Özellikle, uluslararası nitelikte olanlar, dış turizm gelirini çoğaltmayı amaçlarlar ya da bu kaynağı önemli ölçüde geliştirirler.

Fuar'da tanıtma dediğimiz işlevin önde gelişi; turizm pazarlaması için elverişli ortamı yaratır. Bu nedenle uluslararası fuar düzenlemelerine her ülkenin ayrıca bir "TURİZM PAVYONU" ile katılması, çağımızın yaygın bir uygulamadır.

c. Dinsel gösteri ve kutsal mekânlar

Bir başka nitelikteki toplumsal ilgiyi yüklenen din, hem tarihsel hem de çağdaş bir olgudur. Ancak burada bizi ilgilendiren yönü, turist akımına neden olan özelliğidir. Bu özellik, önce onun gösteri biçiminde bir düzenlemeye dayalı kurallarından kaynaklanır. Yaşayan dinlerin hemen hepsinde yılın belirli zamanları, gösteri niteliğinde ibadete ayrılmıştır. Örneğin, Hindu dininde günahlardan arınmak için GANJ nehri sularındaki topluca ibadet; Vatikanda papanın yönetiminde 24 Aralık'ta başlayıp bir hafta süren ibadet; ve nihayet müslümanların her yıl Kurban bayramlarında MEKKE'de yaptıkları toplu ibadet evrensel boyutlara ulaşmış gösterilerdir.

Bu çeşit toplantıların yapıldığı mabetlerin bulunduğu mekânlar, KUTSAL kabul edilmiştir. Sözü edilen ibadet veya dinsel gösteriler, kutsal mekânlarda yapıldığı taktirde makbuldürler. İbadetlerin mekâna bağımlılığı oluşu inananların söz konusu mekâna yönelik neden olur.

HAC, bunlar içinde en yoğun akıma neden olanıdır. Hristiyan ve Yahudi dinlerinde de böyle bir gelenek olmakla birlikte gerek katılanların sayısı gerekse süresi bakımından islâm dinine özgü HAC daha çarpıcıdır. Her yıl Hac döneminde MEKKE'ye (Suudi Arabistan) Dünya'nın her yerinden müslümanların gelmesi HAC TURİZM'i dediğimiz özgün bir turizm çeşidini doğurmuştur. Çünkü yerdeğıştirimin özünde turizm amaçlı tavrı yatar.

Bu Turizm çeşidinin başlıca nitelikleri şöyle özetlenebilir:

- (i) Hac Turizmi, belirli bir süre için yapılır.
- (ii) Katılanlar, davranışlarını ve boş zaman eylemlerini dinsel kurallara göre düzenlerler.
- (iii) Reklâm ve tanıtımaya gerek göstermez.
- (iv) Pazarlama, turist üreten ülkenin kendi koşullarına göredir.
- (v) Turizm mekânı bakımından rekabet söz konusu değildir.
- (vi) Ulaştırma sisteminde yoğun talep yaratır.

Gösteri niteliğinde ibadet'in yapıldığı kutsal mekân, Hac Mevsimi dışında turist çekmeyen bir yer ise, burası sadece doğrudan Hac Turizmüne açıktır deriz. Böyle bir yerde Hac Turizmi'nin etkisi kısaca şu doğrultularda belirir:

- (i) Çok sayıda insanın belli kurallara uyarak toplu biçimde ibadette bulunmalarının içerdiği sorunlar, mekânın bunu çözümlenecek biçimde düzenlenme-

sini gerektirir. Örneğin büyük mabetler, toplu yürüyüslere olanak verecek genişlikte caddeler ve meydanlar gerekir.

(ii) Konaklama tesisleri, geçici nitelikte kurulur. Çünkü yılda bir kez ve oldukça kısa süreli kalış, sürekli tesislerin kurulmasına ekonomik bakımdan elverişli değildir. Bu nedenle çadır ve barakalar konaklama gereksinimini karşılarlar.

(iii) İbadetle ilgili giysilerin, dinsel eşyaların, kutsal kitapların, hatıra ve hediyecilik eşyaların satıldığı dükkânların topluca bulunduğu yer kentin ticaret merkezine dönüşür.

Demek oluyor ki; Hac Turizmi, kentin görünümüne belirli yönde katkısı olan bir turizm çeşididir.

d. Toplumsal olaylar

Herhangi bir olay'ın taşıdığı önem ya da oluş biçimi, toplumsal ilgiyi çekecek özellikler taşıyabilir. Öte yandan olayın kalıntılarını da aynı kapsam içine alabiliriz. Toplumsal ilgi kaynağı olayları yöresel, ulusal ve uluslararası düzeyde önem taşıyacağı gibi, toplumda belli bir grubun ilgilendiği türden de olabilir. Her toplum için ortak nitelikte ilgi çekici olaylar vardır. Örneğin; Devlet başkanlarının seçimi andıçmeleri veya ölümleriyle ilgili olarak düzenlenen törenler bu kümeye girerler. Devletlerin kuruluş yıldönümlerinde düzenlenen şenlik ve gösteriler de bu kapsamda değerlendirilir.

İlginç olayların kalıntılarının çekim gücü taşımasına örnek ise "1967 ARAP-İSRAİL Savaşı" diye adlandırılan savaşın Sina Yarımadasındaki kalıntılarıdır. Burası mevzileri tahrip edilmiş savaş araç ve gereçleriyle, kısacası harbin kalıntılarıyla gezi programlarına girmiştir.

e. Büyük kent

BÜYÜK sözcüğünü nicel değil nitel anlamda kullanıyoruz. Buna göre "BÜYÜK KENT", ileri düzeyde gelişmişliği simgeleyen bir yerleşim yöresidir. Herhangibir yerin, büyük kent'e dönüşümü için başlıca üç ögenin varlığı gereklidir:

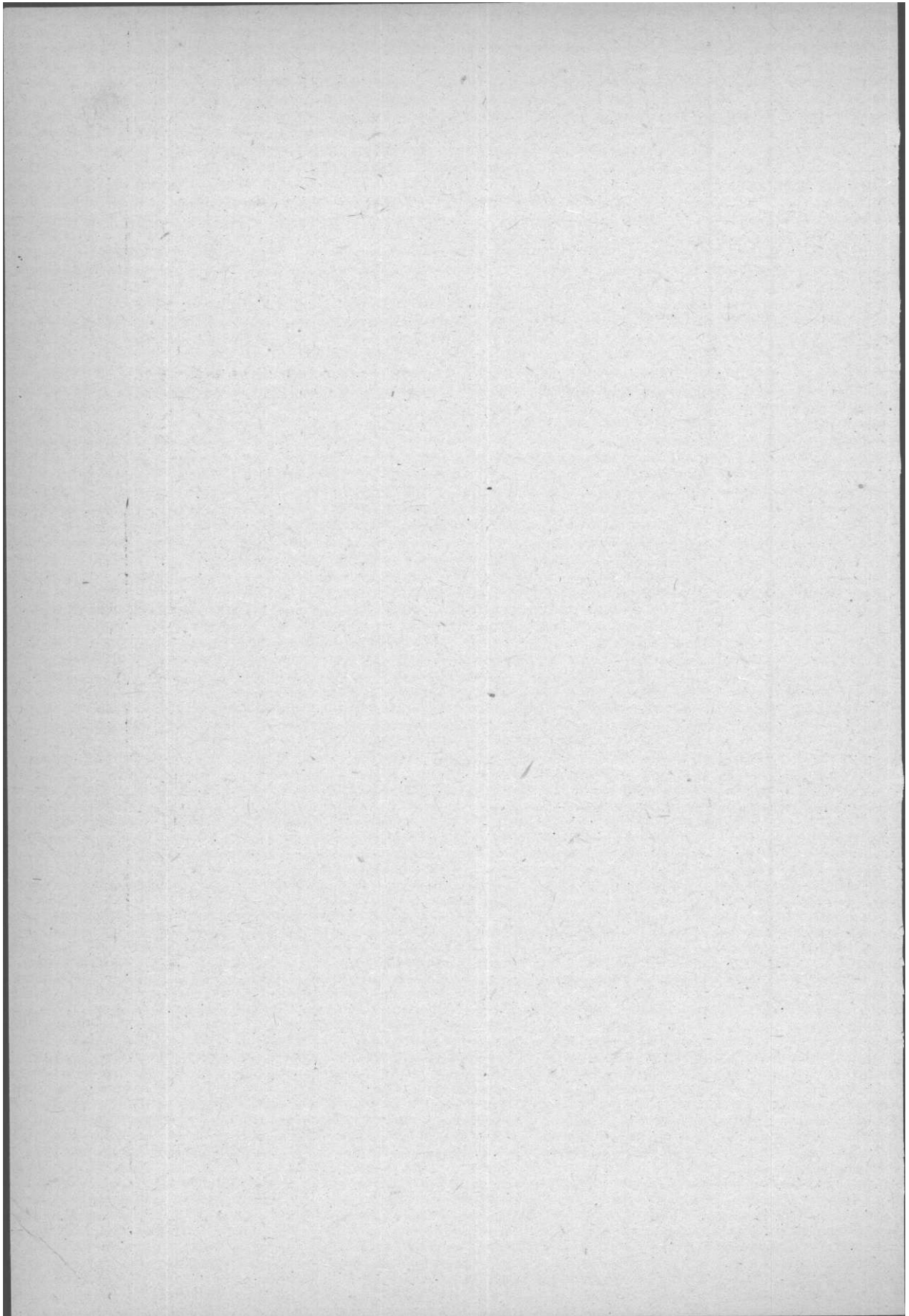
- (i) Sanayi ve/veya hizmetler kesiminin ağır bastığı uğraşı alanları;
- (ii) Yüksek eğitim kurumları;
- (iii) Çevre ile bağlantıyı sağlayan yoğun ve gelişmiş ulaşım sistemi;

Bu üç ögenin birlikte bulunuşu ile üst düzeydeki gelişmişliğin oluşumu, büyük kenti, bir iş ve ticaret merkezi, kültür merkezi ve hatta bir siyaset merkezine dönüştürür. Büyük kent bu nitelikleriyle turizm alanında çok yönlü çekim gücünü içeren bir varlık olarak yer alır.

Bu kapsam içinde çok yönlü çekim güçleri, büyük kentle bütünleşirler. Yukarıda ayrıntılar içinde belirttiğimiz toplumsal nitelikteki turizm varlıklarının içerdiği çekim güçleriyle bunlar, özdeşirler. Bir başka deyişle bu varlıklar, büyük kent'in aynı zamanda ürettikleridir. Örneğin yarışmalar, kongre ve konferanslar, fuarlar, güzel sanatları içeren yapıtlar; ilgi çekici olayların bir kümesi, dinsel gösteriler, yüksek öğretim kurumlarının ilgi çekici çalışmaları, büyük kentin ileri düzeydeki gelişmişliğinde ortaya çıkarlar.

Öbür yandan bunlar, ulusal veya uluslararası kapsamdaki ilişkilerden gelen düzenlemeler olarak da ancak büyük kent yaşamında vardır.

O halde, büyük kent, yüksek düzeydeki gelişmişliğin yukarıda örneklerini verdiğimiz ürünleriyle ve bu ürünlerin içinde eridiği ve bütünleştiği yaşam biçimiyle başlı başına (unique) bir **TURİZM VARLIĞI**'dir.



ALTINCI BÖLÜM:

TURİST AKIMINI KARŞILAYAN KABULLENEN ÖGELER

I. AKIMA YÖNELİK DAVRANIŞLARIN ÇEKİM GÜCÜNÜN OLUŞUMUNA ETKİSİ

Oturma yerinden turizm mekânına varış'ın öncelikle yolculuğu gerektirdiğini biliyoruz. İki nokta arasındaki ıraklığın aşılmasında çoğu kez, ara varış yerlerinden geçilir. Bunların sayısı ve önemini belirleyen nedenler çeşitlidir kuşkusuz. Birincisi, aşılması gerekli ıraklığın süre olarak uzunluğudur. Bu süre, varış yerine ulaşıncaya kadar ara konaklamayı ve gecelemeği içeriyorsa, durak mekânındaki yerel topluluğun akıma karşı davranışı önem kazanır.

İkincisi siyasal sınırlardır. Pasaport ve gümrük denetimi akımın sınır geçişlerinde durmasını; işlem bitinceye kadar beklemesini gerektirir. Akım bu geçitlerde kamu yönetimini temsil edenlerin, kolluk kuvvetlerinin ve topluluğun davranışlarıyla yüzyüze gelir.

Üçüncüsü gezi programının içeriğidir. Gezi programı doğrudan iki mekân arasında değil; çok sayıda mekânlarda geçici süre kalışları kapsar biçimde düzenlenmişse, her varış yerindeki topluluğun akıma yönelik tavrı önem taşır.

Bu örneklerle şunu vurgulamayı amaçlıyoruz :

(i) Toplumsal yapı açısından turist akımı, çıktığı topluluğa özgü değer yargılarını taşır ve bundan kaynaklanan davranış kalıpları, ilişkilere egemen olur.

(ii) Öte yandan akımın varış yerlerinde de farklı değer yargılarıyla yüklü ve bu nedenle başka davranış kalıplarına göre ilişkilerini sürdüren topluluklar yaşar.

Bu yaklaşımdan yola çıkarsak turizm, farklı değer yargılarıyla yüklü ve bu nedenle ayrı davranış kalıplarına girmiş toplulukları konaklama yerinde biraraya getiren, daha doğrusu geçici süre birlikte yaşamlarını sürdürmeğe neden olan bir olgudur. Bu çeşitte bir benzerlikler potasında biraraya geliş, şu iki sonuçtan birini ortaya çıkarır:

Ev sahibi topluluk ile konuk durumundakilerin tavırlarına egemen değer yargıları, zıtlaşım düzeyinde ise, aynı potada kalabilmek olanaksızlaşır. Böyle bir durum akımın durması demektir. Değer yargıları zıtlaşım düzeyinde oluşmamış ise, akım geçici süre kalışa geçer ve turizme özgü ilişkiler yaşama egemen olur.

Ev sahibi toplulukça takınılan tavır, turizme özgü ilişkilerin başlamasına, sürmesine ve kesilmemesine yardım ediyorsa, bu çeşit ilişkileri destekliyorsa, bu bir turizm varlığı olarak değer alır.

Tersine iki topluluk arasındaki bu açıdan farklılık zıtlaşım düzeyinde ise, yerel topluluğun tavrı, akımın varış yerinde geçici süre kalışa dönüşmesini olanaksızlaştırır. İki topluluk arasında turizme özgü ilişkiler kurulamaz.

Bu durumda, mekânın turist akımını çeken tüm varsayımsal değerleri bu niteliklerini yitirirler. Çünkü akım yönelmeyince herhangi bir çekicilikten söz edilemez.

Yukarıda değindiğimiz gibi, geçit ve ara varış yerlerindeki toplumsal tavırlar, kaynakların turizm değerlerine dönüşmesini veya dönüşmemesini belirleyicidir. Örneğin sınır geçitlerindeki karşılaşma, zıtlaşım düzeyinde ise, söz konusu ülkeye böyle bir akım daha başlangıçta ulaşmaz. Bu takdirde dış turizm bakımından böyle bir ülke,uluslararası turist akımının yolu dışında bırakılır.

I. TOPLULUKLARIN DAVRANIŞLARINI BİÇİMLENDİREN BİR ETMEN OLARAK TOPLUMSAL KÜLTÜR

A. TOPLUMSAL KÜLTÜRÜN VERİLERİ

Bu kesimdeki irdemelerimize açıklık getirmek için önce TOPLUMSAL KÜLTÜR'ün konumunu saptayalım. Toplumsal kültür, bireyin üstünde oluşan ama onu kavrayan bir konumdur. Böyle bir başlangıçtan sonra, konuyu biçimsel yönden ele alalım: Belli bir merkezden çıkan akım, amaçladığı konaklama yerine birden fazla geçit yerlerini aşarak ulaşabileceği gibi; doğrudan da varabilir. Yolculuk, bir çok duraklardan geçerek tamamlanıyorsa, akıma karşı davranışlar, durak ya da geçit sayısı kadar çeşitlenir. Bu biçimsel yaklaşımdan yola çıkarsak, akıma karşı farklı davranışların kaynaklandığı kökene inebiliriz.

Biliyoruz ki; varış yerinin konumuz bakımından önemi, yolculuğun son bulduğu bir mekân olmasından değildir. Turizm ilişkileri açısından önemli olan varış yerindeki topluluğun, akıma karşı koyduğu tavidir. Konuya bu açıdan yaklaşırsak, varış yeri sadece fiziksel bir mekân olmaktan çıkar; onun yerine barındırdığı topluluğun "kendine özgü iş gücü, bir örgütü, kültürü ve özel adı ile tarihi"⁽¹⁾ gibi öğeleriyle birlikte başka bir yerleşim alanı geçer.

(1) Prof.Dr. İbrahim Yasa, Türkiye'nin Toplumsal Yapısı ve Temel Sorunları, TODAİE Yayını, 1973, s. 2.

O halde topluluklarca yerleşilen her mekânın kendine özgü iş gücü, bir örgütü, kültürü, özel adı ve tarihi olduğu için bunlar, o mekânda özgün bir toplumsal kültür oluştururlar.

İşte bu noktadan yola çıkarak şunu diyebiliriz ki; toplumsal kültür, topluluğun değer yargılarına ve davranışlarına yön veren alt yapısal bir kurumdur. Bu açıdan topluluklar arası çelişki kökeninde bu nitelikte bir kurumdan kaynaklanır.

Konuyu turizme aktarırsak, farklı toplumsal kültürlere oturan toplulukların belirli bir mekânda bir süre bir araya gelmeleri gibi bir ilişki yumağı oluşur. Böyle bir ilişki ağı, mekânın fiziksel varlığını siler, yerine topluluklararası davranışların bir çeşit özümlemesi olan sonuçları geçer. Fiziksel mekânın kaderini de bu sonuçlar belirler.

Özellikle biri gelişmiş, öbürü geri kalmış iki ayrı topluluk söz konusu ise, gelişmiş topluluktan çıkan akımın, varış yerindeki, geri kalmış topluluk tarafından karşılanması ve kabulünde, kökendeki bu etmen, belirleyici rol oynar. Türkiye bütünü ile değilse bile bir yöreden öbürüne böyle bir kökenden kaynaklanan zıtlaşım konularıyla sık sık yüzyüze gelen bir ülkedir. Bir başka deyişle, sorun, toplumsal kültür etmenine gelip dayanmaktadır. Türkiye'de dış turizmin beklendiği kadar veya gereği kadar gelişmemesinin bu etmenden kaynaklandığı bilinmelidir. Sorunlarımıza ışık tutar umuduyla toplumsal kültür konusunu biraz daha irdelemekte yarar görüyoruz.

B. TOPLUMSAL KÜLTÜRÜN YAPISAL ÖZELLİĞİ

Toplumsal kültür kendisi içinde özdeksel bir altyapı ile tinsel bir üstyapıdan oluşur. Bir başka deyişle toplumsal kültürün altyapısı nesnel kültürü, üstyapısı da öznel kültürü belirler.⁽²⁾

Turizm ile toplumsal kültür arasındaki organik bağımlılığı açıklığa kavuşturmak için, her iki kümeyi oluşturan öğelere değinmekte yarar var. Önce alt yapıdan başlayalım. Nesnel kültürü oluşturan başlıca öğeleri şöyle sıralayabiliriz:

- (i) Topluluğun sahip olduğu üretim kaynakları çeşidi ve üretim araçları çeşidi
- (ii) Bunlarla topluluk üyeleri arasında kurulan ilişkilerin niteliği, boyutları
- (iii) Topluluğun sahip olduğu teknolojik düzey. Yani topluluğun şimdiye dek oluşturduğu ve yararlandığı teknolojinin içeriği, niteliği, çağdaşlığı
- (iv) Gereksinme çeşitleri—içeriği, öncelikleri.

(2) a.g.e. s. 17 ve devamı.

Nesnel kültürü oluşturan bu öğeler; önümüze aşağı yukarı şöyle bir tablo koyar:

Bir yanda gereksinme çeşitlerinden oluşan bir küme, öbür yanda bu kaynakları işleyen araç çeşitleri ve bunu yönlendiren teknolojik düzey. Topluluğun nüfus miktarını da bu tabloya eklediğimizde gereksinmeleri giderme doğrultusunda kaynakların kullanımı süreci, şu biçimlenişleri ve oluşumları ortaya çıkarırlar:

- (i) Besin—giyim çeşitleri—ve alışkanlıkları
- (ii) Konut biçimleri, boyutları—donatım özellikleri
- (iii) Zanaat çeşitleri
- (iv) Yararlanılan ulaştırma sistemi; çeşidi ve kapasitesi
- (v) Haberleşme sistemi—sistem içinde örgütlerin niteliği, yeterliliği ve gereçlerin teknolojik düzeyi ve kapasiteleri

Görülüyor ki; toplumsal kültürün nesnel varlıkları, yukarıdaki çeşitlilik içinde somutlaşarak topluluğun bir bakıma özdeksel düzeyini yansıtır biçimlere dönüşürler.

Kuşkusuz, herhangi bir topluluğun değer yargılarına ve tavırlarına yön ve biçim veren bunlar değildir. Bir başka deyişle bunlar sözü edilen değer yargılarına ve tavırlara kaynaklık eden yukarıdaki üst yapının üzerine oturduğu kökensel oluşumdur. O halde sorunun yanıtına ulaşmak için toplumsal kültürü oluşturan üst yapısal varlığın ne olduğunu bilmemiz gerekir. Tinsel nitelikteki bu varlığı oluşturan öğelerin ayrıntıya girmeden başlıcaları şunlardır:

- (1) Topluluğun geçmişi — tarihi
- (2) Dil—Dilin evrimi— Dilin yeni sözcükler türetme yeteneği—Bilim alanında kullanım yeteneği.
- (3) Din—Dinin toplumsal değişime uyum esnekliği — Dinsel hoşgörü düzeyi ile evrensel hoşgörü düzeyi arasındaki çakışma alanları, — Çakışmanın boyutu ve derinliği— Dinin, evrensel değişime uyumdaki yorumu.
- (4) Hukuk düzeni — Yasaların evrensel hukuk ilkeleriyle çakıştığı alanlar.
- (5) Topluluğun örgütlenme düzeyi ve örgütlenme dinamikleri.
- (6) Eğitim kurumlarının evrensel standartlara göre karşılaştırmalı düzeyleri.
- (7) Sağlık ve temizlik alışkanlıkları.
- (8) Boş zaman değerlendirme alanları ve eğilimleri.
- (9) Gelenek kapsamına giren konular ve bunların toplumsal yaşamdaki yoğunluğu; egemen olduğu alanlar.
- (10) Değer ve ahlâk yargıları, bağnazlık kapsamına giren konular, kör tutku kapsamına giren konular. Tüm bunların evrensel değer ve ahlâk yargılarıyla çakıştığı alanlar.

Yukarda sıralanan bu ögeler, bileşik olarak belirli bir topluluğun yani özgün adı (örneğin Çibuti – Norveç gibi) ile öbürlerinden ayrılan davranışlarını özgünleştirir. Bir başka deyişle, bu sıralananlar, bileşik bir etmen olarak topluluğun belirli konularda ve ilişkilerdeki tavrını belirler. Eğer bu bileşkenin topluluktaki derinliğini biliyor ve ölçebilirsek; belirli konu ve ilişkilerdeki tavırların şiddetini ve boyutlarını da saptayabiliriz. Buradan turizme geçerse, şu sorunun yanıtlanması gerekir:

Turizm topluluklararası ilişki kuran bir olgu ise, toplumsal kültürün hangi alanlarında ortaya çıkar? Bu soruyu, Turizmin toplumsal kültüre bağımlılığı açısından ele alarak yanıtlayacağız. Aşağıdaki kesim bu sorunun yanıtlanmasını amaçlıyor.

C. TURİZMİN TOPLUMSAL KÜLTÜRE BAĞIMLILIĞI

Mekanlararası insan devinimi bakımından turizm, toplulukların geçici süre biraraya gelmelerine elverişli bir ortam yaratır. Öte yandan bu ortam, farklı toplumsal kültürlerin karşılaştığı bir arenadır. Makro açıdan ele alındığı takdirde böyle bir alanda, turist üreten ülkelerin toplulukları bir yanda, öte yanda gelişmişlik düzeyine ulaşmadıkları için çevre sorunları olmayan topluluklar yer alır.

Turist topluluğunu ele aldığımız zaman, böyle bir nitelemenin gerisindeki oluşum kaba çizgileriyle şöyle belirlenebilir:

Bir yanda yoğun nüfuslu ve aynı zamanda çevre sorunlarında bunalmış büyük kentin kültürü ile yoğrulmuş standart özelliklere sahip (yüksek gelir düzeyi, yüksek eğitim düzeyi, uzmanlaşma ve örgütlemeleri yüksek düzeyde) toplulukların oluşturduğu bir merkez yer alır. Bunun, turizm dilindeki adı **TURİST ÜRETEN MERKEZ**'dir. Jeo-ekonomik varlıklara yönelik bir akım söz konusu ise, öte yanda egemen uğraşısı tarıma dayalı, düşük gelirli, birincil nitelikte eğitim kurumlarına sahip, çevre sorunlarından uzak köysel topluluklar yer alır. Bu sonuncuların turizm dilindeki adı ise, **TURİST ÇEKEN MERKEZ**'dir.

Birinci merkez, doğadan kopmuşluğun özlemini kırsal kesimde doyuma ulaştırma aşamasındadır. İkinci merkezdeki topluluk ise statik durumdadır. Bu iki merkez arasındaki ilişki, farklı toplumsal kültürlerin biraraya gelmesi, karşılaşma ve etkileşme sürecini oluşturur. Böyle bir durumda mekân, çeşitli merkezlerden geldikleri için farklı kültürlerle yüklü toplulukların hem kendi aralarında hem de bunlarla evsahibi topluluğa özgü kültürün karşılaştığı, karıştığı bir ortam oluşturur.

Gelenlerin yüklü oldukları turizm gereksinmesinin çeşidi, içeriği, yoğunluğu ve baskısı ile yerel topluluğun ve dolayısıyla turizm mekânının **BİLEŞİK SUNUM**'larında (turizm ürünü olarak) çeşitlilik ve içerik, karşılaşma ve karışma ortamına içerik ve özellik kazandırır. Çok yönlü bir etkileşim süreci böyle bir oluşumla başlar.

Bu çok yönlü etkileşimi belirli bir yönde kristalleştiren etmen, kabul eden merkezin toplumsal kültür düzeyidir. Çünkü akımı karşılamada ve kabullenmede bu kültürün başat işlevi vardır. Örneğin gelenlerle kabul edenin toplumsal kültür düzeyleri karşılaşması; bunları, anılan mekânda geçici bir süre için bile olsa birlikte tutamayacak kadar farklı ise, bu, karşılıklı **TEPKİ** dediğimiz bir tavrın doğmasına neden olur. Böyle bir tavır, değişik doğrultularda gelişebilir. Turizm açısından belirgin yönü; akımın geri dönmesi, ya da böyle bir mekâna yönelik akımın cılız kalması, büyümemesidir. Değerlendirme ise, anılan mekânın **PAZARLANAMAZ** sınıfına aktarılması sonucunu verir.

Böyle bir değerlendirmenin gerisinde kuşkusuz **TURİST KAMU OYU** vardır. Bir başka deyişle toplumsal kültür düzeyleri arasındaki farklılık, şiddetine göre, önce **ZITLAŞIM ALANLARI**'ni oluşturur. Bunlar, **TEPKİ** dediğimiz tavrın ortaya çıkmasını hazırlar. Mekândan ayrılışın **KAÇIŞ**'a dönüşümü, bir tepki göstergisidir. Turist kamu oyu, başlangıçtaki bu zıtlaşım alanları ile beslenir.

Böyle bir durumda hangi önemde ve değerde olursa olsun, doğal ve toplumsal varlıklarıyla herhangi bir yerin turizm mekânına dönüşmesi olanaksızdır.

III. TOPLUMSAL KÜLTÜR DÜZEYLERİ ARASINDAKİ FARKLI- LAŞIMDAN KAYNAKLANAN ZITLAŞIM ALANLARI

Bu başlık altında irdelemeği amaçladığımız konu şudur:

Toplumsal kültür'ün içeriği tüm öğeler mi; ya da başat nitelikte bazı öğeler mi **TURİST – TOPLUM İLİŞKİSİ**'nde belirleyici rol oynar?

Toplumsal kültür – turizm bağlamını insan yaşamına giren her alana yaymak yerine, belirli noktalarda kalarak irdelemekte yarar var. Bir başka deyişle dışardan gelenlerle ev sahibi topluluğun turizm yolu ile kurduğu ilişki, yaşamın her yönünü, her ayrıntısını içermez. Ancak çoğu dolaylı biçimde ortaya çıkar ve belli başlı alanları kapsar. Topluluk– turizm ilişkisi çoğunlukla bu alanlarda odaklaşır. Öte yandan genelde toplumsal kültür düzeylerinin bağdaşmazlığından kaynaklanan zıtlaşımın biçimlenişi, bu alanlarda oluşur. Aşağıda ele alınan konular, böyle bir çerçeveye indirgenmiştir.

A. KAMU YÖNETİMİ

Akımın, uğrak yerlerinde karşılaştığı zıtlaşım alanlarının başında, kamu yönetimi gelir. Ancak burada söz konusu olan, örgüt ve yöneticilerin olup olmaması değildir. Önemli olan toplumsal düzenin koruyucusu olarak etkenlik dereceleridir. Şöyle ki; kamu yönetiminin işlem ve eylemlerini yasalara⁽¹⁾ dayandırması temel

(1) Buradaki **YASA**'dan amacımız, evrensel hukuk ilkelerine zıt olmayan **YASA** 'lar anlamındadır.

ilke'dir. Ancak bu işlem ve eylemlerde yasaların önerdiği hedeflere yakın veya uzak kalışı, toplumsal kültür düzeyi belirler. Hedeflere uzak ya da yakın oluş, ya da onlardan sapma, kamu yönetiminin görev alanlarında takındığı davranış biçiminden belli olur.

Bu genelleme içinde turizmden kaynaklanan ilişkiler, kamu yönetiminde şu görev alanlarına girer:

(i) Can ve Mal güvenliği.

Gidilen yerde güvenlik içinde olabilme kanısı ve inancını kamu yönetiminin takındığı tavır verir. Yönetimin bu alandaki yeteneği ve etkinliği, turizm mekânına yönelik seyahat kararlarında birinci derecede rol oynar.

(ii) Trafik düzeni.

Kamu yönetiminin görev alanlarından birisi de, trafik düzenini kurmak ve buna işlerlik kazandırmaktır. Ulaştırmanın turizmde her alanda vazgeçilmez bir öge oluşu, turist akımını bu olgu ile özdeşleştirir. Mekâna egemen trafik düzeni ya da düzensizliği, akımın, amaçladığı geçici süre kalış hedefine ulaşmasını ya da ulaşmamasını belirler.

(iii) Sağlık.

Toplumsal kültür düzeyleri arasındaki zıtların alanlarından birisi sağlıktır. Geçici süre kalışın hastalanmadan sürdürülmesi ve sona erdirilmesi varış yerinin sağlık koşullarına bağlıdır. İçecek sudan her çeşit besin maddelerine ve konaklama yerindeki yaşam koşullarına kadar uzanan zincirin tüm halkaları, doğrudan sağlıkla ilgilidir. Kamu yönetiminin bu alandaki etkinlik derecesi, örgütlenme düzeyi ve uzmanlık yeteneği toplumsal kültüre bağımlıdır.

(iv) Pasaport – gümrük – kambiyo denetimi.

Kamu yönetiminin dış turizme doğrudan etkili görev alanı olarak takındığı tavır, pasaport, gümrük ve kambiyo denetimi konularında ortaya çıkar.

Öbürlerinde olduğu gibi, kamu örgütünün bu alandaki tavır, dolayısıyla yeteneği, toplumsal kültürden kaynaklanır. Sınır geçişlerinde turist akımına uygulanacak işlemlerin konusu, ayrımı, içeriği ve sonuç olarak birey üzerindeki tedirginlik ve pişmanlık derecesi, genelde toplumsal kültüre bağımlıdır.

Sınır geçişinde birey'in önce SANIK durumuna getirilerek denetime başlanması ile; denetimi, hemen hiç belli etmeden uygulama arasındaki yöntem farkı yine toplumsal kültürden kaynaklanır. Birinci halde akıma karşı takınılan olumsuz tavır, turizm mekânının pazarlanmasına NEGATİF ETMEN olarak girer.

A. O. İLEP
Eğitici

Aslında bunlar, kamu yönetiminin geleneksel ve tarihsel görevlerindedir. Haberleşme araçlarından yeterince yararlanma düzeyine ulaşamamış ve haber alma örgütlerini etkili bir düzeye getirememiş kamu yönetimleri, ülkeye yönelik siyasal nitelikte veya kaçakçılık biçimindeki yasa dışı eylemleri sadece sınır geçişlerinde ortaya çıkarmayı ve bu yolla engellemeyi yeğlerler. Böyle bir uygulama turizm amaçlı geçişlerde, yabancıların bir ön yargı ile sanık sandalyesine oturtulmasına yol açar. Bu durum, bireyin özgürlüklerini kısıtlayıcı alana girdiği için tedirginlikten öte zıtlaşım ve tepkiye neden olur. Yolcu beraberindeki eşyanın bavullar alt üst edilerek didiklenmesi, yanındaki parayı ulusal paraya veya başka para çeşitlerine çevirme yasakları vb. uygulama da belirgin zıtlaşım konuları olarak ülke için negatif değer alırlar.

B. BEĞENİ VE DEĞER YARGILARI

Toplulukların bu alandaki davranışlarını nitelendiren değişmez ve genel ölçütler yoktur. İkincisi bir başka yoldan giderek toplulukların dışı ne dereceye kadar açılmış olduklarını belirleyen göstergeler henüz bulunmuş değildir. O nedenle bu alandaki sorunlara dolaylı yoldan çözüm aranması yeğlenir. Bu dolaylı yol, toplulukların belirli konularda takındıkları tavırlara bakarak bir sonuç çıkarılmayı amaçlar. Kuşkusuz burada genel bir yaklaşım yerine daha dar bir alanda karşılaştırmalara elverişli ögeler saptanması gerekir.

Örneğin dış turizmde özellikle bunu bir ülke nüfusunun tümü olarak almak gerekir. Çünkü toplam nüfus farklı toplumsal değişim süreçlerini sürdüren ve bu nedenle farklı toplumsal kültür düzeylerine erişmiş topluluklardan oluşur. Böyle bir durumda ayrı ayrı her coğrafik mekânda yerleşmiş toplulukla, aynı mekâna geçici süre kalmak için gelmiş konuklar arasındaki ilişkiler farklı içerikte ve nitelikte ortaya çıkar. Bir başka deyişle ilişkilerin sonuçları farklıdır.

Yine turizme özgü ilişkiler, topluluk ögesini şu alanda da sınırlar:

Turist akımı, bir ülke nüfusunu, yer yer delerek yer yer de ona teget olarak aşar. Ulaşım sistemini oluşturan şebekelerin, turizm mekânına varış doğrultusundaki geçiş yerlerine göre, ev sahibi topluluğun yani akımı karşılayan ve kabul eden topluluğun konumu, iç – içe çemberler biçiminde görünür. En dıştaki çember üzerinde sınır kapıları ve transit geçitlerde kümelenmiş topluluklar vardır. Kuşkusuz, bu çizgideki toplulukların akım'la ilişkilerinin niteliği ve içeriği farklıdır ve aynı zamanda turizmin kaderi açısından önemlidir. En iç çemberde ise, turizm mekânında yerleşmiş topluluk vardır.

Yukarda belirttiğimiz gibi; en iç çemberde oluşan topluluklararası ilişkiler ise nitelik, kapsam, yoğunluk ve içerik açısından farklıdır.

Beğeni ve değer yargıları açısından, soruna yaklaşımın bu sınırlamalar içinde ele alınması gerekir. Yani akımın yolu üzerinde oluşan iç içe çemberlerin

belirlediği farklılığa göre ayrı bir sınırlama ve yaklaşımla sonuçların değerlendirilmesi mantıksaldır.

Son olarak beğeni ve değer yargılarını da içeriği açısından sınırlamak gerekir. Bu içerik, ev sahibi toplulukla dışardan gelenlerin yüklü olduğu beğeni ve değer yargılarından turizme özgü ilişkilerin ortaya çıkardıklarıdır. Bunlara, turizme özgü ilişkilerden kaynaklanan beğeni ve değer yargıları da diyebiliriz. Konuya ışık tutması bakımından bunların başlıcaları şöyle kümelendirebilir:

- (i) Yasalara uyum açısından topluluğun takındığı tavır. Özellikle yasaların yasakladığı alanlardaki davranış biçimi.
- (ii) Kadın—erkek ilişkilerine egemen değer yargıları.
- (iii) Hoşgörü alanları ve hoşgörü düzeyi. Özellikle din—dil—milliyetçilik konularında takınılan tavır—bağnazlık eğilimleri.
- (iv) Kör tutku konuları.
- (v) Yurddaş—devlet ilişkilerine egemen değer yargıları.
- (vi) İnsan—doğa ilişkilerine egemen değer yargıları.
- (vii) İnsan—hayvan ilişkilerine egemen değer yargıları.
- (viii) Siyasal iktidarın ve yasama organının kamu oyuna verdiği önem.
- (ix) Topluluğu sosyo—ekonomik bakımdan oluşturan sınıfların ilişkilerine egemen değer yargıları.
- (x) Kuşaklararası ilişkilere egemen değer yargıları.

Böylece iki ayrı topluluğun ya da konuklarla ev sahibi topluluğun beğeni ve değer yargıları arasındaki zıtlaşım nedeni olaylar, ilişkiler ve karşı davranışlar yorumlanabilir. Ve daha ileri giderek iki topluluk arasındaki beğeni ve değer yargıları arasındaki düzey farklılıkları saptanabilir.

Bu farkların saptanması iki ayrı yaklaşımla olanaklıdır. Daha doğrusu turizm ilişkisine girmiş topluluklardan biri, karşılayan ve kabul eden; öbürü; turist üreten olmak üzere iki kümeye ayrılarak bunların toplumsal kültür açısından yapıları turizme özgü ilişkileri açısından irdelenir. Böyle bir araştırmanın sonuçlarından şu yararlar sağlanır:

- (1) Bir ülke, kapılarını dış turizme açacaksa; daha önceden seçtiği turizm mekânındaki toplulukların yabancı kültürlerle ilişkilerindeki çakışma — zıtlaşım konularını bilir. Bu alandaki sorunlara bilinçle yaklaşım yöntemleri ve önlemleri, akılcı biçimde uygulama olanağı bulunur.
- (2) Turizm etiketli ilişkiler açısından öncelikli konaklama çeşitleri saptanır.
- (3) Turizm mekânındaki topluluğun, toplumsal kültür özelliklerine yakın pazarlar saptanır. Açılmada; bu pazarlar öncelik alır. Politika bu verilere göre saptanır.
- (4) Turist kamu oyunu izler. Bu alandaki bilgi yardımı ile dışardan gelen kültürler ölçütüne göre zıtlaşım alanları ve bunların turizm ilişkilerindeki yeri, önemi ve ağırlıkları saptanır.

Böylece mevsimlik tahminler gerçeklere yakın çıkar. Ülkenin turizmde nereye geldiği ve nereye gitmekte olduğu açıklığa kavuşur. Asıl önemlisi turizm pazarlarına katılma rastgelelikten çıkar. Politikalarda yanılıya düşülmez.

YEDİNCİ BÖLÜM :

TURİST AKIMINI TAŞIYAN VARLIK OLARAK ULAŞTIRMA SİSTEMİ

I. SİSTEMİN YAPISAL ÖZELLİĞİ

Herhangi bir mal veya hizmetin tüketime hazır bulundurulduğu mekân, tüketicilerin oturma yeridir.

Bu açıdan mal ve hizmetler, üretim yerleriyle herhangi bir bağımlılık kurulmadan tüketicilerinin oturma yerinde sunulurlar. Bunu olanaklaştıran taşıma hizmetidir.

Oysa turizmde insanlar taşınır. Yani turizme özgü mal ve hizmetlerin tüketicileri, oturma yerlerinden ayrılarak anılan mal ve hizmetlerin tüketime sunuldukları mekâna taşınırlar. Yerdeğiştirim bu çeşit bir devinimin adıdır ve amacıdır.

Görülüyor ki; turizmde mal ve hizmetlerin sunuldukları mekâna yönelik bir insan akımı vardır. Böyle bir akımın oluşması için taşıyıcı sistem gereklidir. İşte yerdeğiştirim dediğimiz olayı gerçekleştirdiği için buna **TURİST AKIMINI TAŞIYAN VARLIK** diyoruz. Bunun ekonomideki adı ulaştırma sistemidir.

Ulaştırma, ekonomide mekân faydası üreten bir sistemdir. Bunu, mekânlararası mal ve insan taşıyarak yapar.

Mekân faydası, coğrafik ıraklığın aşılması sonucu üretilir. İlk bakışta taşıtlar bunu sağlayıcı araçlar olarak belirir. Öbür yandan hangi çeşit olursa olsun taşıtların mekân faydası üretmeleri belirli bir sistem içinde oluşur. Buna ulaştırma sistemi diyoruz. Bu açıdan ulaştırma sistemi, mekânlararası insan devinimine olanak verdiği için, bütünü ile bir turizm varlığıdır. Şimdi bu sistemin yapısal özelliğini biraz daha yakından irdeleyelim.

Fiziksel bakımdan ulaştırma sistemi, alt ve üst olmak üzere iki ayrı ögeden oluşur. Altyapı, fizik mekâna bağlı, onunla bütünleşmiş ve bir bakıma onun jeomorfolojisi ile uyumlu bir ögedir. Özellikle bu uyumluluk demiryolu ve karayolunda somut biçimde ortaya çıkar. Anlaşıldığı gibi taşınmaz niteliktedirler.

Sistemin üst yapısını taşıma araçları oluşturur. Yük ve insan taşımaya elverişlilik açısından çeşitlenirler. Öte yandan asıl önemlisi biçimleri, bağımlı oldukları altyapılarının fiziksel özelliğine göre oluşur. Örneğin demiryolunda bir alt yapı olarak raylar, taşıma aracının VAGON BİÇİMİ'nde ortaya çıkmasını koşullandırır. Karayolunda ise üstyapı biçimlenişi, otomobil, otobüs kamyon vb. olarak ortaya çıkar.

Araçların taşıma kapasitelerini ve saat/km hızlarını sürtünme nedeniyle yine altyapının özelliği belirler.

Ulaştırma sisteminin, bir başka önemli ögesi KURUMSAL YAPI'sıdır. Bu yapı sistemin taşıma hizmeti üretmesini sağlar. Bir başka deyişle sistemin ekonomideki işlevi kurumsal yapısına dayanır. Bu açıdan üretim süreci, kurumsal yapı tarafından düzenlenir. Çünkü alt ve üst yapı olarak sistem oluşturan fiziksel öğelerin, kurumsal yapı olmadan üretim sürecine katılmaları olanaksızdır.

II. SİSTEMİ OLUŞTURAN ŞEBEKELER

Sistemin fiziksel varlık olarak ayrı ayrı alt yapılardan oluşması taşıma araçlarını farklı biçimlere dönüştürdüğü için bunlar, alt yapılarıyla birlikte farklı taşıma üniteleri olarak ortaya çıkarlar. Her ünite kendine özgü altyapısı taşıma araçları ve kurumlarıyla mekânlararası bir ulaşım ağı oluşturur. Buna ŞEBEKE diyoruz.

Teknolojinin çağımızda ulaştığı düzeye göre, ulaştırma sistemi şu dört şebekeden oluşur.

- Demiryolu şebekesi
- Denizyolu "
- Karayolu "
- Havayolu "

Ekonomi bir bütün olarak ele alındığında ulaştırma sistemi, şebekeleriyle bir BİLEŞKE GÖRÜNÜMÜndedir. Bu durum, şebekeleri, işlevlerinde birbirlerine bağımlı kılar. Ancak, birbirlerinin rakibi olma durumu da söz konusudur. Her iki bağlamda şebekelerarası ilişki başlıca şu özellikleri gösterir:

(1) Her şebeke kendi içinde bir bütündür. Bunun anlamı her şebekenin kendine özgü bir alt yapısı, taşıma araçlarından oluşan üst yapısı ve kurumsal yapısı vardır. Bu nedenle her şebeke, ayrı bir turizm varlığıdır.

(2) Her şebekenin taşıtları, kendine özgü altyapıya göre biçimlenmiştir. Bu nedenle, ikisi arasındaki ilişki organik niteliktedir.

(3) Taşıma işlevi, şebekelerin birbirlerini tamamlamalarıyla olanaklaşır. Şebekelerarası organik bağımlılık, bu nedenle ortaya çıkar.

(4) Sistem içinde şebekeler, aynı zamanda birbirlerinin rakibidirler. İki nokta arasındaki taşımaya birden fazla şebeke katılıyorsa, çekişme süreci oluşur. Böyle durumlarda şebekelerarası çekişme alanları, genellikle şunlardır: Fiat, kalış-variş zamanı, yolculuk süresi, yolculuk riski, şebekenin sağladığı rahatlık düzeyi.

Şebekelerden birinin yeğlenmesinde bu öncelikler ağırlık kazanır.

(5) Teknolojik gelişimden her şebeke doğrudan ve hızla yararlanır. Bu nedenle her şebeke sürekli bir yapısal değişim süreci içindedir. Şebekeler arası rekabetin bir nedeni de budur.

(7) Her şebekenin özgün yapısı, turizm deviniminin de özgün biçimlerde ortaya çıkmasına neden olur.

Şebekelerarası özdeş niteliklere değgin sürdürdüğümüz bu açıklamalar, bizi şu sonuca getiriyor:

Turizm mekânlararası insan deviniminden kaynaklandığına göre, böyle bir devinimi yüklenen ulaştırma sistemi, tablomuzda başat etmen olarak yer alır. Soruna bu açıdan yaklaşım, sistemi oluşturan şebekeleri, turizmdeki işlevleri açısından daha ayrıntılı irdelemeğe bizi zorluyor.

Şimdi bunu görelim.

III. DEMİRYOLU

A. TARİHSEL GELİŞİM

Demiryolunun yaklaşık 300 yıl geriye giden bir geçmişi var. Vagon önüne koşulan çekicinin (koşum hayvanı) kas gücünden daha fazla yararlanmak için zemine sürünmeyi enaz'a indirme deneylerine 1670 yılında İngiltere'de başlanmıştır. Yere döşenen kalas raylar üzerinde atla çekilen vagonlar, yaklaşık yüz yıl kadar taşıma hizmeti yapmışlardır. Demir rayların bunların yerini alması 1776 yılına rastlar.

Başlangıçta şehir içi taşıması için yararlanılan demiryolu, 1801 den sonra şehirlerarası ulaşımda kullanılır olmuştur. Demiryolu şebekesinin yayılmasında, bu değişim, önemli dönemeçlerden birisidir. Vagonların önüne at yerine lokomotif konulması ise, demiryolu işletmeciliğinde devrimsel değişime neden olmuştur. Şebekenin günümüzdeki boyutlarına ulaşmasında başat etmen budur.

Konuyu turizmin gelişimi açısından başlangıç yıllarına dönerek izlersek, belirli aşamaların şu tarih dönemeçlerine rastladığını saptarız.⁽¹⁾

(1) Travel and Tourism Encyclopaedia, Londra 1959, s. 32-38.

- (1) İki kent arasında ilk kez yolcu taşınması 1825 yılında gerçekleşmiştir. Bu tarihte demiryolu ile aşılacak en çok uzaklık 26 kilometredir.
- (2) 1840 yılında, yani 15 yıl sonra yine bu iki şehir arasında 3 günlük bir genel tatil (Paskalya tatili) boyunca demiryolu ile taşınan yolcu sayısı 15.000 dir.
- (3) Bir kentten öbürüne çok sayıda insanın kısa sürede taşınabilmesi, 1841 yılında toplu gezi programlarının düzenlenmesi girişimlerini de başlatmıştır.
- (4) 1844 yılında İngiltere'de demiryolu ile taşınan yolcu sayısının 23 milyon kişiye varması üzerine, şebekenin devletçe denetlenmesi gereği ortaya çıkmıştır. Bu gerekçe ile aynı yıl demiryolu taşınmasında yolcuların can güvenliği ve rahatlığı açısından işletmelerin yükümlülükleri ve denetimleri, özel yasa ile saptanmıştır.
- (5) On yıl sonra, yani 1854'de yine İngiltere'de şebekenin taşıdığı yolcu 79 milyon kişiye ulaşmıştır. O dönemdeki toplam nüfus sayısının sadece 18 milyon olduğu dikkate alınır, bir yılda taşınan yolcu sayısının ülke nüfus sayısının yaklaşık 4.4 katına ulaştığı sonucuna varılır.

Tarihsel gelişim çizgisi üzerindeki belli başlı bu beş dönemin turizm açısından değerlendirilmesi toplu taşımacılığın daha o dönemde ulaştığı boyutları belirlemesi açısından önemlidir. Bir mekândan öbürüne çok sayıda insanın, kısa sürede taşınabilmesi, bireysel turizmden kitle turizmine geçiş için gerekli koşulları hazırlamıştır.

Turizm alanındaki yapısal değişimlerin başlangıcı bundan kaynaklanır.

Demiryolunun bir başka etkisi, denizden uzak yerleşim merkezlerinde oturanları kıyılara bağlamasıdır. O zamana kadar limanlar arasında denizden yapılan taşıma, demiryolunun sisteme girmesiyle limandan içeriye ve içeriden limanlara yapılabilecek hale gelmiştir. Böylece iç bölgelerden kıyılara toplu taşıma bağlantısı kurulmuştur.

Demiryolu, bugün için saatte 250 km'ye ulaşan hızların elde edilebildiği teknolojik bir yapıya kavuşturulmuştur. Yeni projeler 450 km/saat hız üzerinden yapılmaktadır. Hiçbir karayolu ve denizyolu taşıtı (yarış pistleri hariç) sürekli olarak bu yüksek hızda gidebilir durumda değildir. Demiryolunun taşıma kapasitesi ile birlikte bu yüksek hız değerlendirildiğinde, rekabet koşulları açısından şebekenin öbürlerine kıyasla bir üstünlüğe sahip olduğu sonucuna varılır.

B. TURİZMİN GELİŞİMİNE ŞEBEKENİN ETKİSİ

Demiryolunun geçmişi, bu açıdan da turizmin gelişim tarihini yansıtır. Bir başka deyişle turizmin gelişiminde demiryolunun büyük payı vardır. Şimdi konuyu daha dar bir alana kaydırarak şebekenin turizmdeki yerini ve önemini yine belirli nirengileri izleyerek ortaya koymağa çalışalım.

1. Taşıma Kapasitesinin Elverişliliği Bakımından

Toprak zemin üzerindeki devinimin, RAY SİSTEMİ'ne aktarılışı, sürtünmeyi azalttığı için, lokomotif, 15–20 adet yolcu vagonunu birarada çekebilmektedir.

Ulaşım teknolojisi bakımından demiryolunun bu özelliği, turizme başlıca şu doğrultularda yansımıştır:

– Bir seferde 1200–1500 yolcu taşınabilmektedir. Böylece yerdeğiştirim, bireysel olmaktan çıkmış toplumsal nitelik kazanmıştır.

Bunun konumuzla ilgili yorumu, turizm amaçlı yerdeğiştirimin, kitle-selliğe dönüşmesi, yolcu treninin bir anlamda turist akımını somutlaştırmasıdır.

– Yolculuk giderleri azalmıştır. Bir yandan yüksek hacimdeki taşıma kapasitesi, öbür yandan demiryolu teknolojisinin enerjiden maksimum düzeyde yararlanma olanağı veren özelliği, yolculuk ücretini orta ve az gelir düzeyindeki toplulukların ödeme gücü içine sokmuştur. Böylece halkın büyük bir kesimi seyahate katılabilme olanağına kavuşarak turizm, toplumsal bir olguya dönüşmüştür.

– Mekânın turizm merkezine dönüşmesi sürecini başlatmıştır.

Durak yeri herhangi bir mekâna, bir katar dolusu yolcunun indirilmesi ya da inmesi, buradaki gereksinme boyutunu öncelikle konaklamaya yönelik olanlarını büyük hacimde genişletmiştir. Aynı noktaya seferlerin, sürekli ve düzenli biçimde ulaşması; belirli bir gereksinme düzlemi oluşturduğu için, anılan mekanda buna koşut uğraşların, iş dallarının, uzmanlık alanlarının, mesleklerin oluşumuna yol açmıştır.

İkincisi, demiryolunda sağlanan saat/km hızı, yolculukta geçen sürenin azalmasına ve buna karşın konaklama süresinin uzamasına neden olarak bu çeşit endüstrinin kârlarını yükseltmiştir. Öbür yandan kalış süresinin uzaması çevredeki çekim gücü taşıyıcılarını değerlendirmeğe yönelik uğraşı dallarının da doğmasına ve gelişmesine elverişli koşulları yaratmıştır.

Böylece; biri, konaklamağa öbürü boş zamanın değerlendirilmesine yönelik endüstriler gelişerek, varış yerlerinin birer turizm mekânına dönüştürülmesi sürecine girilmiştir.

Ancak burada vurgulanması gerekli husus şudur:

Demiryolu taşımacılığı, yukarda kısaca belirttiğimiz bu işlevini, kara ve hava yolu şebekelerinin henüz devreye girmediği ve kullanımlarının yaygınlaşmadığı bir dönemde yapmıştır.

Belirli tarih vermek gerekirse, bu dönemin İkinci Dünya Savaşı sonuna kadar sürdüğü söylenebilir. 1950'lerden bu yana öbür şebekelerin birer rakip olarak devreye girmesi, demiryolunun turizm üzerindeki bu etkisini azaltmıştır. Ancak fosil kökenli enerji kaynaklarının tükenme sürecine girmesi ve demiryolunun teknolojik bakımdan başka enerji türlerinden yararlanabilir (hidrolik ve nükleer enerji gibi) bir yapıya sahip olması, öbür yandan enerji tasarrufu önlemlerinde toplu taşımacılığa öncelik verilmesi ve özellikle karayolu şebekesinin yarattığı trafik keşmekeşinin çözümlenememesi, demiryolu taşımacılığını 70'li yıllardan bu yana yine ön plana çıkarmıştır. Daha önce belirttiğimiz saat/km hızı amaçlayan projeler, böyle bir gelişimden kaynaklanmış işlerdir.

2. Rahatlık Sağlayıcı Gereçlerle Donatma Elverişliliği Bakımından

Demiryolunun altyapısından kaynaklanan özellik önce VAGON biçimindeki geniş hacimli taşıyıcıların yapımına olanak vermiştir. Böylesine geniş bir hacim, bireylerin taşıt içinde dolaşabilmeleri; bir başka deyişle, kara ve uçak yolculuğunda olduğu gibi koltuklara yapışık kalmalarından doğan sıkıntıya düşmemelerine olanak vermiştir.

İkincisi; Lokomotifin 15–20 vagonu birlikte çekebilmesi, katarın çeşitli gereksinimleri karşılayarak vagonları içerir biçimde düzenlenmesi olanağını yaratmıştır. Örneğin katar, yemek salonu, oyun salonu, kitaplık ve yataklı vagonlar vb. eklenebilmiştir.

Üçüncüsü; vagon hacminin genişliği, rahatlık sağlayıcı araç ve gereçlerle donatım olanağını vermiştir.

Böylece gece–gündüz kesintisiz sürecek yolculuklarda ortaya çıkan beslenme ve geceleme gereksinimleriyle tek düze geçen boş zamanı değerlendirici olanaklar aynı katar içinde karşılanabilmektedir. Ya da 8–10 saat sürecek yolculuklarda, bu süreyi geceye rastlatarak, yolculara hem zamandan tasarruf olanağı vermekte; hem de yolculuğun gece yapılmasına karşın varış yerine dinlenmiş halde ulaşılmasını sağlamaktadır.

Bu üstünlüğü nedeniyle, 20. Yüz yılın ilk yarısında kuzey Amerikayı ve Sibiryayı doğudan batıya geçen, Londra'dan Bağdat'a ulaşan şebekeler yapılmıştır.

3. Uluslararası Taşımayı Bütünleştirilmesi Bakımından

Demiryolunun herçeşit iklim koşullarında jeo–morfolojik engebeleri aşmaya yapısal özelliğinin elverişli olması; yolculuk boyunca dış etkenlere karşın sağladığı güven ve rahatlık; gece –gündüz farkı olmaksızın ulaşımın kesilmemesi vb., özellikleri, günlerce süren yolculukları, kesintisiz olanaklaştırmıştır. Böyle bir yeterlik, şebekenin, dar sınırları aşarak ülkeler ve kıtalar arası ulaşım hizmetine girmesine; dolayısıyla de uluslararası kapsamda bütünleşmesine neden olmuştur.

Günümüzde turizm pazarlamasına 19. Yüzyıl'ın anısı olarak giren şöhretli **ŞARK EKSPRESİ – ORIENT EXPRESS** böyle bir oluşumun somut örneğidir.

Demiryolu şebekesinin çağımızda ulaştığı uluslararası bütünlük, uygulamaya başlıca şu alanlarda yansımıştır:

- Ray genişliği (Rusya hariç)
- Vagon hacmi–Donatım
- Trafik kuralları ve işaretleri
- Haberleşme şebekesi– ve sinyalizasyon
- Zamanlama
- Taşıma ücreti
- Örgütlenme

Demiryolu işletmeciliğinde sağlanan işbirliği pratikte, yolcunun kendi ülkesinde ulusal para cinsinden ödediği ücret karşılığında istediği ülkeye beklemeksizin geçebilmesini ve tarife ile uyumlu olarak varış yerine belirli gün ve saatte ulaşabilmesi olanağını vermiştir.

Bunun anlamı, şebekenin uluslararası ölçekte bütünleşmesi ve turist akımının kesintiye uğramadan akışının gerçekleştirilmesi demektir. Bu açıdan, coğrafik konumu nedeniyle karadan ulaşımı daha ekonomik olan toplu taşımada demiryolu uluslararası bir sistem olarak kendisini kabul ettirmiştir.

Örneğin, çağımızda orta ve kuzey Avrupa ülkelerinden Akdenize (İtalya, İspanya, ve Yugoslavya) ve Karadenize (Rumanya ve Bulgaristan) yönelik turist akımının taşınmasında demiryolu şebekesi büyük pay sahibidir.

4. Jeo–Morfolojik Engeleri Aşması ve Kötü Hava Koşullarında Taşımaya Elverişliliği Bakımından

Demiryolunun alt yapısı yani taşıyıcısı; vagonları, dik ve engebeli araziden ayırmaya veya tünellerden geçirerek düzlüklere ulaştırmaya elverişlidir. Bir başka deyişle arazinin durumuna göre altyapının ray yerine çelik halat ya da dişli olarak yapılabilmesi katarı, dişli tren veya teleferik biçimine sokarak öbür şebekelerin ulaşamayacağı engebeli aşır geçmesine olanak verir. Yine altyapının özelliğinden gelen tünel ise, jeo–morfolojik engelerin kestirmeden aşılmasını da sağlar. Birincisinde, yani teleferik ve dişli trenin turizm alanında kullanımı ile Dağ Turizmi, Kış Turizmi dediğimiz çeşitler doğmuştur. Özellikle kar plajlarının kayak ve kış sporlarına açılması ve çekim gücü taşıyıcılarına dayalı turizm merkezlerinin ortaya çıkışı böyle bir taşıma sistemiyle gerçekleştirilmiştir.

Örneğin ülkemizde de kışların ağır ve uzun geçtiği Ankara, Konya, Erzurum, Sivas, Kayseri vb. gibi kent'lerden Ege ve Akdenize yönelik akımın taşınmasında demiryolu öncelik alır.

5. Sosyal Politika Aracı Olarak Kullanılabilirliği Bakımından

Amerika Birleşik Devletleri dışında, hemen bütün ülkelerde demiryolu, bir devlet işletmesidir.

Bu niteliği, onu ekonomik ve sosyal politika alanlarında devletçe omuzlanılan yükümlülüklerle katılmaya elverişli bir statüye sokmaktadır. Örneğin üretim maliyetlerini düşürmek için demiryolu taşıma ücretlerinin düşük tutulması bir iktisadi politika gereği olarak saptanabilir. Buna benzer bir önlem, sosyal politika alanında da vardır. Yasal olarak, ücretle tatil hakkı olduğu halde gelir düzeyleri elvermediği için bunu turizm amaçlı bir seyahate dönüştürerek kullanamayan aileler için demiryolu, bir sosyal politika aracı olarak kullanılabilir. Şöyle ki; demiryolu taşıma ücretinde aile indirimleri uygulayarak seyahat giderlerinde ulaştırmanın payı azaltılabilir. Hiç değilse bu yol ile ailenin turizm amaçlı bir geziye çıkmasının gerektirdiği harcamaları, indirim oranında alım gücü sınırları içine sokulabilir. Böyle bir önlemin, işletme bakımından azımsanamayacak yararı, boş kapasiteye kullanım alanı açmasıdır.

Demiryolunun bir kamu işletmesi olmasının bu alandaki başka bir yararı ise, herhangi bir yörenin turizme açılmasında kullanılabilirliğidir:

Yöre, turizm kaynakları bakımından bir potansiyele sahipse, demiryolu turist gönderecek merkezlerle bağlantıyı kuran toplu taşıma aracı olarak devreye konulabilir. Üstelik engelleri nedeniyle böyle bir yöreye ulaşım, ancak demiryolu bağlantısı ile olanaklı ise, öncelik daha da güçlenir.

Böyle bir tablo içinde devletin taşıma ücretlerini istediği düzeyde tutabilmesi; yani indirimli tarife uygulayabilme yetkisine sahip oluşu, yörenin bir turizm mekânına dönüşmesini daha çabuklaştırır.

C. TURİZMLE ÇELİŞKİLİ YÖNLERİ

1. Mekâna Bağımlılık

Demiryolunun altyapıdan gelen mekâna bağımlılığı turizm kaynaklarından yararlanılmasını sınırlar. Örneğin raylar nereye kadar döşenmiş ise yolculuk oraya kadar sürer. İkincisi, bu noktaya varmak için, yine raylar nerelerden dolaşıyorsa belki de gereği olmadığı halde akım, bu yolu izlemek yani zaman kaybetmek zorunda kalır.

O halde bir yandan gidilecek yerin seçiminde bağımlılık yarattığı için, öbür yanda zaman kaybına neden olduğu için, akımın taşınmasında başka seçenekler aranır.

Aracın raya bağımlılığından gelen bir başka sınırlayıcı etmen ZAMANLAMA'dır. Buna TREN TARİFESİ'si diyoruz. Şebekede trafik akışını sağlamak için

katarların kalkış–varış günleri, ara istasyonlarda bekleyiş süreleri rayın kullanımına bağımlı olarak saptanır. Böyle bir bağımlılık herhangi bir yöreye haftada üç gün sefer varsa, seyahatin bununla sınırlı olarak planlanmasını gerektirir. Bu durum, özellikle turizm pazarlaması bakımından sakıncalar yaratır.

Çünkü pazarlama yöntemi gereği oluşturulan turist kümelerinin, örneğin 15 gün ara ile değiştirilmesi zorunlu ise, tren tarifesinin söz konusu zaman aralıklarıyla eşleşmemesi halinde böyle bir yöntem uygulanamaz.

Olağanüstü çekim yöreleri için kullanılan dişli tren ve teleferikle taşımayı bir tarafa bırakırsak, demiryolunun aşabileceği engeller, karayoluna kıyasla oldukça sınırlıdır ya da olanaklı olsa bile, ekonomik sınırları aşan yatırımları zorunlu kılar. Bu durum, demiryolu ile gidilebilecek yöreleri sınırlayıcı negatif bir etmen olarak belirir.

2. Iraklık'dan Gelen Sınırlama—Şebekelerarası Rekabet

Başka koşulları dikkate almaksızın seyahat için herhangi bir ulaşım yolunu tercih edileteki ölçüt, yolculuğun zaman cinsinden alacağı süre ile bunun seyahat için ayrılan zamana oranıdır. Ulaşım yolundan kastedilen öbür şebekeler, yani karayolu, demiryolu, hava ve denizyolu'dur. "Seyahate ayrılan zaman" ise, başlıca iki kaynağa dayalı olarak oluşan bir ögedir:

Bunlardan birisi, yıllık tatil, hafta sonu ve bayram tatilleri gibi nedenlerle ortaya çıkan boş zaman'ın kendisidir. Öbürü ise görev ve temsil gibi nedenlerle birey'in işi ve uğraşısı gereği seyahati için gerekli zamandır. Buradaki zaman, seyahate neden olan işin özelliğinden kaynaklanır. Her iki durumda da yararlanılabilir. Ulaşım yollarından birini tercih, seyahat için ayrılan zamana göre saptanır. Bu alandaki eğilim araştırmaları, turizm amaçlı seyahatlerde 500 ilâ 1000 km. arasındaki iraklıklar için yolda geçen süre bakımından demiryolunun tercih edildiğini kanıtlıyor. Bu durumda 500 km. den daha yakın iraklıklar için demiryolunun rakibi karayolu, 1000 km. yi aşan yerler için ise hava yoludur.

Bu açıdan IRAKLIK, demiryolundan yararlanabilirliğe sınırlayıcı bir etmen olarak tabloya girer. Orta ve Kuzey Avrupa ülkelerinden İspanya İtalya ve Yugoslavya ya yönelik turist akımının taşınmasından şebekelerin aldığı paylar yukarıda belirttiğimiz iraklık etmenine göre oluşurlar.

Öbür yandan dar alanlar demiryolundan yararlanmayı genellikle sınırlar. Örneğin tren yolculuğunun son bulduğu yerden turizm mekânına veya konaklama tesisine veya çeşitli çekim merkezlerine ulaşabilmek için yerine göre, kara ve deniz yolu taşıtlarından yararlanılması zorunlu hale gelir. Özellikle karayolu taşıtları böyle durumlarda devreye girer ve treni, kullanım dışı bırakır.

IV. DENİZYOLU

A. TARİHSEL GELİŞİM

Suyun kaldırıcı gücünden taşımacılıkta yararlanılmasına insanlık tarihinin hangi döneminde başladığını kesin kes saptamak olanaksız. Ağaç kütüğünün yüzdürülmesinden, teknelere ne zaman geçildiği de henüz bilinmiyor. Bir varsayıma göre, Dicle, Fırat ve Nil gibi büyük akarsuların kıyılarında yaşamlarını sürdüren topluluklar, bu sulardan taşımacılıkta yararlanmışlardır. Bu alanda bilinen ise İ.Ö. Sekizinci Yüzyılda taşımacılığın Akdeniz'e kaydığıdır.

Taşıtı, deniz'e dayanıklı özellikte yapmak zorunluluğu bir yandan ağaç kütüğünden oyma kayıkların terkedilmesine neden olmuş, öbür yandan da tekne yapımı teknolojisi değişime uğramıştır. Böylece daha geniş hacimde ve bu nedenle de taşıma kapasitesi yüksek bir deniz taşıtı çeşidine geçilmiştir. Bir başka deyişle nehir ve göl sularındaki taşımacılıkta kullanılan teknelerle deniz tekneleri iki ayrı çeşit olarak özgün yapımlarını oluşturmuşlardır.

Bu değişim, öbür taşıma çeşitlerinden yüzyıllarca önce denizyolu ile okyanuslar ötesi kıyılara insan oğlunun ulaşmasına olanak vermiştir. Ancak uzun geçmişine kıyasla, deniz ulaşım araçlarının kontrol altına alınmış enerji kaynaklarından yararlanılarak işletilmesine geçiş, çok yenidir. Deniz ulaşımında devrim sayılan bu olay, 1807 yılında Robert Fulton'un buhar gücü ile hareket eden gemiyi yapması ile gerçekleşmiştir. Bu başlangıcı izleyen yıllarda; hem gemi teknolojisinde hızlı bir değişim; hem de deniz ulaşımında öbür enerji kaynaklarından yararlanma sürecine girilmiştir. Örneğin; teknenin iki yanına yerleştirilen çarkların yerine, 1829 yılında ilk kez pervane kullanılması gemi teknolojisindeki önemli aşamalardan bir başkası olarak vurgulanır. Gemi teknolojisinde gerçekleştirilen bu iki önemli değişim ile açık deniz gemiciliği, bir macera olmaktan çıkmış; düzenli ve olağan bir taşımacılığa dönüşmüştür. Öbür yandan, deniz ulaşım araçlarında devrim gücünü sağlayan kaynak olarak odun-kömür yerine akaryakıt ve nükleer enerji kullanılabilmesi, araçları hem hacim ve hız olarak çok geniş kapsamlı bir değişime uğratmış; hem de kullanım amaçlarını çok yönlü olarak çeşitlendirmiştir. Böylece irili ufaklı değişik hız ve hacimde olmak üzere çok çeşitli taşıtlar deniz ulaşım şebekesine girmiştir.

Burada, öbür şebekelerde rastlamadığımız önemli bir farka değinmemiz gerekli: Şöyle ki; deniz taşıtları, insanlık hizmetine öbür şebekelerden hem binlerce yıl önce girmesine, hem de ulaşım teknolojisi devriminin ilk kez bu kesimden başlamasına karşın, hala suyun akıntısı, rüzgar gücü ve insanın fizik gücü ile yürütülen araçlar varlıklarını ve işlevlerini sürdürmektedirler. Oysa öbür ulaşım çeşitlerinde bir değişim, öncekinin işlevine son vermiştir. Bu denli köklü değişimlere karşın, deniz ulaşım alanında ilkel taşıtların yaşamlarını sürdürmesi, su varlığının özelliğinden ve onun karalarla organik ilişkisinden kaynaklanır. Öte yandan böyle bir özellik, turizm için önemli bir nitelik olarak değer taşır.

B. TURİZM VARLIĞI OLARAK DEĞERLENDİRME

1. Yüksek Tonajın Sağladığı Boyutlar Açısından

a. Taşıtın turizm mekânına dönüştürülebilirliği

Konuyu önce, deniz taşıtında sağlanan **MAKSİMUM BOYUT**'un sunduğu olanaklar açısından ele alacağız. Biliyoruz ki; suyun kaldırıcı gücü ile doğru orantılı olarak taşıt hacmi genişletilebilir. Bu bir fizik kuralıdır. Böyle bir kuralın sadece bu alanda geçerliliği, denizyolu şebekesine öbür şebekelerle kıyaslanamayacak üstünlük verir. Taşıtı, hacimsel bakımdan genişletebilme olanağı, gezer bir turizm mekânı oluşturabilme yolunu açmıştır. Öbür şebekeler böyle bir hacim yaratılmadığı için, taşıtların bu amaçla kullanımı olanaksızdır.

Buradan çıkaracağımız sonuç şudur:

Hacimsel boyutları bakımından iç mimari uygulamalarına fırsat veren deniz taşıtının yerdeğiştirme gereksinmelerini karşılar duruma getirilmesi; onu, başka varlıklardan bağımsız bir turizm varlığına dönüştürmüştür. Bir başka deyişle turizm varlığını oluşturan dört başat öge; deniz taşıtında bütünleşmiş ve bağımsız niteliklerini yitirmişlerdir. Artık bir zinciri oluşturan halkalar yerine bunları birlikte sunan bir taşıt vardır ortada.

Geminin çekim gücü içeren bağımsız bir varlık olarak donatılabilmesi; onu yerdeğiştirmeye neden gereksinmeleri karşılayıcı olanak ve düzenlemeleri içerir bir işletme düzeyine getirmiştir. Yani böyle bir geminin kendisi başka varlıklardan bağımsız bir turizm mekânıdır artık.

Yukarda sözünü ettiğimiz **MAKSİMUM BOYUT**'un, taşıtı, hangi ölçüde bir turizm mekânına dönüştürdüğünü bir yolcu gemisine (**FRANCE**) sığdırılan bölüntü çeşitlerini irdeleyerek somutlaştıralım ⁽¹⁾: Geminin bölüntülerini, turizm gereksinmesi ölçütüne vurduğumuzda, şu olanaklarla yüklü gezer bir turizm mekânının oluştuğunu saptıyoruz:

(1) *KONAKLAMA GEREKSİNİMİNİ KARŞILAYICI DÜZENLEME*

Konaklamanın barınma ve beslenme gereksinmesini ortaya çıkardığını biliyoruz. Bu ayırımı uyarsak gemideki iç düzenleme şu bölüntüleri içeriyor:

(a) *Barınma ve rahatlık sağlayıcı bölüntü*

Bunlar yolcu gemisinde şu biçimlerde yer alıyor:

- Kamaralar
- Daireler

(1) Meydan Larousse, Cilt 5, s. 80—81.

(b) Beslenme gereksinmesini karşılayıcı bölüntü

Bu çeşit gereksinme için şu ayırım var:

- Yemek Salonu
- Sigara Salonu

c) Günlük yaşamla ilgili gereksinmeleri karşılayıcı bölüntüler

Oturma yerinden ayrılışla durmayan bir başka gereksinmeler kümesi günlük yaşamla ilgili olanlardır. Yolcu gemisinde bunlar şu başlıklar altındaki düzenlemelerle karşılanıyor:

- Doktor–Muayene Kamarası
- Ameliyathane ve röntgen–radyoloji Dairesi
- Doğum Kamarası
- Revir
- Nöbetçi hemşire Kamarası
- Mabet
- Satış Mağazası

Görüliyor ki; bunların bazıları, günlük yaşamda ortaya çıkabilecek olasılıkları karşılamayı amaçlarken öbürü, birey için süreklilik gösteren ibadet gibi gereksinmelere yöneliktir.

(2) DİNLENCE GEREKSİNMESİNİ KARŞILAYANLAR

Turizm amaçlı yerdeğişiririlerin kaynaklandığı bu çeşit gereksinmeler, gemideki şu bölüntüler aracılığı ile karşılanıyor:

- Yüzme havuzu ve güneşleme pisti
- Bowling, tenis, basketbol–spor salonu
- Çocuk oyun salonu
- Oyun salonu
- Dans salonu–Gazino
- Bar–Kabere

Böylece, dinlenme ve tatil gereksinmesi kapsamına giren belirli alanlardaki düzenlemeleriyle gemi, çekim gücü taşıyan bir mekâna dönüştürülmüştür.

Bir başka açıdan böyle bir gemi, ileri düzeyde örgütlenmiş bir kasaba ile de kıyaslanabilir. Tüm bu olanaklar, uzunluğu 315 metre, genişliği 34 metre'lik bir düzeye 26 kat halinde yerleştirilmiştir. Gezen bu yerleşim alanında çalışanların sayısı 1144'tür.

Bu boyutlar içinde üretilen hizmet, 2254 yolcunun gereksinmelerini karşılamaktadır. Kuşkusuz buna, geminin bir taşıt olarak gereksinmeleri de girer. To-

parlarsak, personeliyle birlikte gemi, 3600 kişiyi barındıran bir turizm mekânıdır. Ancak, gereksinmelerin üst düzeyde oluşumu ve buna koşut kaynak ayrılması gerçeği; görece olarak gereksinmeleri karşılanan kasaba standardına göre bu sayı bir kaç kat daha fazla olmalıdır. Örneğin geminin yıllık enerji tüketimi, 80.000 nüfuslu bir kent'in enerji tüketimi düzeyindedir.(2)

Deniz taşıtının bir turizm mekânına dönüştürülebilmesi gerçeği karşısında; toplam seyahat süresi içinde aldığı paya göre şebekelerden herhangi birinin seçiminde yolculuk süresinin belirleyici işlevi, önemini yitirmektedir. Çünkü, geminin turizm mekânına dönüşmesi ile toplam seyahat süresi ile yolculuk süresi eşleşmektedir.

Yukardan beri irdeleyegeldiğimiz tüm bu oluşumun adı **GEMİ TURİZMİ**'dir.

b. Kaynak aktarma aracına dönüştürülmesi

Yüksek tonajlı gemi yapımı başlangıçta açık denizlerde yolcu taşıma gereksinmesinden doğmuştur. Okyanuslar ötesi yolculukların haftalarca sürmesi, öte yandan bu zamanın kesintisiz biçimde açık denizde geçmesi, konaklama bölüntüleri yanında boş zaman doldurucu bölüntülerin de eklenmesini zorunlu kılmış ve deniz ulaşımında **YÜZER TURİZM MEKANI** dönemi başlamıştır.

Ancak, 1950'lerden sonra ulaşım sistemine havayolunun etkin biçimde girmesi ve okyanuslararası taşımacılıkta denizyolunun giderek önemini yitirmesi; bu nitelikteki yolcu gemilerinin açık deniz yerine Akdeniz gibi iç denizlerde sefere konmasına neden olmuştur. Böyle bir geçiş, bu taşıtların işlevini de değiştirmiştir kuşkusuz. Şöyle ki; salt yolcu taşımacı yerine, turizm gereksinmesini karşılamak işlevi öncelik almıştır. İşlevsel nitelikteki bu değişim, iç denizleri birer **TURİZM GÖLÜ**'ne dönüştürmüştür. Akdeniz gibi.

Öte yandan nerdeyse bir kasaba nüfusunu barındıran bu gemiler, limanlara sadece yolcu indiren değil; yüksek alım gücü yükünü aktarıcı bir araç olarak varmışlardır. Önce geminin bir taşıt olarak gereksinmelerini, yanaştığı limandan sağlaması; parasal bir kaynak olarak yerel topluluk ekonomisine girmiştir. Öte yandan seyahat, turizm amaçlı olduğu için oturma yerinde karşılanamayan gereksinmelerden bir bölümü liman kentinde alım gücüne dönüşmüştür. Her iki gereksinmeden kaynaklanan parasal akım, liman kenti ekonomisi için bir dış kaynaktır ve böyle bir süreçte yolcu gemisi kaynak aktarma aracı olmuştur. Ülkemizde bunun somut örneği Kuşadası'dır. Kasabadaki iş-güç yerleri ve çeşitleri kasabalının gereksinme paketi ile hiç ilişkili olmayan düzeye çıkmasının başlıca nedeni, günöbirlikçi gemiler yoluyla kasabaya aktarılan alım gücüdür. Şurasını hemen vurgulayalım ki; bu düzey kasabalının değil, gemi yolcusunun istemiyle bağımlıdır.

(2) Milliyet, 24 Şubat 1974.

Öte yandan liman kentine aktarılan gelirin hacmi, kentin iş-güç ve uğ-raşı alanındaki örgütlenme ve mesleklerin uzmanlık düzeyi ile orantılıdır. Böyle bir oluşum ise, kentin toplumsal kültürü ile bağımlıdır.

Biliyoruz ki; ulaşım alanındaki teknolojik devrimden kaynaklanan değişim ve gelişmeler, taşımacılığı bir yandan daha hızlı araçlara kaydırırken, öbür yandan gelişimin gerisinde kalanları kullanım dışı bırakmıştır. Ancak bu alandaki değişim, su üstü taşıtlara daha farklı doğrultularda yansımıştır:

2. Küçük Teknelerin Boyutları Açısından

Yukarda da değindiğimiz gibi çok hızlı gidenin yanında "az hızlı" giden saf dışı kalmamış; teknolojik devrim öncesi dönemlere özgü taşıtlar (kayık, yelkenli vb. gibi) da varlıklarını korumuşlardır. Bunlardan, hızı ne olursa olsun küçük tekneler, kıyı-deniz ilişkisini bütünleştiren işlevleriyle mekânın-yörenin çekim gücü taşıyan varlıklarını değerlendirmede kullanılır olmuşlardır.

Böyle bir oluşum, su üstü taşıtının MİKRO BOYUT'lu işlevi olarak turizm sektörünün ikincil üst yapı kurumunda yer alır.(3)

Mikro boyutlu taşıt'ın DENİZ-KIYI ilişkisini bütünleştirici işlevi başlıca şu alanlarda ortaya çıkar.

a. Kıyı çizgisine kadar yaşanabilirlik

Kıyı çizgisi, deniz, göl ve nehirlerde, herhangi bir anda suyun kara parçasına değdiği noktaların birleşmesinden oluşan ve meteorolojik olaylara göre değişen DOĞAL ÇİZGİ'dir.

Taşıtlar, mikro boyutta ise, yukarda tanıdığımız bu doğal çizgiye kadar yaşanabilmekte; bir başka deyişle su yüzeyinin kara parçası ile oluşturduğu çizgide, bağlantı kurulabilmektedir. Ancak böyle bir teknenin kurduğu bu bağlantı, genelde ulaşımın, düzenli ve kesintisiz sürdürüldüğü anlamında yorumlanmamalıdır.

Turizm açısından bu, dinlenme kapsamında kalan bir işlemdir. Gemi, özgün bölünme ve donatılarıyla bir turizm mekânına nasıl dönüşüyorsa, mikro boyut'taki tekne de kıyının jeo-ekonomik özelliklerini ortaya çıkararak daha doğrusu akımı bu noktalara ulaştırarak KIYI TURİZMİ dediğimiz bir türün oluşmasına kaynaklık eder.

b. Başka yola kapalı mekânlara ulaşılabilirlik

Karadan kıyıya ulaşım için her zaman olanak yoktur. Yolu yapılmamış olabilir veya engebeler, yol yapımını ya olanaksızlaştırır ya da yapım maliyeti,

(3) Bu konuya TURİZM SEKTÖRÜ bölümünde değineceğiz.

böyle bir girişimi engelleyecek kadar yükseltir. Bu durumda jeo—ekonomik varlıklarıyla akımı çekebilecek özelliklere sahip bir kıyı kesimi devre dışı kalır. Oysa böyle bir kesintiyi çoğu kez küçük tekneler açar.

Örneğin Erdek, akımı çeken bir turizm mekânı olduğu kadar, bu küçük tekneler aracılığı ile de yoğun turist kümelerini günü birliğine kıyılara — adalara dağıtan bir aktarma merkezidir bu bağlamda.

Bunun gibi, bir sahil şeridi üzerinde birbirinden kopuk, yani karayolu bağlantısı olmayan koylar—kumsallar arasındaki bağlantıyı yine küçük tekneler sağlar. Bu yolla ulaşılan noktadan, iç kesimlerdeki jeo—ekonomik varlıkların (orman, hidromineral kaynak, peysaj gibi) ortaya çıkarılması da olanaklaşır.

Kıyı Turizmin'de mikro boyutlardaki taşıtların önemli işlevlerinden biri, yerdeğiştirmeye neden gereksinmelerin karşılanmasına doğrudan katılmasıdır. Şöyle ki; sahip oldukları boş zamanı kıyı olanaklarını hesaba katarak geçirmeyi amaçlayanlar, bu hedeflerine ulaşabilmek için bu çeşit taşıtlardan yararlanmak zorundadırlar. Burada taşıtın kendisi sözünü ettiğimiz kıyı olanakları arasında yer alır. Böyle bir durum özellikle kürek çekme, yelken, balık avı, bazı su sporları gibi boş zamanı geçirmeye yönelik çabalarda ortaya çıkar. Nihayet su kesimleri çok yüksek olduğu için sığ sulara yaklaşamayan büyük tonajlı yolcu gemilerinin iç denizlerde turizm amacıyla kullanımında küçük tekneler kıyı ve kara parçası bağlantısını kurarak bu açıdan da bütünleşmeyi sağlamaktadırlar.

Bütün bunlar dışında kıyı—deniz bütünleşmesini en etkili biçimde gerçekleştiren araç, YAT'dır. Yüzlerce adanın serpiştirilmiş halde bulunduğu iç denizlerde, fiyordlarda ve dantel biçimi kıyılarda YAT, hem denizden ve kıyıdan, hem de iç kesimlerdeki olanaklardan yararlanmayı sağlar. Aracın bu etkinliği, YAT TURİZMİ dediğimiz bir çeşidin gelişmesine neden olmuştur. Ülke ekonomisine de olumlu katkıları olduğu için YAT TURİZMİ aynı zamanda kamusal teşvik görür.

Özetlersek; mikro boyutlarıyla bu araçlar hem karadan hem denizden, hem de kıyı—deniz bütünleşmesinin yarattığı olanaklardan yararlanmayı önce sağlamakta; sonra genişletmekte yaymakta ve nihayet çeşitlendirmektedir. Herhangi bir yörenin turizm mekânına dönüşmesinde veya yeni yeni çekim güçlerine kavuşmasında ve dolayısıyla turizm varlığı bakımından zenginleşmesinde söz konusu araçların yerine göre yadsınamaz payı vardır ya da böyle bir gelişim, sadece bunların işlevine bağlıdır.

C. TURİZMLE ÇELİŞKİLİ YÖNLERİ

1. Bağımlılık

Su üstü taşıtının bağımlılık açısından turizmle çelişkili yönleri başlıca şu noktalarda ortaya çıkar:

Birincisi, hava olaylarının getirdiği bağımlılıktır. Taşıttan, önce bir ulaşım aracı olarak yararlanabilmeyi meteorolojik koşullar belirler. Özellikle denizlerde şiddetli fırtınalar, taşıtın seyrini engeller. Sefere çıkmış ise, yolculuğu tehlikeli hale sokar; limana yanaşmayı yolcuların inmesini engeller. Taşıtı bir turizm mekânına dönüştürerek yararlanmada da yine meteorolojik koşullar, belirleyicidir. Çünkü dalgalı, fırtınalı bir deniz ve yağışlı kapalı bir hava, geminin bir turizm mekânı olarak taşıdığı özelliklerden yeterince yararlanmayı engellediği gibi; deniz-kıyı ilişkisinden kaynaklanan olanakları da daraltır ve özellikle fırtınalı hava böyle bir ilişkiye fırsat vermez. Bu nedenle, gemi turizmi, yaz mevsiminin egemen olduğu zamanlarda ve coğrafik bölgelerde düzenlenir.

Mikro boyutlardaki araçlar için meteorolojik olaylar daha etkilidir. Özellikle denizlerde fırtınalı hava, tekne üzerindeki egemenliğin yitirilmesine neden olur. Sonuç can kaybına kadar gider. Bu açıdan mikro boyutlardaki teknelerin kıyı ile denizi bütünleştirici işlevleri doğrudan meteorolojik koşullara bağımlıdır. Kötü havanın egemen olduğu mekânda, mikro boyutlardaki teknelerin bütünleştirici işlevi ortadan kalkar. Bu nedenle böyle bir bütünleşmeden beklenen yararlar, sadece **YAZ TURİZMİ**'ne özgüdürler.

İkinci çeşit bağımlılık, öbür ulaşım şebekelerinden birlikte yararlanma koşulu içinde ortaya çıkar. Akımı taşımak için öbür şebekelerin devreye girmesi gerekli olduğu halde böyle bir bağlantı, herhangi bir nedenle kopuksa veya kurulmamışsa ne makro ne de mikro boyutlardaki araçlar, bu alandaki işlevlerini yerine getiremezler.

Örneğin belirli bir mekânda kıyı turizmi yapabilmek için akımın merkezlerden taşınması için hava veya karayolu bağlantısı herhangi bir nedenle kopuk ise deniz ulaşım araçlarının ve teknelerinin bu alandaki işlevi gerçekleşmez.

2. İraklıktan Gelen Sınırlama

Turizm bakımından önemli dar boğazlardan biri **HIZ** sorunu'nda yatar. Son teknolojik gelişmeler, araçların, eskiye oranla daha yüksek hız elde etmelerini sağlamış olmakla birlikte bu, deniz otobüsü, deniz motoru gibi mikro boyuttaki teknelerden öteye geçememiş; yüksek tonajlı yolcu gemilerine yansımamıştır. Gemi ile yolda geçen sürenin, seyahat için ayrılan zaman içinde büyük pay alması özellikle kıt'alar arası yolculukların hava yolu şebekesine kaymasına neden olmuş ve yukarıda da değindiğimiz gibi, transatlantiklerin bu alandaki işlevlerini yitirmesi gibi bir değişime neden olmuştur.

Yukarıda değindiğimiz gibi bu durum aslında, okyanuslar arası sefer yapmaları için üretilen büyük tonajlı yolcu gemilerinin iç denizlerde kullanımına yol açmış ve tatili gemi yolculuğu ile bütünleştiren bir turizm çeşidi (Gemi Turizm) ortaya çıkarmıştır.

Bunun dışında dinlencesini gemide değil de belirli bir mekân'da geçirmeğe kararlı olanlar için, yolculuk süresinin uzunluğu bu taşıt aracına yönelik istemi sınırlayıcı bir etmen olarak tabloya girer.

V. KARAYOLU

A. TARİHSEL GELİŞİM

Hayvanın adale gücünden yararlanılarak aracın çektilmesi olayını bu alandaki başlangıç noktası olarak kabullenebiliriz. Ancak bunu belirli bir tarih olarak saptamak olanaksız. Daha yakın dönemlere geldiğimizde Romalı'ların düzenli bir karayolu şebekesi kurduklarını belgeler kanıtıyorlar. Büyük bir kara imparatorluğu olarak gelişen Roma'nın işgal ettiği topraklar üzerindeki siyasal egemenliğini karayolu şebekesi sayesinde sürdürdüğünü biliyoruz.

Roma'nın siyasal amaçlarını gerçekleştirmede önemli bir işlevi olan bu şebeke öte yandan topluluğun seyahat isteğini de kamçılamiş ve karşılamıştır:

Örneğin yol boyu belirli aralıklarla kurulan konaklama mahalleri, yolculukla ilgili çeşitli gereksinmelerin giderilmesine yaradığı gibi; at değiştirerek günde 150 Km. kadar yol almayı da olanaklaştırmıştır.(4) Böyle bir düzenleme, imparatorluğun geniş sınırları içindeki tapınaklara, ilginç yörelere, gösterilere ve şifalı sulara kısacası çekim merkezlerine yönelik seyahatleri de kamçılamiş ve yaymıştır.

Öte yandan bu çeşit seyahatlerin, elverişli hava koşullarında yapılabilirliği, söz konusu alanlara yönelik akımın, yılın belirli bir döneminde ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu oluşum, turizmde ve dolayısıyla toplumsal yaşamda **SEYAHAT MEVSİMİ** dediğimiz kavramı yerleştirmiştir.(5)

Karayolu şebekesiyle ilgili bir başka tarihsel gelişime Büyük Britanya Adaları'nda rastlıyoruz.(6)

Karayolu ulaşımında kaba çizgileriyle değindiğimiz değişimler, kontrol altına alınmış enerji kaynaklarının teknolojik alanda uygulanmaya konulmasından önceki döneme aittir. Gerçekten taşıtlar, adale gücü ile çekildiği için, böyle bir teknolojinin etki alanı; gerek seyahat hacmi, gerek ulaşılan iraklıklar bakımından sınırlı kalmıştır. Bu açıdan karayolu ulaşımındaki evrim, hayvan yerine **MOTOR** kullanımı ile yerini devrime bırakmıştır. Böylece atlı arabalar yerine, **MOTORLU TAŞIT**'lar (**MOTOR CAR**) dönemine geçilmiştir. Kökünde sanayileşmeden kaynaklanan bu devrim çok yönlü bir etkileşim sonucu, araç üretimine de yansarak üretimin artışı koşutunda araç sayısında da hızlı bir çoğalmaya neden olmuştur.

(4) A Short History, Travel and Tourism Encyclopaedia, London, 1959, s. 29.

(5) a.g.e., s. 29.

(6) a.g.e., s. 32.

Bu gelişim, rakamların ışığında şöyle ortaya çıkıyor:(7)

Örneğin İngiltere'de 1906 yılındaki otomobil sayısı 8465 den, 1914 yılında 130.000 ne ulaşmıştır. Kat sayı olarak belirlerseniz, sekiz yıl içindeki artış yaklaşık 15 kat'tır. Bu tarihi izleyen 15 yıl sonra (1930) ise sayı bir milyonun üstüne çıkmıştır. Bu denli hızlı sayısal artışın kökeninde ise 1929 Dünya Ekonomik bunalımı yatar:

Şöyle ki; bir yandan işsizliğe çare, öbür yandan kaynakları harekete geçirici bir alan olarak seçilen otomobil sanayii, kamusal teşviklerin desteğinde yoğun üretime geçirilmiştir. Örneğin, Almanya'da işsizliğe çare olarak uygulanan bu yöntem, VOLKSWAGEN (aile arabası) HER AİLEYE BİR ARABA sloganı ile yürürlüğe konmuştur. Öbür yandan yine istihdam alanını kamu harcamaları yolu ile genişletmek için özellikle karayolu yapımına hız verilmiştir.

Böylece yığınsal üretim, ailelerin birer otomobil sahibi olmalarını sağlamış öbür yandan kamu harcamalarının kara yolu yapımına yönelmesi, şebekenin hızla genişlemesine neden olmuştur. Bu iki etmen gerek kuzey Amerika'da gerekse İngiltere ve Avrupa'da OTO TURİZMİ dediğimiz yeni bir turizm çeşidi doğurmuştur. Aile'nin kendi otosuyla seyahati anlamına gelen bu turizm çeşidi beraberinde MOTEL (MOTOR-HOTEL) dediğimiz konaklama tesisi çeşidini de yaratmıştır.

Bunun yanında otobüsün de toplu taşıma aracı olarak bu bağlamda yer alması, demiryolunda olduğu gibi, turizm amaçlı seyahatleri, topluluğun her kesim için yapılabılır hale dönüştürmüştür.

B. TURİZM VARLIĞI BAKIMINDAN DEĞERLENDİRME

1. Çevreyi Turizm Mekânına Dönüştürebilmesi

Karayolu, en küçük yerleşim merkezleri ile (köy-kasaba) en büyük yerleşim merkezleri arasında ve içinde, ulaşım işlevini sürdüren başat şebekedir. Köy kasaba-kent yolları; şebekenin, konutlara, iş yerlerine uzanan dallarıdır. Bu açıdan öbürlerine kıyasla daha sık dokulu bir ulaşım ağına sahiptir. Kuşkusuz bu denli yoğun dokulu bir şebeke, değişik ve çeşitli ağırlıktaki çekim gücü taşıyıcılarına da ulaşılabilirliği sağlar. Bir başka deyişle, şebekenin yan ve kılçık yolları ile çekim gücü taşıyıcıları, turist akımının, ulaşılabilir alanı içine girerler. Böyle bir yayılma ve uzanma, çekim gücü içeren noktaların bir bileşke'ye dönüşerek turizm mekânını yarattığı gibi; bu ağ içinde kalan herhangi bir mekânın akımı çeker bir güce kavuşmasını da sağlar. Geniş sınırlarıyla Ürgüp - Göreme (Capadocia - Capados), böyle bir süreç sonucu oluşan bir turizm mekânıdır. Bu açıdan şebeke, turizm amaçlı bağlantılara, öbürleriyle kıyaslanamayacak kadar elverişli bir yapıdadır.

(7) a.g.e.s, 32.

Ancak bu noktada Şu hususu belirtmemiz gerekir:

Her Şebeke gibi karayolunun da ekonomideki başat işlevi, taşıma hizmeti üretmektir. Şebeke, ekonominin büyümesiyle genişler ve sıklaŐır. Ana arterler, yan ve kılçık yollar, böyle bir sürecin getirdikleridir.

Bu gelişimde çeşitli çekim noktalarının Şebeke içinde kalması, ya da bir ögenin çekim gücü taşıyıcısına dönüşmesi, ulaştırma sisteminin ekonomide üstlendiği başat işlevin bir yan ürünü olarak ortaya çıkar; ya da sonuç verir.

Karayolunun bir başka üstünlüğu ise, deniz hava ve demir yolu Şebekelerinin işlevini tamamlamasıdır. Hangi Şebeke ile gelirse gelsin, akımın taşınması olayının hem turizm mekânında hem de dönüşte oturma yerinde tamamlanması, karayolu Şebekesinin devreye girmesiyle olanaklaşır. Bu açıdan karayolu öbür Şebekelerin etkinliklerini de arttırır. Öte yandan yerel ulaşım, köylük yerler arası ulaşım ve iç kesimleri kıyılara bağlayan ulaşım, karayolu tarafından sağlanır.

Böyle bir yayılma, çekim gücü içeren en uç noktalara akımın ulaşmasına olanak vermesi açısından önemlidir. Şöyle ki; kılçık yolların bu uç noktaları birleŐtirmesiyle çekim gücü içeren yöreler, birbirleriyle bağlantılı, bileşik nitelikte bir turizm mekânına dönüşürler. Karayolu Şebekesiyle sağlanan bu bütünleşme çeşitli çekim güçlerinin bir paket halinde sunulabilmesi gibi bir olanak yaratır.

2. Konaklama Tesisleri Zincirini Oluşturur

Önce araçların yapısal özellikleri, belirli aralarla durmayı gerektirir. Bu molalar arasında sürücü ve yolcuların geceleme de yer alır. Karayolu seyahatlerinin doğasından gelen bu çeşit duraklamalar, önce belirli gereksinimleri karşılayan tesislerin kurulması sürecini de beraberinde getirmiştir. Yolculuğın aynı zamanda gecelemeyi gerektirdiği hallerde yol boyu yer yer konaklama tesislerinin kurulması zorunluluğu ortaya çıkmıştır.

Daha önce belirttiğimiz MOTOR-HOTEL kısa adıyla MOTEL böyle bir gelişimin ürünüdür. Ana arterler boyunca konaklama tesisleri zincirinin oluşumu Şebekenin özelliğidir. Söz konusu halkaları oluşturan tesislerin kuruluş yerlerinde veya çevrelerinde çekim gücü taşıyıcılarının, örneğin deniz-göl, kumsal orman, jeo-morfolojik görünüm ve tarihsel kalıntıların bulunması, ana yollar üzerinde gelişen bir turizm çeşidinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Buna KARAYOLU TURİZMİ diyoruz.

Bu açıdan Şebekenin öbür Şebekelere kıyasla belirli bir farklılığı ve dolayısıyla turizme somut katkısı vardır.

3. Büyük Kentler Çevresinde Turizm Mekânları Oluşturur

Daha önce değindiğimiz gibi; büyük kent'ler turist üreten merkezlerdir. Kent yaşamı, bir bakıma bireylerin sadece yıllık dinlenceye rastlayan döneminde değil daha sık aralıklarla oturlan çevreden uzaklaşmalarını zorunlu kılar.

Özellikle hafta sonu tatilleri, böyle bir olanağı yaratan boş zaman aralıklarıdır. Öbür yandan gelir düzeyinin yüksek olduğu ülkelerde çoğunluğun özel oto sahibi olması, çevredeki bazı yörelerin birer turizm mekânına dönüşmesine elverişli koşulları yaratmıştır. Önce ana yollar üzerindeki çekim gücü içeren yöreler, sonra da yan ve kılçık yollarla ulaşılan yöreler, büyük kent merkez olmak üzere onu çevreleyen yöreler birer turizm mekânına dönüşmüşlerdir.

Örneğin Ankara'ya göre Kızılcahamam, Ayaş içmeleri, Çubuk, Kurtboğazi, Baraj Gölü, Elmadağ vb. gibi yöreler, söz konusu etmenler nedeniyle oluşmuşlardır. Büyük kent ile çevresindeki yöreler arasında oluşan bu ilişki, HAFTA SONU TURİZMİ dediğimiz bir turizm çeşidini toplumsal yaşama getirmiştir.

Böylece büyük kent merkez olmak üzere yarı çapı yaklaşık 200 km. kadar olan bir çember içinde kalan bölgedeki çekim gücü içeren yöreler, HAFTA SONU TURİZMİ gereksinmelerine cevap veren birer turizm mekânına dönüşme potansiyeline sahip olmuşlardır.

Çok merkezli geniş bir bölge ele alındığında ise, karayolunun her merkez çevresinde ortaya çıkardığı bu çeşit turizm mekânları, ıraklık limiti içine giren öbür merkezlerde oluşan akımı da çeker. Bir başka deyişle turizm mekânları çok yönlü ilişkiler içine girerler. Böylece karayolları şebekesi, yoğun nüfuslu merkezler arasına serpiştirilmiş biçimde çeşitli turizm mekânlarından kurulu bir bütünü oluşturur.

4. Bir Boş Zaman Süresinde Çeşitli Turizm Mekânlarını Görmeği Sağlar

Karoyolunun sağladığı hareketlilik, dinlence dönemini belirli bir yerde kalarak geçirmek yerine, kısa süreli konaklamalarla çok yer görmek doğrultusunda biçimlendirir. Böyle bir hareketlilik belirli bir yörenin içerdiği çeşitli ilginç yerlerini görmeğe olanak sağladığı gibi; aynı dinlence süresi içinde başka yöreleri de programa almayı olanaklaştırır.

Bir yandan belirli bir yerde kalış süresini kısaltan ve öbür yandan da konaklama tesisinde yer bulmayı güçleştiren bu durum, taşıtların hem barınma hem de beslenmeyi sağlayacak gereçlerle donatımı veya böyle gereçlerle donatılmış vagonların taşıta takılması yolu ile çözümlenmiştir. Böylece karayolu şebekesine dayalı KAMP-KARAVAN TURİZM'i dediğimiz bir çeşit turizm çeşidi daha ortaya çıkmıştır. Bu sürecin üst yapı kurumlarını doğurması ise doğası gereğidir.

C. ÇELİŞKİLİ YÖNLERİ

1. Kalış Süresini Kısaltır

Bu yaklaşım, tatili belirli bir yerde geçirmeyi amaçlayan seyahatler için geçerlidir. Böyle bir durum, kuşkusuz seyahat eden için değil, konaklama endüstrisinde kapasite kullanımına yönelik olumsuz bir etki biçiminde ortaya çıkar.

Şöyle ki; karayolu ulaşımını taşıt ile birlikte düşünürsek önce altyapısının özelliğinden gelen etmen, aracın biçimini ve hacmini rahatlık sağlayıcı gereçlerle donatımda sınırlayıcı doğrultuda ortaya çıkar. Bunun sonucunda oto ile ulaşabilecek ıraklık günde ortalama 400–600 km. arasında kalır. Yani her 400–600 km. yolculuk sonunda, geceleme zorunluluğu ortaya çıkar.

Dinlencenin geçirilmesi amaçlanan mekân, 2000 km. ıraklıkta ise, karayolundan gidiş ve dönüş yolculuğu için 6–7 gün harcanması gerekecektir. Bu durumda 20 günlük tatilden belirli turizm mekânına kalan geceleme sayısı ancak 13–14 gün kadar olacaktır. Görülüyor ki; karayolu ulaşımı, belirli bir ıraklıktan sonra kalış süresini azaltan ve dolayısıyla konaklama endüstrisinde kapasite kullanımını sınırlayan negatif değerde bir şebekedir.

2. Kitle Turizmine Elverişli Değildir

Altyapıdan gelen özellik, araç hacmini sınırladığı için taşıma kapasitesi de bununla orantılı olarak sınırlıdır. Böylece sadece koltuk'dan oluşan bir taşıta en çok 40 kişi sığdırılabilmektedir. Oysa turizm pazarlaması, belirli bir turizm mekânına bir defasında getirilecek yolcu sayısının 300–400 arasında olması ilkesine dayandırılmaktadır. Ve turizmde toplutaşıma ölçütü, bu rakamlardır.

Sayısal nitelikteki bu karşılaştırmalar, karayolu taşımacılığının kitle turizmi pazarlamasına elverişli olmadığını yeterince açıklayıcıdır. Öte yandan yukarıda değindiğimiz gibi, günlük gidilebilen ıraklığın 400–600 kilometre ile sınırlı olması, zaman kaybettirici bir etmen olarak kendini gösterir. Oysa turizm pazarlamasında geçerli bir başka ilke, oturma yeri ile turizm mekânı arasındaki yolun, aynı gün aşılması hesabına dayanır. Böylece süresini bitiren önceki grubun, turist getiren taşıtla hem geriye götürülmesi olanaklıdır, hem de tesis, yolda geçen gün sayısı kadar boş kalmamış olur.

Görüldüğü gibi karayolu taşımacılığı, 400–600 km. den sonraki ıraklıklar için bu çeşit bir düzenlemeye elverişli değildir.

3. Rahatlık Sağlayıcı Gereçlerle Donatılamaz

Araç boyutlarının altyapıdan gelen nedenlerle sınırlı kalması, rahatlık sağlayıcı gereçlerle donatımını da engellemiştir. Böyle bir durum, yolculukta

ZAHMET etmenini ön plana çıkarmıştır. Günde ortalama gidebileceği yolun 400–600 km. arasında kalmasının başka bir nedeni, yukarıda değindiğimiz ZAHMET faktörüdür.

Bunu, minimum düzeyde tutabilmenin seçeneklerinden biri, yolculuğu, zaman zaman keserek konaklamaya geçmek; yani yolda geçen süreyi uzatmaktır. İkincisi ise, taşımayı başka şebekelere aktarmaktır. Böyle bir değişimde hız açısından uçak; rahatlık açısından da gemi ve tren, devreye girerler.

VI. HAVAYOLU

A. TARİHSEL GELİŞİM

Öbür şebekelerde olduğu gibi havayolu da bugünkü durumuna belirli aşamalardan geçerek gelmiştir. Başlangıca dönersek havayolu teknolojisinde iki ayrı ilkeden yola çıktığını saptarız: Birincisi taşıtı, havadan daha hafif hale getirerek uçuşunu sağlamaktır. 1783 yılında MONGOLFIER kardeşlerin içine sıcak hava doldurarak uçtukları BALON, bu ilkeye dayanır.

Balon'un gelişimi, bu denemeden sonra, 19. Yüzyılın akışı içinde başlıca şu aşamalardan geçmiştir:

– Taşıtı havadan daha hafif hale getirmek ilkesi uyarınca, hidrojen ve helyum gazları kullanılmıştır.

– Taşıtı, istenilen yöne götürmek için, gövdeye pervaneli motorlar eklenmiştir. Böylece GÜDÜMLÜ BALON çeşidi ortaya çıkmıştır.

– Ferdinand von Zeppelin (1838–1917) bunu daha geliştirmiş ve 1887'de GÜDÜMLÜ HAVA GEMİSİ'ni (ZEPLİN) yapmıştır.

– David Schwatz gövde yapımında ilk kez alüminyum kullanmış ve taşıtı daha ileri bir düzeyde donatılmıştır.

Ancak, hava gemilerinin büyük hacimleri nedeniyle kuvvetli rüzgarlar karşısında sürüklenmeleri ve bu yüzden de sık sık kaza yapmaları, bunların, hava yolu ulaşımındaki varlıklarına son vermiştir.

Böylece ikinci ilkeye yönelik deneylere geçilmiştir. Bu ilke, havadan ağır taşıtı uçurmaktır. Planörlerle ilk kez havadan ağır taşıtların uçuş yöntem ve teknikleri saptanmıştır. Otto Lilienthal (1848–1896) Planör'den uçuşa geçişte en çok katkısı olanlardandır. Onun açtığı yoldan geçen Whinght kardeşler, 1903 yılında motor gücü ile, yani havadan ağır bir araçla uçuşu ilk kez başarmışlardır. Bu başlangıcı bir dize uçuş denemeleri izlemiş ve her denemede araç, bir öncekinden hem daha uzun süre havada seyretmiş ve hem daha hız kazanmıştır.(8)

(8) Daha fazla bilgi için bkz. Prof. Dr. Ahmet Demir, Çağdaş Teknolojik Gelişmeler, AOSBF No: 352 Ankara, 1973, s. 141–162.

Gövde ve kanatların yapımında bez ve çita yerine alüminyum kullanılması uçak yapımı teknolojisinde önemli aşamalardan biridir. Böylece uçağa güçlü motorların takılması olanaklaşmış, aracın havada kalış süresi, hızı taşıma kapasitesi önceki modellerle kıyaslanamayacak kadar arttırılmıştır. Uçak teknolojisindeki ilk devrim budur. 12 motorlu 180 saat/km. hız yapan ve 80 yolcu taşıma kapasiteli bir yolcu uçağının Atlantik kıyıları arasında sefere konması bu teknolojik devrimin ilk ürünüdür.

Uçak teknolojisindeki hızlı değişimi, birbirine zıt gibi görünen iki temel noktada toplayabiliriz. Birisi, hız arttırıcı teknoloji; öbürü, daha ağır yük, ya da çok sayıda yolcu taşıyıcı kapasite sağlayan teknolojidir.

Bu iki zıt teknolojinin, tek araçta birleştirilmesi sonucu, sesten hızlı ve şimdilik 450–500 yolcu kapasiteli uçak çeşidi hizmete girmiştir. Bunların ilginç örnekleri şunlardır:

747 BOEİNG–JUMBO JET, tam yük 323 tonla uçmaktadır. Bu tam yük'ün yolcu taşıma kapasitesi olarak karşısı 490 koltuktur. Hızı saat/km. 1030'dur. İki nokta arasındaki uçuş menzili 14.000 km. dir. Bir başka örnek ise, henüz askeri amaçlarla kullanılan 1–500 GALAXY nakliye uçağıdır. Ticari alanda kullanıldığı taktirde, 900 yolcu taşıyabilecek kapasite karşısı olmaktadır bu ölçüt.

B. TURİZM VARLIĞI BAKIMINDAN DEĞERLENDİRME

1. Yeryüzünü Tek bir Coğrafik Mekân Olarak Bütünleştirir

Hava yolu, yeryüzü yuvarlağını bütünüyle kapsayan bir ulaşım ağıdır. Öbür şebekelerde araçların altyapıya bağlı oluşu ulaşımı böler. Örneğin karayolu taşımasında ulaşım noktası, yolun gidebildiği kadardır. Bu durum, demir ve deniz yolu şebekelerinde de değişmez. Öbür yandan doğal engebeler şebekeden yararlanmayı sınırlar. Geçit vermeyen dağların kara ulaşımını kesmesi gibi. Son olarak özgün yapıları, araçların işlevini kara veya denizlerle sınırlar. Bir başka deyişle doğal yaşamda, organizmalarından gelen özellikler nedeniyle bazı yaratıklar, nasıl sadece su, ya da karada yaşamlarını sürdürebiliyorlarsa; her araçta kendi özgün yapıları nedeniyle ya deniz ya da karada ulaşım işlevi görebilir. Örneğin denizin başladığı yerde, kara taşıtının işlevi biter. Hava ulaşımında ise bu çeşit bir sınırlama yoktur; taşıma, kara ve denizleri aşarak, hava üzerinden kurulur. Görülüyor ki; iki nokta arasına sığan engebeler, ne çeşit olursa olsun havayolu, kesintiye uğramaksızın amaçladığı mekâna ulaşabilmektedir. Yeryüzünün coğrafik bir mekân olarak bütünleşmesi bu anlamdadır. Böyle bir bütünlüğün turizm bakımından önemi, akımın hiç bir kesintiye, duraklamaya uğramaksızın doğrudan turizm mekânına ulaşabilmesidir. Pazarlamada önde gelen tercihlerden birisi budur.

2. Yeryüzünü Tek Bir Siyasal Mekân Olarak Bütünleştirir

İki nokta arasındaki ulaşım yolu üzerine devletler de sığar.

Buna TOPLUMSAL ENGEBE'ler diyoruz. Akımın öbür şebekelerle taşınmasında varış yerine kadar birçok ülke topraklarından geçiş zorunlu olabilir. Bu açıdan her ülkeye giriş çıkış ve ülkeden geçiş sırasında, toplumsal kültür düzeyleri arasındaki farklılıktan kaynaklanan zıtlarımlar ve tedirginlikler birer toplumsal engebe olarak ortaya çıkarlar.

Bunlar, konumlarına göre akımın, varış yerine ulaşmasını zorlaştırdıkları gibi, en azından fire vermesine, ya da gecikmesine neden olurlar. Oysa hava yolu ulaşımında uçak, aradaki ülkelere inse bile yolcu, dolayısıyla akım, kesin giriş yapmadığı, yani hava limanını terketmediği sürece (transit yolcu) sözkonusu ülkeye özgü herhangi bir toplumsal engebe ile olabildiğince karşılaşmaz. Dolayısıyla ulaşım en azından kesintiye uğramaz. Oysa yukarda değindiğimiz gibi uçağın bir solukta 14.000 km. yapabilmesi, başka ülke topraklarına inmeden akımı, varış ülkesine ulaştırabilmek olanağını vermektedir. Bir çok ülkeden geçişin, yukarda belirttiğimiz engebelere uğramadan olanaklaşmasına, yeryüzünün siyasal mekân olarak bütünleşmesi diyoruz. Bu, hava yolu ile gerçekleştirilen bir olgudur.

3. Turizm Mevsimini Yeryüzü Ölçeğinde Oluşturur

Anımsanacağı gibi, iklimin önce mekâna bağımlı olarak ortaya çıktığını belirtmiştik. Örneğin deniz suyu ısı, güneşleme süresi, kar kalınlığı vb. iklim verileri, mekânda optimal düzeylere ulaştıklarında akımın yönelmesine neden oluyorlardı. İkincisi ise bunun zamana bağımlı olarak ortaya çıktığı idi. Yani iklim verilerinin çekim gücü içeren varlıklara dönüşmesi, mevsime bağılı olarak sınırlı idi. İşte bu noktadan çıkışla, belirli bir coğrafik mekânın ancak ARALIK-ŞUBAT ayları arasında çekim gücü içeren bir kar örtüsüne sahip olduğu için KIŞ TURİZMİ'ni elverişli turizm mekânına dönüştüğü ya da bir başka coğrafik mekânın ise deniz suyu ısısının HAZİRAN-EYLÜL ayları arasında yüzmeğe elverişli bir düzeye ulaştığı için KIYI TURİZMİ'ne elverişli turizm mekânına dönüştüğü sonucuna vardık. Bu örneklerden de anlaşıldığı gibi çekim gücü içeren iklim verileri mekâna ve zamana bağımlı olarak optimal düzeye ulaşırlar. Bunun bir başka açıdan anlamı, kış turizmi için yılın Aralık ayını ve KIYI TURİZMİ içinse Haziran'ı beklemek gibi bir zorunluluğun ortaya çıkmasıdır.

Oysa Dünya'nın hem güneş çevresinde hem de kendi çevresinde tamamladığı devinim, yeryüzü yuvarlağını aynı anda dört mevsimi-birden yaşar duruma getirmiştir. Makro açıdan kuzey yarım küresi, OCAK ayında kış'ı yaşarken; güney yarım küresinde ise yılın en sıcak günleri egemendir.

Mikro açıdan ise, yeryüzü yuvarlağının her köşesi yılın herhangi bir gününde en soğuk günle en sıcak gün arasına giren bütün ısıları, bütün deniz suyu sıcaklıklarını, kar kalınlıklarını, güneşleme sürelerini vb. gibi, yaşamaktadır. Bunu daha açıklığa kavuşturmak için şu örneklerden yararlanalım:(9)

(9) Stern, 1974, s. 102.

Yılın Ocak ayında Danimarka'da ARHUS adlı kıyı kent'indeki iklim verileri şu değerlerdedir:

Günlük en yüksek ısı	+ 2 derece
Gece en düşük ısı	- 3 derece
Günlük Güneşleme süresi	1 1/2 saat
Deniz suyu ısısı	+ 3 derece
Yağışlı (Kar-yağmur) gün	13
Nemlilik oranı	% 92

Buna karşın Güney Afrika'da kıyı kentinin yine yılın Ocak ayındaki iklim verileri, ise şu değerlerde ortaya çıkıyor:

Günlük en yüksek ısı	+ 27 derece
Gece en düşük ısı	+ 21 derece
Günlük güneşleme süresi	6 saat
Deniz suyu ısısı	+ 24 derece
Yağışlı (Yağmur) gün	13
Nemlilik oranı	% 72

Görülüyor ki; yılın Ocak ayında yeryüzü hem kış turizmine hem de yaz turizmine elverişli iklim değerlerine sahip mekânları içerir. İşte, uçağın 14 000 km'i bulan menzili ile birlikte saat/km. hızı, yeryüzü iklim haritasındaki çeşitli değerlerden, yılın herhangi bir gününde, turizm amacıyla yararlanabilme olanağını insan oğlunun ayağına getirmiştir. Böylece turist akımının, iklim verilerine dayalı olarak ortaya çıkan MEVSİM'lik özelliği, mevsimden bağımsız bir hale gelmiştir. Buna, **TURİZM MEVSİMİNİN EVRENSELLEŞMESİ** diyoruz. Bu durumda turist akımı kesintisiz olarak yeryüzü kapsamında DOLAŞIM halindedir.

4. Kalış Süresini Uzatır

Hava ulaşımında sağlanan yüksek hız, yolculuk süresini başka şebekelerdeki ile kıyaslanamayacak kadar kısaltmıştır. Böylece dinlenceye ayrılan toplam zaman içinde yolculuk süresi, enaz'a iner. Bundan tasarruf edilen zaman ise kendiliğinden kalış süresine eklenir. Bu olanağın ekonomik etkisi, turizm mekânındaki geceleme sayısını arttırması ve harcamalar yolu ile parasal akımın hacmini genişletmesi biçiminde ortaya çıkar. Böyle bir ekonomik etkiden daha geniş kapsamlı ve çok yönlü yararlanmayı amaçlayan düzenlemeler, turizm pazarlamasının başat modeli'dir.

Kalın çizgileriyle bu model, turizm mekânlarıyla turist üreten mekânlar arasında charter (hava taşımacılığında dolmuş sistemi) sistemine dayalı bir ulaşım ağı kurarak, hem uçaktaki doluluk oranını hem de konaklama tesislerindeki doluluk oranını mevsim boyunca maksimum düzeyde sürdürmek biçiminde belirlenebilir.

Böyle bir durum, bir yandan mevsim sınırlarını alabildiğince zorlama eğilimi yaratır; öbür yandan da yine mevsimi 15–20 günlük birimlere ayırarak akımı bu birimler arasında bölmek doğrultusunda düzenlemeye yol açar. Bu biçimdeki kümelenmeli sayısal ölçüt, uçağın yolcu taşıma kapasitesidir. Bir başka deyişle **KOLTUK SAYISI**'dir. Uçağı veya uçak filosunu mevsim boyunca çalışır halde tutabilmek, yani günlerce hava limanında bağlı tutmamak için göz önünde tutulması gerekli bir başka ölçüt hava ulaşım ağına alınacak **MEKANLAR**'ın **SAYISI**'dir. Turist üreten merkezlerle turizm mekânları öyle bir sayıda olmalıdır ki; 10–20 günlük kümelere bölünen topluluğun getirilmesi ve götürülmesi sırasında uçak hava limanında günlerce bekler durumda kalmamasın ve boş uçmasın. Uçak hızı nedeniyle mekânlar arası ıraklık bu düzenlemede ihmal edilebilir.

5. Araç Çeşitliliği Farklı İrakklıklararası Ulaşım Elverişlidir

Havayolu taşımacılığında yüksek hız ve uzun menzil doğrultusunda gelişmeler olurken, yakın ırakklıklarda da taşımaya elverişli araçların kullanımı bırakılmış değildir. Bunların günümüzde belli başlı çeşitlerini özellikleriyle birlikte turizm açısından şöyle değerlendirebiliriz.

a. Hava Otobüsü

Kısa menzilli yani 200–1500 km. arası ırakkıklar için yararlanılan hava otobüsü, yüksek hızdaki uzun menzilli uçakların bıraktığı boşluğu dolduran bir taşıt çeşididir.

Böylece 1500–2000 km. arası ırakkıklarda yolculuk süresini 2–3 güne çıkardığı için kalış süresini kısaltan öbür araçların yerine, hava otobüsü kullanılmakla bu sakınca ortadan kalkmaktadır. Öbür yandan iniş–kalkış için kısa pistlerin yeterli olması, dar alana sahip fakat çekim gücü yüksek noktalara da ulaşım için elverişli bir taşıt aracıdır. Böylece birbirine yakın noktaları hava otobüsü ile zincirleme bağlayarak çeşitli çekim güçlerini içeren geniş yüzeyli bir turizm mekânı oluşturulur. Bunun turizmdeki etkisi, akımı daha geniş bir alana yayarak hem kalış süresini uzatması, hem de harcama hacmini arttırmasıdır. Hava otobüsünün bu işlevi; kaynak kullanımında tasarruf gibi bir başka yarar daha sağlar:

Şöyle ki; havadan gidiş yeğlendiğinde, yüzlerce kilometre uzunluğunda yol yapımı yerine sadece pist yapılarak ulaşımın gerçekleştirilebilmesi, bir yerde kaynak kullanımında ekonomi sağlar. Özellikle bu durum, salt turizm amaçlı ulaşım da geçerli yan ve kılçık yolların yapımı gibi bir seçenek söz konusu olduğunda ortaya çıkar.

b. Helikopter

Dikine konuş ve havalanma yeteneği, bu aracın konumuz açısından temel özelliğidir.

Böylece ne kadar kısa olursa olsun, öbür çeşitler için belirli boyuttaki pist sorunu, çözümlenir. Bunun sağladığı avantaj, herhangi bir noktaya havadan ulaşımın gerçekleşmesidir. Böyle bir özellik turizme iki yönden yarar sağlar:

Birincisi, zaman kaybedici ve can güvenliği için tehlikeli karayolu trafiğinden sıyrılarak amaçlanan mekâna akımı ulaştırır. İkincisi hava limanından sonra akımın, turizm mekânına zaman kaybetmeden ulaştırılmasını güvence altına alır. Böylece oturma yerinden alınan akım, aynı günde konaklama tesisine ulaştırılabilir.

C. TURİZMLE ÇELİŞKİLİ YÖNLERİ

1. Meteorolojiye Bağımlıdır

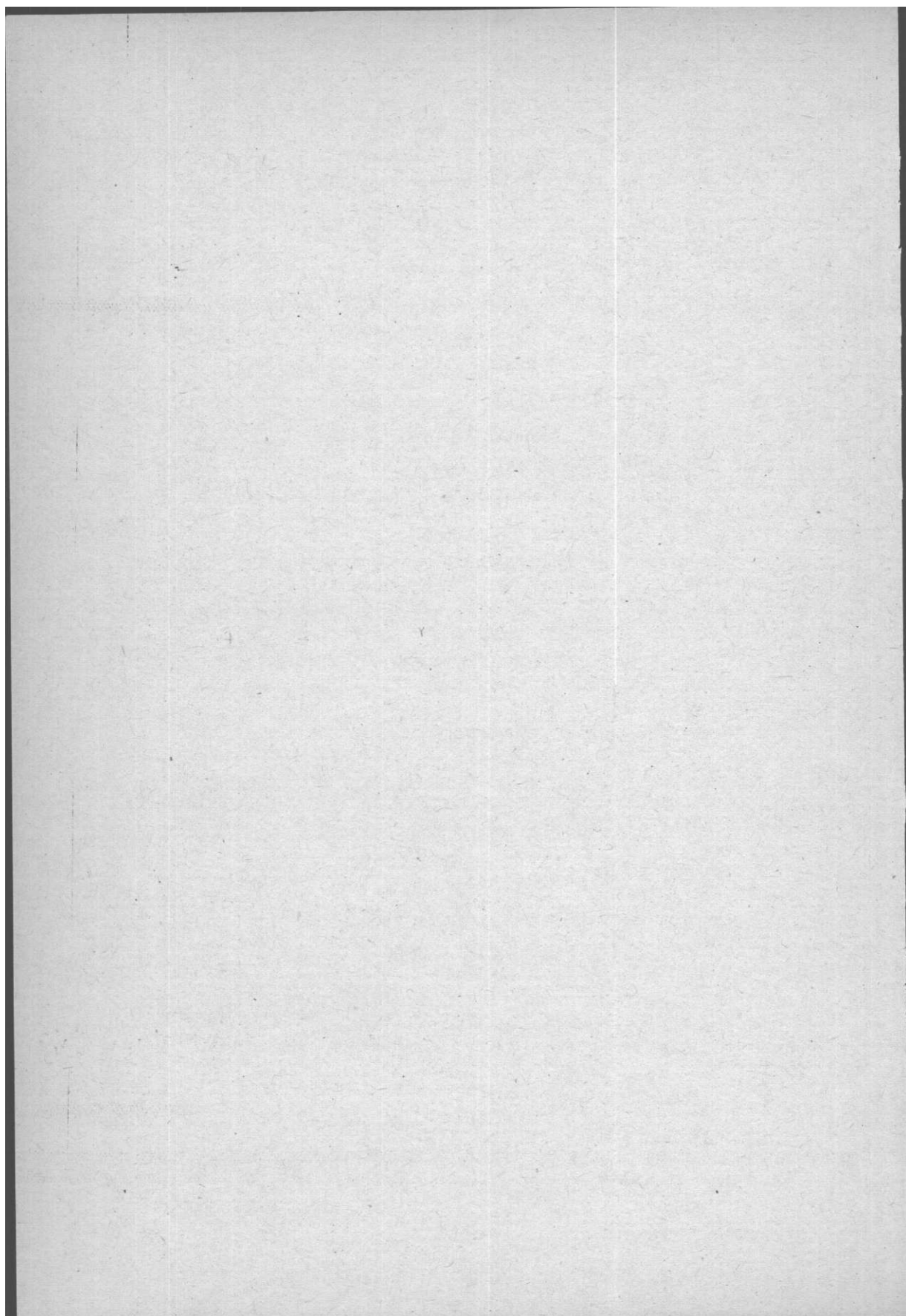
Atmosferdeki basınç farklılıklarından doğan rüzgârın aldığı ters doğrultular; ulaşım yolu üzerindeki hava boşlukları; hortum ve siklonlar; hava yolu taşımacılığını yer yer kesen meteorolojik engebelerdir. Bunlara, sis ve yeryüzüne yakın bulutları da katmak gerekir.

İster kalkış ister iniş yerinde olsun, bu çeşit doğa olayları, hava ulaşımını kısa veya uzun aralıklarla durdurur; ya da uçak kazalarına neden olur. Turizm açısından böyle durumlar, ön bağlantılara göre yapılan tüm düzenlemeleri ve harcamaları boşa çıkarır bir ağırlıktadır. Bunun sonucu ise, pazarlamada belirli zaman aralarına bölünen grupların, programlanan günde yerlerine ulaştırılamaması nedeniyle bir ulaşım karmaşalığı olarak somutlaşır.

2. Seyahati Bağımlı Hale Getirir

Şebekede bunun ortaya çıktığı alanlardan birisi hava limanı—meydanı dediğimiz alt yapının yokluğundan kaynaklanır. Akımın taşınabilmesi için hava meydanlarının gerekliliği, yer seçimini bunlarla bağımlı hale getirir.

İkincisi, bu çeşit bir altyapı olsa bile, taşımanın belirli gün ve saat olarak düzenlenmesi, seyahatin zaman açısından programlanmasını bağımlı duruma sokar. Bir başka bağımlılık nedeni ise taşıtın yapısal özelliğinden kaynaklanır. Ulaşım hava yolu ile olduğu için, çevredeki olanaklardan gezi sırasında yararlanma, oto veya küçük tonajlı teknelerde olduğu gibi değildir. Bu durumda hava ulaşımı, bu çeşit bir yararlanmayı ortadan kaldırır. Geniş bir turizm mekânı söz konusu ise (Ege ve Akdeniz gibi) geliri aktarma aracı olarak akımın çevreye bırakacağı olumlu katkıdan ancak belirli merkezlerin, yani hava ulaşımına açık yörelerin yararlanması sonucu doğar.



SEKİZİNCİ BÖLÜM :

TURİZM SEKTÖRÜ

I. KAVRAM

Bu bölümde turizmin ekonomideki yerini saptamağa çalışacağız. Ekonomi bir bütün olduğuna göre, turizm, onun içinde yer alır. Genel bir yaklaşımdan yola çıkarsak, ekonominin üç ana sektörden oluştuğunu saptarız. Buna göre doğal kaynakları doğrudan işleyen uğraşı dalları, **BİRİNCİ SEKTÖR**'ü oluşturur. Örneğin tarım, madencilik, ormancılık bu kümeye girer. İkinci sektör sanayidir. Buradaki ölçüt, üretimden makina, donatım ve amortismanın büyük pay almasıdır. Geri kalan uğraşı dalları, üçüncü sektörü oluşturur. Buradaki ölçüt, üretimde hizmet payının yüksek oluşudur. Bu nedenle üçüncü sektöre, **HİZMETLER SEKTÖRÜ** denir. Ticaret, ulaştırma, bankacılık, kamu yönetimi vb., uğraşı dalları bu kümede yer alırlar. Yukardan beri sıralayageldiğimiz ayırım ölçütüne göre turizm, hizmetler sektörüne giren bir uğraşı dalıdır.

Ekonomiyi sektörlere bölmede yararlanılan bir başka ölçüt, herhangi bir uğraşı dalının yararlandığı kaynak ve üretim aracına göre saptanır. Böyle bir ölçütün uyarlanmasıyla, ekonominin başlıca şu sektörlerden oluştuğu sonucuna varılır:

Tarım
Madencilik
İmalât sanayii
Enerji
Ulaştırma
Turizm
Konut
Eğitim
Öbür hizmetler

Görülüyor ki; turizm bu ayırımda, bütün içinden yararlandığı kaynak ve üretim aracı ölçütüne göre ekonomiyi oluşturan sektörlerden biridir. Aşağıdaki açıklamalarımızı, bu ölçüte dayandırarak sürdüreceğiz.

Bütünün içinden sektörü ayıran ölçüt, kullandığı kaynak ve üretim çeşidi olduğuna göre, bundan her sektörün, özgün bir uğraşı biçimine sahip olduğu sonucu çıkar. Bu uğraşı biçimi, o dala kendi adını verir. Böyle bir yaklaşımdan çıkardığımız bir başka sonuç ise şudur:

Her uğraşı biçiminin özgün ürünü vardır. Bunu, uğraşı dalının adı belirler. Örneğin tarım sektörü, tarım ürünlerini; sanayi sektörü, sanayi ürünlerini; ulaştırma sektörü ulaşım hizmetlerini üretir. O halde turizm sektörü de **TURİZM ÜRÜNÜ**'nü üretir.

Ancak, burada gerek kaynak kullanımı gerekse uğraşı biçimi açısından turizm sektörünün öbürkilerinden farklı bir niteliğine değinmemiz gerekir: Bildiğimiz gibi turizm, turist akımını çeken varlıklar açısından örneğin doğal kaynakları işleyen veya ondan yararlanan bir uğraşı dalıdır. Bu yaklaşıma göre, turizm'in önce, tarım vb. gibi birinci sektörde yer alması gerekir. Öbür yandan turizm sektörü, sanayi sektörünün besin ve belirli alanlarda imalat gibi uğraşı dallarını da kapsar. Bu nitelik, turizmi, sanayinin simgelediği ikinci sektöre sokar. Üçüncüsü turizm, sağlık, eğitim, genel yönetim vb. gibi hizmetleriyle organik bağı olan ve bunların içinde oluşan bir sektördür. Üstelik deniz—kara havayolu şebekelerine bağımlılığı açısından turizm, ulaştırma sektörü ile adeta bütünleşmiştir. (Zaten, turist akımını taşıdığı için, ulaştırma sistemini, aynı zamanda turizm varlığı olarak tablomuza almıştık.) Turizm, bu boyutlarıyla, üçüncü sektörü oluşturan uğraşı alanlarıyla hem organik hem de işlevsel ilişki içindedir.

Bu açıklamalardan sonra vardığımız sonuç şudur:

Turizm çok yönlü bir sektördür. Bu çok yönlülük, ekonomiyi oluşturan öbür sektörlerle iç-içeliğinden kaynaklanır. Bu nedenle turizm sektörünün öbür sektörlerle olan sınırını çizmek; ya da nerede başlayıp nerede sonuçlandığını saptamak çoğu kez olanaksızdır. Bunun temeldeki nedeni, turizmin genelde ekonomik gelişmişlik sonucu ortaya çıkışı; bir başka deyişle gelişmişliğin **YAN ÜRÜN**'ü olarak oluşmasıdır. Gelişmiş ülkelerin turizm alanında göze batar sorunlarının olmasının ve bu nedenle turizm pazarından yüksek pay almalarının başat nedeni budur. Gelişmekte olan ya da gelişmemiş ülkelerin sorunu ise, ekonomik geriliğe karşın yine ekonominin bir sektörü olan turizmi, daha hızlı geliştirmek çabasından ve bunun başarı şansının, düşüklüğünden kaynaklanır.

II. TURİST AKIMINI ALIKOYAN VARLIK OLARAK TURİZM SEKTÖRÜ

A. ÜST YAPI OLARAK BİÇİMLENİŞ (KAVRAMSAL AÇIDAN YAKLAŞIM)

Ulusal ekonomide tüm sektörlerin ortaklaşa yararlandığı kaynaklar vardır.

Örneğin "**İNSAN GÜCÜ**" bunlardan biridir. Tüm ekonomik girişimler, insan gücü gereksinmelerini, topluluğun 15—64 yaş arası faal nüfus dediğimiz kesi-

minden sağlar. Buna benzer bir başka öge ise DOĞA'dır. Doğa, ülke nüfusu gibi tüm sektörlerle kaynaklık eder.

Bu yaklaşımda ulaştırma sisteminin ayrı bir yeri vardır. Ulaştırma, altyapıyı oluşturan kaynaklara dayalı bir üstyapı kurumu olmakla birlikte, ulusal ekonomide hatta uluslararası ekonomide bütün sektörlerin yararlandığı bir ögedir. Demek oluyor ki; bu üç öge, yani ulaştırma; doğa ve işgücü, öbür sektörlerin ortaklaşa yararlandığı tabanı oluştururlar.

O halde, bunlar dışında kalan ve yukarda bir dizi halinde sıraladığımız sektörler, insan gücü – doğa – ulaştırma sistemi üçlüsünün oluşturduğu bu alt yapıya dayalı olarak biçimlenmiş birer üst yapı kurumudurlar. Turizm ise bu yaklaşıma göre, aynı alt yapıya göre biçimlenen ve kendi içinde çeşitlenen bir üst yapı kurumdur.

Ancak bu genellik içinde önemli bir kural şudur:

Herhangi bir sektörün varlık kazanabilmesi için, altyapıyı oluşturan kaynakların, sözkonusu sektörün yararlanmasına elverişli nitelikleri içermesi veya bu nitelikleri içerir biçime dönüştürülmesi gerekir. Böylece sektör için gerekli temel (ki buna altyapı dedik) ortaya çıkmış olur. Bu yaklaşım, turizm sektörü için de geçerlidir.

Ekonominin alt yapısını oluşturan bu üç ögenin yani, insan gücü ulaştırma sistemi ve doğanın, her sektörün alt – yapısal kaynağı olarak üretime girmesi, aynı oranda ve içerikte değildir. Bunlardan birinin üretimdeki başat işlevine göre, ekonominin üç ayrı sektörden oluştuğunu yukarda vurguladık. Soruna bu açıdan yaklaştığımızda turizm, bir üst yapı kurumu olarak biçimlenir. Turizm sektörünün içeriğini saptayabilmek için, bir üst yapı kurumu olarak oluşumunu irdelememiz gerekecektir.

Aşağıdaki açıklamalar, bununla ilgilidir.

1. Birincil Üst Yapı

a. Kavram

Turizm sektörünü dayalı olduğu altyapıdan ayırınca, geriye, Turist Akımını Alıkoyan Varlık" kalır. Çünkü turizm varlığı kapsamına giren ilk üçü yani, turist akımını çeken, akımı karşılayıp kabullenen ve taşıyan varlıklar; kökünde, altyapıyı oluşturan dolayısıyla tüm sektörlerin ortaklaşa yararlandıkları kaynaklardır; turizm olsada, olmasa da "VAR"dırlar. Yukarda değindiğimiz gibi, bunlar, bir yanda jeo-ekonomik öğeleriyle DOĞA; öte yanda toplumsal nitelikteki çekim gücü ile topluluklar ve turizm mekânındaki toplumsal kültür ve bunun temsilcileri birey'leri ile insan gücüdür. Bu sıraladıklarımız, turizm sektörünün yararlanmasına elverişli nitelikleri içeriyor ya da bu nitelikleri içerir hale getirilmişlerse, turizm

sektörü, bir üstyapı kurumu olarak ekonomideki yerini alır. Sektörün bu çerçeve içindeki görünümünü, belleğimizi tazeleyerek şöyle saptayabiliriz:

Turizm kavramıyla ilgili tanımlamaların dayandırıldığı ortak ilkeye göre varılan yerde enaz "24 saat kalış" ya da "geceleme", turizm içerikli ilişkiler yaratır. Öbür yandan bu ölçüler içinde geçici süre kalış, bir yaşam biçimi olarak KONAKLAMA dediğimiz durumu ortaya çıkarır. Başka bir deyişle, böyle bir biçimin gerçek yaşamda oluşumuna KONAKLAMA diyoruz.

Bu anlam içinde konaklama, önce bio-fizik varlığın sürdürülmesiyle ilgili gereksinmelerin karşılanmasını ön plana çıkarır. Oysa bu çeşit gereksinmeler, yaşamın içeriğini oluşturdukları için turizm olgusundan bağımsız olarak "VAR" dırlar. Hem oturlan yerde, hem de konaklama yerinde insan yaşamından ayrılmaz gereksinmeler oldukları için VAR'dırlar ve "BİRİNCİL" dirler.

BİRİNCİL niteliği şu yaklaşımdan kaynaklanır:

Konaklama bir bakıma yolculuk durumuna son vererek turizme özgü ilişkilerin başlamasına neden olur. Öte yandan yaşamsal nitelikteki gereksinmeleri karşıladıkları için bu çeşit girişim ve düzenlemelerin yer aldığı yapı, sektörün **BİRİNCİL – BAŞAT** varlığını oluşturur. Böyle bir oluşumdaki işlevi nedeniyle buna turizm sektörünün **BİRİNCİL ÜST YAPI**'sı diyoruz.

Bu yaklaşım bizi şu sonuca vardırır:

Önce yolculuk durumuna son vererek turizme özgü ilişkilerin başlamasına neden olur. Öbür yandan temel nitelikteki gereksinmeleri karşıladıkları için, girişim ve düzenlemeler, sektörün birincil üst yapısını oluştururlar.

Demek oluyor ki; birincil üst yapı, yolculuğun konaklamaya dönüşmesini, temel gereksinmelerin karşılanması doğrultusunda sağlayan varlıkların adıdır.

b. Biçimleniş

Soruna, birincil nitelikteki gereksinmelerin karşılanması açısından yaklaşıldığında söz konusu üstyapının, kökende nasıl bir biçim alması gerektiği de çözümlenmiş olur. Birincil üstyapının işlevi, yolculuğu konaklamaya, yani geçici süre kalışa dönüştürmek olduğuna göre; biçimleniş, bu işleve uygun olarak ortaya çıkar, bu çeşit gereksinmeler, birincil üstyapının belirli bir biçim almasını zorunlu kılar.

Ancak, şurasını hemen belirtelim ki; biçimleniş, çağdaş insanın gereksinmelerini simgeleyen piramid'in içeriği açısından düşünülmelidir; ilkel insanın değil. Bununla bağımlı olarak ilerde yer alacak konularıda açıklığa kavuşturmak için bu biçimlenişteki temel bir ilkeyi saptamamız gerekir:

Biliyoruz ki; barınım ve beslenimi karşılayan donatım ve düzenleme, üretim yapıları açısından birbirinden farklıdır. Çünkü barınım, oda-yatak ve bunlarla bağımlı donatım ile karşılanır. Beslenme ise, mutfak-masa iskemle ve bunlarla bağımlı donatımdan oluşan bir bileşke aracılığı ile karşılanır. Her iki gereksinmeyi karşılamak için gerekli kaynaklar, ayrı ayrı olduğu gibi, üretilen mal ve hizmet de üretim yapısı açısından birbirinden farklıdır.

Ancak şu nedenlerle, barınım ve beslenme gereksinmelerine yönelik düzenlemeleri birbirinden ayrılmaz ve bileşik nitelikte kabul ediyoruz:

- (i) Turizme özgü ilişkiler, süre açısından bireyin, en az 24 saat kalışı ile oluştuğundan, bu, her iki gereksinmenin de özdeş nitelikler taşımasını koşullandırır.
- (ii) Bio-fizik varlığı sürdürmek bakımından yine her iki gereksinme aynı kişiye bağımlı olarak birlikte ve yanı zaman birimde ortaya çıkarlar.
- (iii) Sürekli oturlan yerdeki "KONUT" bir bakıma her iki gereksinmenin yani barınma ve beslenmenin birlikte karşılandığı "MEKAN" anlamındadır. "KONAKLAMA YERİ" de, geçici süre kalış nedeniyle aynı gereksinmelerin ortaya çıktığı ve karşılandığı coğrafik mekân'ı simgeler ya da bu çeşit gereksinmeleri karşılayan olanaklara sahip olduğu için, coğrafik bir mekân konaklama tesisine dönüşür.

O halde üretim yapıları ayrı olsa bile, "KONAKLAMA" durumu konuyu bir bütün olarak ele almamızı gerektiriyor. Bu nedenle de aşağıda yer alan birincil üstyapı çeşitlerini, konaklama'nın bileşik içeriğine sadık kalarak belirleyeceğiz:

c. Çeşitleri

Birincil üstyapının varlık nedeni, barınım ve beslenme gereksinmelerini karşılamak olduğu halde; gerçek yaşamda bunların birbirinden farklı düzenlemeler biçiminde ortaya çıktığına tanık oluruz. Fazla ayrıntıya girmeden bu çeşitlenmenin şu iki etmen nedeniyle oluştuğunu belirtelim:

- (i) Turist akımının yüklü olduğu gereksinmelerin farklılığı.
- (ii) Turist akımını çeken varlıklar arasındaki farklılıklar.
- (iii) Akımı oluşturan kümelerin yer değiştirim amaçları, alım güçleri toplumsal kültürleri ve sosyal statüleri arasındaki farklar.

Yukarda sıraladığımız bu üç etmen, birincil üst yapıyı kendi içinde çeşitlendirir. Bu çeşitlenme, egemen niteliklerine göre, aşağıdaki adlarla belirlenirler ve turizm endüstrisinin KONAKLAMA TESİSİ dalını oluştururlar.

(1) TATİL KÖYÜ

Adından anlaşıldığı gibi, dinlence turizmine yönelik gereksinimleri karşılamayı amaçlayan bir üstyapı çeşididir. Doğaya yönelik olduğu için kentlerden uzak kırsal yörelerde ve geniş bir alana yayılmış olarak kurulur. Buradaki GENİŞ ALAN DEYİMİ, insan-doğa ilişkisini rahatlatmaya yeter genişlikte alan anlamındadır. Böyle bir alan, kalış süresi boyunca boş zamanı doldurucu olanaklarla donatılır. Böylece konuklar, sadece güneşli hava için değil; her çeşit hava koşullarında ve günün her bölümünde oluşan boş zamanlarını, DİNLENCE amacıyla kullanabilme olanağını elde ederler.

Bir bakıma böyle bir düzenleme aşağıda değineceğimiz İKİNCİL ÜST YAPI'nın ortaya çıktığı çizgiyi de belirler.

Bir başka açıdan ise TATİL KÖYÜ kitle turizminin dayandırıldığı bir üst yapı çeşididir.

(2) DİNLENCE ŞEHİRİ

Dinlence (tatil) şehri, kırsal alanda örneğin egemen uğraşısı tarım ya da balıkçılığa dayalı yerleşik bir alanda (köy-kasaba), belirli bir plana göre yapılan yatırımlarla DİNLENCE MERKEZİ'ne dönüştürülen kent yapısında bir mekândır. Böyle bir merkez, hidromineral kaynakça (içmece-kaplıcı) zengin varlıklara sahip bir yerleşim alanında da (Romanya ve Avusturya örnekleri) oluşturulabilir.

Bu çeşit merkezlerin başat özelliği, turizm endüstrisi dışında başka uğraşların da kent yapısı içinde varlıklarını sürdürmesi ancak bunların hiç değilse dolaylı biçimde turizm endüstrisinin gelişmesine kaynaklık etmeleridir. Bu çeşit bir toplumsal yapıya sahip dinlence kentinde ikincil üst yapı, kendiliğinden oluşur ve çeşitlenir.

Öte yandan yine bu toplumsal yapısı ile, dinlence şehri, KASABALI ile KONUK'un birlikte yaşamlarını sürdürdükleri bir mekandır. Bu çeşit merkezlerde özellikle folklor içerikli düzenlemeler sürekli çekicilik ögesi olarak programlanır.

(3) BOTEL

İngilizce "Plaj" veya "kıyı" anlamına gelen "BEACH" ile "HOTEL" sözcüğünün karışımından oluşturulan BOTEL, deniz-güneş ve kum üçlüsüne dayanır. Bu bakımdan Kıyı Turizmi'ni simgeleyen birincil üstyapı çeşidi'dir.

(4) MOTEL

1946'da Amerika Birleşik Devletleri'nde ilk kez ortaya çıkan bir konaklama birimidir. Otomobil endüstrisinin hızlı gelişimine koşut, karayolları şebekesinin yayılması ve kıtalararası boyutlar kazanması, yolculukta ara konaklamaları da zorun-

lu hale getirmiştir. Bunun sonucu, ana arterler üzerinde ve kavşaklarında gecele-meye elverişli konaklatıcılar kurulmuştur. Otomobil yolculuğundan doğan bir ko-naklama nedeniyle ortaya çıktıkları için, bunu simgeleyen MOTOR ve HOTEL sözcüklerinin (MOTOR-HOTEL) karışımı, MOTEL sözcüğü, yukarıda belirttiği-miz işlevi belirtici anlamda kullanılmışlardır.

O zamandan bu yana geçen süre içinde MOTEL'in işlevi genişleyerek değişmiştir:

Birincisi, yolculukla ilgili olanıdır. Motel'in bu alandaki işlevi, ara konak-latıcılıktır. Ancak bu işlev, sadece karayolu ile değil, tüm ulaşım sistemini oluş-turan deniz, hava, kara ve demiryolu şebekelerinin birbirlerine bağlandıkları yer-ler, motel'lerin kuruluş yeri olmuşlardır. Örneğin, Limanlar, hava terminalleri tren istasyonu çevreleri, karayolu kavşak noktaları, motel için kuruluş yerleridir. Bu açıdan özellikle transit yolcuları için ARA KONAKLATICI işlevini görür. Böyle bir durum yolculukla bağımlı olduğu için, ulaşım sistemi içinde kalan motellerde konaklama süresi kısa (genellikle bir gece) dir.

İkincisi, motel'in turizm mekânındaki işlevidir. Motel'in bu anlamdaki işlevi, yerdeğiştirimin amaçladığı geçici süre kalışı sağlamaktır. Bu da yukarıda belirttiğimiz gelişimin sonunda oluşmuş bir işlevdir. Şöyle ki; ulaşım sistemi ara-cılığı ile varılabilir hale gelen doğal varlıklar, (örneğin, kumsal, orman, jeo-mor-folojik görünüm, hidromineral kaynak vb. gibi) ve tarihsel kalıntılar, çekim gücü taşıyıcılarına dönüşmüşler ve motel böyle bir bağlamda akımı alıkoyan üst yapı çeşidi olarak zinciri tamamlamıştır.

Boyutları bakımından motel, üzerine kurulduğu arazi ile birlikte düşünül-melidir. Yapı olarak en çok üç katlıdır. Motorlu taşıtların park etmesine elverişli bir alana sahip olması gereğini, bu boyut içinde ya da bu boyutun içeriği olarak değerlendirmelidir. Yine karayolu şebekesi ile ilgili olarak akaryakıt istasyonu, oto tamir ve bakım gibi yerler motel'in bölüntüleri kapsamında düşünülebilir. ARA KONAKLATICI olarak yararlanılan motellerde rahatlık'a (konfor) yönelik hizmet ve donatım en az düzeydedir. Tesisteki personel sayısının yatak başına oranının en az olduğu konaklama tesisleri bu nedenle motellerdir.

Motel'in bir başka işlevi, büyük kent için doğa bağlantısı kurmayı olanak-laştırmasıdır. Genellikle, kent merkez olmak üzere karayolu şebekesinin en çok 200-250 km. yarı çaplı bir çember içinde ortaya çıkardığı jeo-ekonomik değer-ler, merkezden optimal ıraklıkları nedeniyle birer çekim gücü taşıyıcılarına dönüşür-ler. Kent'den buraya turist akımının oluşması, motel kurulması için elverişli eko-nomik koşulları oluşturur. HAFTA SONU TURİZMİ böyle bir oluşumun ürünü-dür.

(5) OBERJ (dağ oteli), KAYAK EVİ – SIĞINAK – KLUBE

Yeryüzünün jeo–morfolojik özellikleri, birer çekim gücü etmeni olarak birincil üst yapıyı farklı biçim ve çeşitlilikte oluşturmuştur. Bunlardan birisi, DAĞ TURİZMİ dediğimiz farklı bir turizm çeşidinin gerektirdiği üst yapı biçimlenmesindeki özelliktir. Bu özellik, söz konusu turizm çeşidinde akımı alıkoyan birincil üst yapının oberj (dağ oteli), kayak evi, sığınak ve klube gibi biçimlerde oluşumunu koşullandırır.

(6) KAPLICA – İÇMECE

Hidromineral kaynakların yüklü olduğu çekim gücü, bu merkezlerdeki yapılaşma yolu ile akımı alıkoyar. Hidromineral kaynak nedeniyle birincil üst yapı, KAPLICA ve İÇMECE TESİSİ adını alır. Bunların donatımı ve sunduğu hizmet konaklama ile birlikte şifalı sulara dayalı oldukları için farklı özellikler taşır. Bu özellik, SAĞLIK TURİZMİ dediğimiz kurumsal bir oluşuma kaynaklık eder.

(7) PANSİYON

Akımı, toplulukların aile olarak yaşamlarını sürdürdüğü KONUT ÇATISI altında alıkoyan PANSİYON, birincil üst yapı çeşitlerinden biri olarak tablomuza girer.

Bu yapıda konuk, hane halkı ile birlikte onun yaşam koşullarına uyarak turizm mekânındaki geçici kalışını sürdürür. Böyle bir ortamda, turizmin toplumsal kültür alışverişine aracılık işlevi, yaşamın hemen her yönünü içerir. O nedenle pansiyon, toplumsal kültür etkileşimini ve bu yol ile toplumsal değişimi, maksimum kapsam ve içerikte hızlandırıcı bir üst yapı çeşididir.

(8) VİLLA–ŞALE (Chalet) – BUNGALOW

Bunlar, tek aile barındıran konut veya bir aile için yapılmış konut'dan türetilmişlerdir. Genellikle bahçe içinde ve bunu tamamlayıcı nitelikte öğelere yöneliktirler.

(9) MÖBLELİ DAİRE

Yine jeo–ekonomik varlıkların egemen olduğu yerlerde apartman dairelerinin belirli eşya ve avadanlıklarla donatılmasından oluşan birincil üst yapı çeşididir. Aile içindir. Hizmet üretimi genellikle konaklayanlar tarafından üretilir. Bu açıdan konaklama karşılığı alınan bedel, bir çeşit KİRA niteliğindedir.

Yukarıda 8 ve 9 üncü sıralarda yer alan VİLLA ve MÖBLELİ DAİRE'ler turizm pazarlamasında farklı bir topluluk kesimine yöneliktir. Bu kesim, gelir düzeyi yüksek, genellikle dışa kapalı, bir başka anlatımla gelenek ve göreneklerini

aile içinde sürdürmeği yeğleyen bir özellik gösterir. Böyle bir kesime çoğunlukla Ortadoğu Petrol ülkelerindeki aileler giriyor. Bu nedenle villa ve möbleli daireler, turizmde farklı yöntemlerle pazarlanırlar ve yönetilirler. Ülkemize egemen koşullar açısından Orta Doğu pazarlarına yönelişte bu toplumsal yapının ve tercihlerinin egemen etmen olarak göz önünde tutulması gerekir.

(10) ÇADIR — KARAVAN

İstenen yerde konaklama olanağı sağlayan birincil üstyapı çeşididir. Kampçılık'ı simgeleyen çadır ve karavan, birey'e belirli koşullar altında özgürce konaklama sağlar. Birey, çadırını beraberinde taşır. Karavan, bir çeşit tekerlekli konuttur. Taşıtla çekilen çeşidi yanında taşıtın kendisi konut biçimine getirilmiş de vardır. Gerek çadır, gerekse karavanın kullanımında konaklama yerinin belirli koşulları içermesi gerekir:

Bunlardan birisi, güvenlik, ikincisi, su ve yakıt gibi olanakların varlığıdır. Bu nedenle, belirli yerlerin kamp alanı olarak düzenlenmesi söz konusu koşulların gerçekleşmesi açısından gereklidir.

(11) OTEL

Birincil üstyapıyı simgeleyen varlık OTEL'dir. Bir başka açıdan turizm sektörünün fabrikasıdır, turizm endüstrisinin çekirdeğidir.

Bu fabrikada sektörün temel malı diyeceğimiz ana hizmet üretilir.

Turizmin, ekonomide HİZMET SEKTÖRÜ olarak nitelendirilmesinin nedeni budur.

Bu gerekçe, konuya daha ayrıntılı biçimde değinmemizi zorunlu kılıyor: OTEL, kökensel bakımdan kente özgüdür. Sanayi devrimi ve toplumsal değişim bu tesisi yukarıda belirttiğimiz gibi, turizm sektörünün temel kurumlarından biri haline getirirken aynı zamanda çeşitlendirmiştir de.

Önce konuyu bu açıdan inceleyelim.

(i) Konutsal Otel veya Dinlence Oteli:

Çalışan insanın dinlence gereksinimi için kabul edilmiş (15–20 gün) standart kalış süresinden daha uzun süre kalacaklar için düzenlenmiş ve buna göre donatılmış olanlara konutsal otel ya da dinlence oteli diyoruz. Böyle bir çeşidin doğmasının nedeni şudur:

Bir yandan ortalama yaş süresinin 75 yıla ulaşması; öbür yandan, erken emeklilik, birey'in yaşamında 20–25 yıla varan kesintisiz bir boş zaman boyutunu

oluşturmuştur. Birey'in ömrünün ortalama 1/3 ünü kapsayan bu sürenin, ona sahip olan tarafından kendine mutluluk verecek biçimde kullanılması turizm sektörünün konusu ve uğraşı alanı olmuştur. BOŞ ZAMAN ENDÜSTRİSİ veya BOŞ ZAMANI HARCATMA ENDÜSTRİSİ bu alana yönelik bir dal olarak turizm sektöründe yer alır.

Bu açıdan, her ülkede milyonlara varan bu durumdaki insanlar için dinlencenin içeriği, standart olandan ya da alışıla gelmişten kuşkusuz farklı olacaktır. İşte Konutsal Otel veya Dinlence Oteli, bu farklılaşımı simgeleyen gereksinmeleri karşılamayı amaçlayan özellikleri içerir bir birincil üstyapı çeşididir. Bir başka deyişle bu, nüfus piramidinde 50 ve daha yukarı yaş kesimindekilerden oluşanların yüklü olduğu ve ömürle özdeşleyen "Boş Zaman"ın harcanması gereksinmelerini karşılayıcı biçim, nitelik ve donatımın birlikte yer aldığı konaklatıcı çeşididir.

(ii) Hostellerie

Kökene bakımından mabetler çevresinde kurulan tesislerdir. Şimdi ise tarihsel kalıntılar ve anıtlar çevresinde bulunmaktadır. Dinsel Turizm'de ya da Haç Turizminde endüstrinin birincil üst yapısını simgeler.

(iii) Eurotel

Apartman örneğinde olduğu gibi, bağımsız dairelerden oluşan bir üstyapı çeşididir. Ancak, ünite olarak, EUROTEL tek bir apartman değil, değişik iklim kuşaklarına veya farklı çekim gücü içeren yerlere yayılmış apartmanlar kümesinden ya da zincirinden oluşur.

Daire sahipliği, kümenin bütünü içinde, önceden saptanan bir düzenlemeye göre değişik dairelerde kalış hakkı verir. Eurotel daireleri, gereksinmelerini karşılayacak nitelikte standart donatılmışlardır. Bu bakımdan yolculuk, beraberinde eşya taşımayı gerektirmez.

(iv) Kentsel Otel

Yoğun nüfuslu yerleşim merkezlerinin birincil üstyapısıdır.

Kentin sosyo-ekonomik, kültürel açıdan gelişmişlik düzeyi, turizmi, kente özgü çeşitlilikte oluşturur. İş Turizmi, Kongre Turizmi, Temaşa Turizmi (Spor yarışmalarını seyir, sergi, müze gezisi, tarihsel anıtları seyir vb. gibi) bunun örnekleridir. Kentsel otel bu ve benzeri nedenlerle kent'e yönelik turist akımının konaklamasını sağlayan birincil üstyapı çeşidi olarak belirir.

Buna karşın otelin kendisi, bir çekim gücü taşıyıcısıdır. Bu niteliğin her kent oteli için söz konusu olmadığını hemen ekleyelim. Başa dönersek, kente özgü toplumsal kültür, işletme, konum ve sundukları hizmet kalitesine göre bazı kent

otellerini, çekim gücü taşıyıcısına dönüştürür. Böylece kültür—kent varlığına yeni bir kaynak daha eklenmiş olur. Bu yeni kaynak, kent'de oluşan birincil üstyapının kendine özgü niteliklerinden oluşan bir çekim gücü çeşididir. Kaynağını kent'in sosyo—ekonomik ve kültürel etkinliklerinden—işlevlerinden alır.

2. İKİNCİL ÜSTYAPI

a. Kavram

Biliyoruz ki; sürekli oturlan yerde karşılanamayan gereksinmeleri, başka yörelerde karşılayabilme olasılığı, turist akımını oluşturan başat etmendir. Gereksinmelerin giderilebilmesi, doyuma ulaşabilmesi için, "geçici süre kalış" bu nedenle zorunluluk haline gelir. Başka bir deyişle bu çeşit gereksinmeleri karşılayıcı olanaklara sahip yerlerde akımın durması, yani geçici süre kalışa dönüşmesi yukarıda belirttiğimiz etmenin bir işlevidir. Bu yaklaşım, seyahatin yukarıdan beri sözünü ettiğimiz salt barınım ve beslenim gereksinmelerini geçici bir süre için başka bir yerde karşılanmasını amaçlayan bir davranış biçimi olmadığı sonucuna bizi ulaştırır.

O halde turist akımını çeken varlıklar, yer değiştirim nedeni gereksinmeleri karşılayıcı girişim ve düzenlemelerin bir çeşit ham maddesidir. Turizm endüstrisi bunlara, yer değiştirim gereksinmesini doyuma ulaştırıcı özellikler katar. Yani, birer turizm ürünü haline dönüştürür.

Sorun bu açıdan ele alınınca, akımı alıkoyan birincil üst yapının üstünde, kökendeki turizm gereksinmesinin karşılanmasına yönelik farklı bir düzenlemenin gereği ortaya çıkar.

Varlığı, birincil üst yapıya bağımlı olduğu ve ondan sonra geldiği için, yani konaklatıcının işlevinden sonra geldiği için bu kapsam ve içerikte oluşan ögeye İKİNCİL ÜST YAPI diyoruz.

Bu açıklamalara göre ikincil üstyapıyı şöyle tanımlayabiliriz: "Turist akımını çeken varlıklara, yerdeğiştirim devinimine neden gereksinmeleri karşılayıcı doğrultuda biçim veren, içerik ve nitelik kazandıran ya da bu varlıklara ulaşmayı sağlayan yapısal ve kurumsal bir oluşumdur."

Birincil kapsamı taşan düzenlemelerden sonra geldikleri için de İKİNCİL nitelikte'dirler.

Demek oluyor ki; ikincil üstyapı, turizm sektörüne hem kaynaklık eden hem de altyapısını oluşturan varlıklarla bütünleşmesini sağlayan bir köprüdür. Çünkü turist akımını çeken varlıklar, turizm sektörünün hem kaynağı hem de altyapısıdır. O halde ikincil üstyapı, turizm sektörünü kendi altyapısı ile bütünleştirir. Bu bütünleşmeyi, altyapıyı oluşturan varlıkların (yani turist akımını çeken varlıklar) coğrafik mekânın özelliğine göre değişik ağırlıklarda bileşmeler halinde ortaya çıkması süreci yansıtır.

b. İkincil üst yapıyı oluşturan ve biçimlendiren etmenler

Yukarda da açıkladığımız gibi, ikincil üst yapı, yerdeğiştirim gereksinmesini karşılayan özellik taşır. Bir başka deyişle akımı çeken ögeler, ikincil üst yapıda yer alır ve o kapsamda oluşur, yayılır, yoğunlaşır. Ancak, salt bu çeşit gereksinmelerin varlığı, ikincil üst yapının oluşması için yeterli değildir. Bunun için başka etmenlerin ortaya çıkmasına ve ikincil üst yapının oluşum sürecine katılmasına gerek vardır.

Soruna bu açıdan yaklaşırsak ikincil üst yapıyı oluşturan ve biçimlendiren etmenlerin şu ayırım içinde ortaya çıktığını saptarız:

(1) ÜLKE EKONOMİSİNİN GELİŞMİŞLİK DÜZEYİ

Ülke ekonomisinin gelişmişlik düzeyi ile ikincil üst yapının sürece katılması arasında doğrudan bir bağımlılık vardır. Konuya tersinden yaklaşırsak; gelişmemiş bir ekonomi, turist akımına ancak birincil üstyapı, yani barınma ve beslenmeyi içeren bir turizm ürünü sunar sadece. Gelişmişlik düzeyi ikincil üst yapının etkin biçimde oluşumuna yetmediği için, yerdeğiştirim gereksinmesini karşılamaya elverişli kaynaklar adeta ham madde halindedir. Teknolojik donatımı ve bilgi birikimi yeterli olmadığı için madenlerini çıkaramayan ya da işleyemeyen ekonomilerde olduğu gibi.

(2) ÇEKİMGÜCÜNÜN ÇEŞİDİ VE BOYUTLARI

Herhangi bir coğrafik mekânın içerdiği çekim gücünün niteliği, ikincil üstyapıya farklı bir biçim verir. Örneğin, çekim gücü, mekânın sahip olduğu kar plajlarından ileri geliyorsa, buradaki ikincil üstyapı, buna göre ortaya çıkar ya da, deniz-güneş-kum üçlüsü çekim gücünü oluşturuyorsa, bu yöredeki ikincil üstyapı çeşidini bunlar belirler.

Demek oluyor ki; çekim gücü taşıyıcıları arasındaki nitelik farkı ikincil üstyapılar arasındaki çeşitlenmeye neden olur.

Ancak burada bir parantez açarak şunu belirtelim ki; bazı hallerde çekim gücü taşıyıcısı, ikincil üstyapı ile özdeşleşebilir. Kıyı turizminde yer alan tesisler bu bağlamdadır.

Bu kapsam içinde belirlenmesi geçerli bir başka öge, çekimgücü taşıyıcısının boyutlarıdır. Bununla şunu demek istiyoruz:

İkincil üstyapı dediğimiz düzenlemenin ortaya çıkması için, çekim gücü taşıyıcısının optimal boyutta olması gerekir. Örneğin kar plajı'nın kayak için elverişli alan oluşturması ve engebeleri içermesi buradaki ikincil üstyapı oluşumunda bir ölçüttür. Öbür yandan, akımı çeken gücün turizm mekânındaki coğrafik yeri,

ikincil üstyapı oluşumunu belirleyicidir. Şöyle ki; konaklatıcıdan çekim gücü taşıyıcısına ulaşım için hem saat/km. cinsinden belirli bir sürenin, hem de jeo—morfolojik nitelikte engelerin aşılması gerekiyorsa, ikincil üstyapı çeşitleri söz konusu çekim gücünün coğrafik yerini ortaya çıkarır.

Örneğin Yerel ulaştırma ve bunların deniz ve kara taşıtları olarak çeşitlenmesinde bu etmen, birinci derecede etkilidir.

(3) BİRİNCİL ÜSTYAPININ KAPASİTESİ

Herhangi bir turizm mekânında birincil üstyapıyı simgeleyen konaklatıcıların turist sayısı olarak akımı alıkoyma kapasitesi (buna günlük yatak kapasitesi diyoruz.) ikincil üstyapıyı da ortaya çıkaran ve çeşitlendiren başat bir etmendir.

Bunu bir örnekle şöyle açıklayabiliriz:

Herhangi bir turizm mekânındaki konukların ancak % 10 unun geceleri dışarda bir eğlence yerine gittiği varsayılırsa her gece 500 kişinin konakladığı bir yerde gece eğlencesine yönelik istem, sayı olarak 50 kişidir. Bu amaca yönelik bir tesisin kârlılık düzeyine ulaşması için her gece en az 100 kişilik bir müşteri topluluğuna gereksinmesi varsa, 50 kişi böyle bir tesisin kârlılık düzeyine ulaşmasına yetmeyecektir. Tesis zarar ettiği için ya kapayacak; ya da o yörede böyle bir tesis hiç açılmayacaktır. O halde birincil üstyapı, 1000 kişilik bir kapasiteye ulaştığı takdirde, bu bir etmen olarak bu nitelikte bir tesisin ortaya çıkmasına elverişli ortamı hazırlar.

Demek oluyor ki; birincil üstyapının turist sayısı cinsinden akımı alıkoyma kapasitesi, ikincil üstyapının oluşumunda ve çeşitlenmesinde başat bir etmendir.

(4) KALİŞ SÜRESİNİN ORTALAMA UZUNLUĞU

Herhangi bir turizm mekânında konuklardan herbirinin ayrı ayrı gün olarak kalışlarının saptanması sonucu hesaplanan ortalama kalış süresi, belirli bir dönem söz konusu yere gelenlerin ortalama kalış süresini bir ölçüt olarak verir. Konukların harcama hacmi; bu süre ile doğru orantılıdır. Bu açıdan ortalama kalış süresi bir kârlılık faktörü olarak, hem ikincil üstyapının ortaya çıkmasına hem de çeşitlenmesine neden olur.

Turizm pazarlaması, kalışları süre açısından düzenleyen bir yöntem olarak, ikincil üstyapı oluşumunu etkiler.

(5) TURİZM MEVSİMİNİN UZUNLUĞU

Özellikle jeo—ekonomik varlıklarda çekim gücünün, iklim koşullarına göre oluştuğunu ya da hiç oluşmadığını biliyoruz. Böyle bir bağımlılık, iklime

dayalı olarak çekim gücü içeren turizm mekânında mevsim süresini belirler. Bu bağlamda iklim verileri, jeo-ekonomik varlıkların çekim gücü taşımasına ne kadar uzun süre izin veriyorsa (konaklama kapasitesi optimal düzeyde ise), ikincil üst yapının ortaya çıkışı ve çeşitlenmesi de o oranda oluşur.

Görülüyor ki; ikincil üst yapı dediğimiz öge, belirli etmenlere bağımlı olarak varlık kazandığı gibi, bu etmenlerin etkili bir yoğunlukta olup olmamalarına göre de oluşmakta ya da ortaya çıkmamaktadır.

(6) KONUKLARIN ALIM GÜCÜ

Alım gücünün düzeyi ile mal ve hizmet sunumu ve bunların hacmi, çeşitlenmesi arasındaki bağımlılık turizm ürünleri alanında da geçerlidir. Örneğin, üst gelir kesiminden gelen turist akımını alıkoyan yani konaklatan birincil ve dolayısıyla ikincil üst yapı; alt gelir düzeyindeki turist kümelerine hizmet sunanlara kıyasla daha farklı biçim, donatım, işletme özelliği ve çeşitliği gösterir. Görülüyor ki; alım gücünün sadece varlığı değil, etkili bir düzeyde olup olmaması da böyle bir bağlamda yapısal oluşumu geniş kapsamlı olarak belirler.

c. Çeşitleri

Birincil üst yapı ile organik bağıny göz önünde tutarak ikincil üst yapı çeşitleri, özgün niteliklerine göre şu başlıklar altında kümelendirilebilir:

(1) ULAŞIM SİSTEMİ

Sadece mekânlararası taşımada değil, mekân içinde de ulaşım, ikincil üst yapı çeşitlerinden en gereklisidir. Tümceyi açıklığa kavuşturalım: Eğer herhangi bir yöre, turizm mekânına dönüşmüş ise; sistem, alt yapısı, şebekeleri ve kurumlarıyla anılan yerde oluşmuş ve işlevini yapıyor demektir. Bu yaklaşımın karşıtı da doğrudur: Şöyle ki; herhangi bir yörede, ulaştırma sistemi; kurum, alt-yapı ve şebekeleriyle varsa, yörenin turizm mekânına dönüşmesi için gerekli başat koşul var demektir.

Ulaştırma sistemi genellikle turizm mekânının büyüklüğüne ve çekim gücü taşıyıcısı öğelerinin çeşitlerine ve büyüklüklerine göre kendi içinde şebeke olarak çeşitlenir ve yoğunlaşır. Bunun en çok rastlananı, deniz-kara taşıtlarından oluşandır.

Aynı kapsam içinde olmak üzere, mikro boyutlu tekneler (kayık, yelkenli, yat), otomobil, bisiklet ve motorsiklet vb., taşıtlardan kurulu bir PARK, taşıt kiralama yoluyla, yerel ulaşım sisteminin etkinliğini arttıran bir başka ikincil üst yapı ögesidir.

(2) TAŞIT BAKIM VE TAMİR İSTASYONLARI

Turizm mekânının sahip olması gerekli bir başka ikincil üst yapı, taşıtlar için bakım ve tamir istasyonlarıdır. Akımın taşınmasına irili ufaklı hemen her taşıtın katılması ve bunların farklı marka taşıtlardan oluşması sorunun çözümünde güçlük yaratır.

Bu alandaki bir başka sorun, bu istasyonların konumudur. Bozulan taşıta kısa sürede ulaşabilme, yolcunun ıssız yollarda terk edilmiş duruma gelmemesi istasyonlar için yer seçiminde önem taşır.

Öte yandan karayolu boyunca kazayı, olayı ya da gereksinmeyi istasyona ulaştıracak telefon sistemi kurulması hem sisteme işlerlik sağlar, hem de ulaşımın güvencesini oluşturur. Ulaştırma sistemini, sadece alt ve üst yapı olarak değil böyle bir donatım ve örgütlenme kapsamı ve içeriğinde kurabilen ülkeler, turizm pazarında söz sahibidirler.

(3) Jeo—EKONOMİK VARLIKLAR ALANINDA İKİNCİL ÜSTYAPI OLUŞUMU

Çekim gücünü taşıyan varlıklar olarak bunlara ulaşım ve bunlardan sağlıklı biçimde yararlanma, farklı nitelikte bir ikincil üstyapıyı gerektirir. Bunlar her jeo—ekonomik varlığın niteliğine göre, şu çeşitlilik içinde ortaya çıkarlar:

(a) Kıyı turizmde plaj tesisleri ve sudan yararlanmayı sağlayan donatım ve araçlar. Örneğin atlama kuleleri, su kayağı vb. gibi

(b) Dağ turizmde, teleferik, dişli tren, dağcılık donatımı, kazaları önleyici düzenlemeler.

(c) Kış turizmde teleferik, teleski, telesiyej, kayak donatımı.

(d) Kayak, dağcılık, yüzme öğretmenler (monitör)

(e) Termal turizmde sağlık tesisleri ve sağlık hizmetleri personeli.

Kuşkusuz bu çeşit donatımlardan yararlanmanın ya da bunlara işlerlik kazandırmanın başat koşulu, ÖRGÜTLEŞME'dir. Buna ise kurumsal bir düzenleme ile varılır. Uzmanlar, eğiticiler, denetleyiciler, teknisyenler vb., meslek elemanları, anılan kurumsal düzenlemenin vazgeçilmez kadrolarını oluştururlar.

(4) TARİHSEL NİTELİKTEKİ VARLIKLAR ALANINDA İKİNCİL ÜST YAPI

Daha önce belirttiğimiz gibi, bu çeşit varlıkların içerdiği çekim gücü, ilginin toplumsallığa dönüşmesinden, bir başka deyişle toplumsal ilgiden kaynaklanır. Ancak buradaki önemli nokta şudur:

İlginin toplumsallığa dönüştürülebilmesi için çarpıcı düzenlemelerle sunulması gerekir. Taşa, toprağa karışmış durumlarıyla kalıntılar, bu alandaki uzmanların ilgisini çekebilir. Bu kapsamda oluşan bir ilgi ise, toplumsallıktan oldukça uzaktır.

Tarihsel nitelikteki varlıklar alanında toplumsal ilgi ölçütüne göre ikincil üst yapı niteliğindeki düzenlemeler, sonsuz denecek kadar çoktur. Ancak tümünü kapsamı bakımından bunlardan başlıcaları, şöyle sıralanırlar:

- Restorasyon (Eski duruma getirme)
- Müze düzenlemesi ve hizmeti
- Ses-ışık düzenlemesi
- Tanıtıcı yayın, kroki, saydam, album, film vb.,

(5) BOŞ ZAMANI DEĞERLENDİRMEYE YÖNELİK DONATIM VE DÜZENLEMELER

Herhangi bir yanlış anlamayı önlemek için şunu belirtelim ki; bu alandaki ikincil üstyapı, yerdeğiştirim nedeni olan çekim gücüne yönelik eylemler için gerekli süre dışında kalan veya kötü havanın çevresiyle ilişkiyi kestiği hallerde ortaya çıkan boş zamana, yeni tüketim ve uğraşı alanları açmayı amaçlayan niteliktedir. Açıklamayı tamamlamak için şunu da ekleyelim ki; bu çeşit ikincil üstyapı başat çekim gücüne yönelik boş zaman harcamasını daha da etkinleştirici doğrultuda yerini alabilir, ya da bunların hepsinden bağımsız olarak, başlı başına bir çekim gücünü içerir nitelikte ve ona içerik kazandıracak kapsamda ortaya çıkar.

Bu kapsam içinde olmak üzere boş zamanı değerlendirmeye yönelik donatım-tesis ve düzenlemeler şu başlıklar altında oluşurlar:

(a) Turistin spor'a katılmasını sağlayıcı düzenlemeler

Boş zamanı doldurma alanlarından biri de spordur. Nerede bulunursa bulunsun boş zamanın belirli bir kesitinde spor, insan oğlunun geçmişten gelen bir geleneği, uğraşısı olmuştur. Turizm, bütünüyle sahip olunan boş zamanın yerdeğiştirim gereksinmelerini doyuma ulaştıran bir ilişkiler yumağının zaman içinde kapladığı yer olarak da tanımlanabilir. İkincil üst yapının işlevi budur. İşte endüstri, ikincil üst yapıya spor alanında da turistin boş zamanını ve bir bakıma yer değiştirim gereksinmesini yüklemeye işlevini vermiştir. Bunun biçimlenişi başlıca şu alanlarda ortaya çıkar:

- Avcılık
- Balıkçılık
- Kapalı alan oyunları
- Açık alan oyunları
- Atçılık v.b.,

Kuşkusuz, bu sıralamayı daha uzatmak olanaklı. Ancak ayırımdaki ölçüt, başlıktan da anlaşılacağı gibi turist'in yani geçici süre kalmak için gelmiş birey'in bu statüde spor'a katılmasını sağlayıcı düzenlemeler olarak sınırlıdır. Öte yandan bu alanda bir varlık oluşturmanın temel koşulu, her dala özgü donatım, tesis ve araç-gereçleri hazır ve işler halde tutmaktır. Uzman bir kadronun (öğretici, monitör) bu çeşit düzenlemelerdeki önemi, katılmayı olabildiğince genişleterek kişi başına harcamayı arttırır.

(b) Görsel ve işitsel düzenlemeler

Bu kümeyi oluşturan başlıca çeşitler şunlardır:

- Sinema, tv-video saydam gösteriler
- San'at yapıtları sergileri
- Tiyatro, bale, opera
- Müzik gösterileri
- Spor gösterileri

Yukardaki ayırımında temel ölçüt, turistin seyirci durumunda olduğu, herhangi bir uğraşıya katılmadığı hallerde boş zamanın doldurulmasını amaçlayıcı düzenlemelerin belirlenmesidir.

(c) Kültürel alanda düzenlemeler

Buradaki temel amaç, farklı toplumsal kültürle yüklü akımın, bu alandaki gereksinimini boşaltacak düzenlemelerdir. Böyle bir yaklaşımı yukarda (b) kesimdekilerle birlikte de düşünebiliriz. Ancak turistin seyirci değil, uğraşıya katılmasını amaçladığı için düzenleme bakımından ayrı bir kümede gösterilmesini yeğledik.

Bu açıklamadan yola çıkarsak kültürel alandaki düzenlemelerin şu çeşitlilikte olduğu sonucuna varırız:

- Kitaplıklar
- Yazılı basın sunan düzenlemeler
- Fotograf çekimini sağlayıcı araç-gereç (kamera, film vb.) ve düzenlemeler (film yıkama, baskı vb.)
- Seramik, resim, yontu, müzik vb., alanlarda uğraşı fırsatları veren düzenlemeler

Kuşkusuz bu kapsamdaki uğraşı alanlarını kültürel ölçüt'e göre çoğaltmak olanaklıdır.

(d) Kalıcı nitelikteki nesnelerin sunumu

Turizm amaçlı yer değiştirimde alış-veriş dediğimiz ilişki de vardır. Kendi ülkesinde, ya da oturduğu yerde hiç bulamadığı; pahalıya alabildiği nesneler, bu

çeşit ilişkiyi başlatabildiği gibi; anı niteliğindeki nesnelere de bu kapsamda düşünülebilir. Özellikle bu sonuncusu, bir çeşit folklor olarak değer alır bu bağlamda. Turizm endüstrisi yönünde ise bu çeşit uğraşlar, HEDİYELİK EŞYA başlığı altında toplanır.

Konu; önce bir endüstri sonra toplumsal kültür etkileşimi kapsamında ortaya çıktığı için, burada bırakmayarak biraz daha deşelememiz gerekiyor:

Bilindiği gibi kalıcı nitelikte nesnelere olan hediyelik eşyanın farklı iki duyarlı yönü vardır: Birisi, turist açısından olanıdır. Bu yön, ALINMAYA DEĞER NESNENİN ARANMASI, BULUNMASI gibi bir tavır olarak belirir. Böyle bir tavrın dayandığı temel ölçüt, oturma yerinde bulunmayan, ya da çok pahalıya sağlanan nesnelere dir. İkinci yön ise SUNUM'daki tavır ve bunun gerisindeki varsayımlardır. Yalın anlamı ile, akımı kabul eden topluluk için SATILMAYA DEĞER NESNELER'in sunumunda odaklaşır. Kuşkusuz bu, varsayımsal bir yaklaşımdır. Piyasa mekanizmasında olduğu gibi, iki tavır arasında uyum varsa, alış-veriş ilişkisi kurulur. Ancak burada sonucu beklemek yerine, sonucu tarafın üretimine ve çeşitlerine bir pazar araştırmasının bulgularına göre yön vermesi, izlemesi gerekli en doğru yoldur.

Piyasa ekonomisi dışında görülmekle birlikte bu kapsam içinde yasaların tanımladığı anlamda KAÇAKÇILIK olgusu da yer alır. Eski eser kaçakçılığından, uyuşturucuya kadar geniş bir alana yayılan bu süreç, çoğunlukla turizm amaçlı yerdeğıştirim maskesi gerisinde oluşur. Akımın geliş-gidişini ve dolaşımını engellemeden bu alanı denetimde tutmak, ulusal örgütlerin özenle üzerinde durması gerekli bir sorun olduğu kadar; başarısı, uluslararası işbirliğine ve bunun etkin biçimde sürdürülmesine bağlıdır. Bir başka deyişle ülkelerin sorumlu kamu örgütleri kaçakçılığın ulaştığı evrensel boyutlar karşısında sadece kendi sınırları içinde kalarak dışarıya gözlerini kapayamazlar.

Buradan hediyelik eşya konusuna dönelim:

Uygulamada, bu çeşit nesnelere ve hediyelik niteliğini de aşarak başka nesnelere sunumu, genellikle şu düzenlemelerle yürütülmektedir:

– Gümrüksüz satış mağazaları (Duty Free Shops) – Bunlar, döviz karşılığı satış yapan yerlerdir.

– Hediyelik – Hatıra eşyası mağazaları.

Bu çeşit nesnelere iç piyasaya geçmemesi (özellikle döviz karşılığı satılanların) için satışların, "sınır dışı teslim" yöntemi ve düzenlemesi ile desteklenmesi gerekir.

(e) Şans oyunları

Şansa bağımlılık ve bunu çeşitli yöntemlerle – süreçlerle deneme (fal dahil), ilkel yaşamdan bu yana önemini yitirmeyen bir olgudur. Bu olgunun turizmde de yeri var. Çünkü turist kümeleri içinde doğrudan böyle bir gereksinimin baskısı altında yer değiştirenler, seyahat edenler olduğu gibi, yabancı olduğu yerde şansını deneme tavrı içine girenlerin, az sayıda olmadığı biliniyor.

Endüstri açısından ise konu, böyle bir eğilimi ekonomiye katkı biçiminde değerlendirmeyi amaçlayan bir düzenlemede odaklaşıyor. Böyle bir amacın gerçekleşmesi şans oyunlarının DENETİMLİ yapılmasına bağlıdır. Pasaport ve yabancı para, uygulamadaki denetim ölçütleridir.

BOŞ ZAMANI DEĞERLENDİRME başlığı altında ele aldığımız yukardaki konuların bir düzenleme ve örgütlenme olarak aldığı ve alması gerekli biçimleri saptamaya çalıştık. Ancak, politikanın amaçladığı doğrultuda ulusal ekonomiye maksimum katkısının sağlanması için anılan düzenleme ve örgütlenimin; **KURUMSAL** bir temele oturtulması gerekir. Bir başka deyişle, boş zamanı değerlendirme ve bu yol ile ekonomiye katkı süreci, kurumsal bir yapı içinde ele alınabiliyorsa; daha açıkcası sorun, gelişi güzel – rastgele – günlük ve dağınık değilde, tüm boyutlarıyla değerlendirilebiliyorsa; bu alandaki ikincil üst yapının oluşumu hızlanır ve çeşitler arasındaki bağ, anlamlı biçimde kurulur. Bu oluşumun her evresinde yer alması gerekli bir başka kurum; **TERCÜMAN VE REHBERLİK**'tir. Turist kümelerinin düzenli ve bilinçli olarak bu alanlara yönlendirilmesi kadar, yerel topluluğun etkileşimdeki davranışlarını yönlendirmede de böyle bir kurumun derinlere inen işlevi vardır.

(6) **YERDEĞİŞTİRİMLE BAĞIMLI OLMAYAN BAŞAT
GEREKSİNİMLERİ ÇÖZÜMLEYİCİ İKİNCİL ÜST YAPI**

Yukardaki başlığı açıklamamız gerekir: Turizm oturma yerinde karşılanamayan gereksinimlerden kaynaklanır. Bu ilkeyi, yeri geldikçe yineledik. Ancak insanın, canlı bir yaratık olarak kendisi ve sosyal bir varlık olarakda toplum üyesi niteliği gereği, öyle gereksinimleri oluşmuştur ki; bunlar hem süreklilikleri hem de bireyle özdeşmeleri nedeniyle ondan ayrı düşünülemezler. İşte yerdeğiştirimde bu çeşit gereksinimlerin karşılanması gündeme girer. Bir başka deyişle bu çeşit gereksinimleri karşılayıcı olanak ve donatıma sahip turizm mekânları, akımı çekmede, öbürlerine kıyasla üstün gelirler. Çünkü, bunların karşılanması turiste bir çeşit iç huzuru güven ve esenlik verir; tedirginlik etmenlerini siler.

İkincil üst yapı kümesi içinde varsaydığımız bu olanak ve düzenlemelerin başlıcaları şu çeşitlilikte ortaya çıkarlar:

- (a) Sağlık hizmetleri (dispanser, hastane, eczane),
- (b) Çocuk bakım yerleri ve hizmetleri,

- (c) Çocuk eğlence yerleri (Açık ve kapalı oyun yerleri),
- (d) Ev hayvanını bırakma ve bakım yeri ve hizmetleri,
- (e) Konukların haberleşmesini sağlayan PTT hizmetleri,
- (f) Giyim eşyasını, onarım ve temizletme hizmetleri,
- (g) Saç ve cilt bakımı yerleri,
- (h) Beden bakımını ve temizliğini sağlayan hizmetler
- (i) Tüm bunlarla ilgili nesne ve öznelere konuklara ulaşmasını düzenleyen örgütler:

Belirli alanlarda kümeleyerek sıraladığımız ikincil üstyapı çeşitleri ne bu kadardır; ne de bu kadar kalacaktır. Önce turizm pazarını besleyen toplumsal yaşam; sonra turizm mekânının içerdiği doğal ve toplumsal varlıkların içeriği, boyutları ve nitelikleri hem ikincil üstyapı oluşum sürecinin hem de çeşitliliğinin etmenleridir.

Öbür yandan ikincil üstyapının yukardan anahatlarıyla belirttiğimiz çeşitliliğini ve oluşum sürecini turizm planıcıları yanında işletmecileri, tüm içerik ve boyutlarıyla bilmek zorundadırlar.

d. İkincil üstyapının işlevi

İkincil üstyapının turizm sektörü içindeki işlevini aşağıdaki ayırım içinde saptayabiliriz.

(1) TURİZM MEKANI BAKIMINDAN

İkincil üstyapının turizm mekânında turist akımını alıkoyan varlığı oluşturu bir öge olarak başat işlevi kalış süresini uzatmaktır. Bunun etkisi, turizm mekânına başlıca şu doğrultularda yansır:

(a) Konaklama tesislerinde kapasite kullanımı artar

İster turizm ister başka bir girişimde olsun, kurulu kapasitenin giderek artan bir oranda kullanımı, yani üretim sürecine sokulması, sonuçta kârın yükselmesine ve dolayısıyla gelirin artmasına dönüşür.

Turizm endüstrisi için de geçerli olan bu kural, mekânsal açıdan düşünlüğünde, akımla birlikte taşınan alım gücünün, kapasite kullanımının yükselmesi yoluyla artması yani mekâna yönelik parasal akım hacminin genişlemesiyle sonuçlanır. Kuşkusuz böyle bir sürecin getirdiği, turizm mekânındaki gelirlerin artması olarak ekonomiye yansır.

(b) Konukların harcamalarını çoğaltır—kamçılar

Harcama hacmi, kalış süresi ile orantılı olduğuna göre, geceleme sayısındaki artış, doğrudan konukların harcamalarını da genişletici doğrultuda yansır. Sonuç turizmden beklenen parasal akımın fazlalaşmasıdır.

(c) *Yeni harcama alanları açar*

Konaklama tesisi, barınım ve beslenme gereksinmesini sağladığı için, konuk bakımından belirli ve zorunlu bir harcama alanıdır zaten. İkincil üstyapı ise, yer-değiştirim gereksinmelerini karşıladığı için daha farklı bir harcama alanı olarak ortaya çıkar.

İkincil üstyapıdaki çeşitlenme ise, doğru orantılı olarak konukların harcama hacmini genişletir. Sonuçta, turizm mekânına yönelik parasal akımın hacmi genişlemiştir.

(d) *Turizm mevsimini uzatır*

İkincil üstyapı, yeni ve aynı zamanda yan çekim öğeleri ve alanları açarak, örneğin kötü hava nedeniyle konukların açık havada sürdürdükleri eylemlerinin kesildiği hallerde, ortaya çıkan boş zamanın başka alanlarda değerlendirilmesine harcanmasına olanak verir.

Bu olanak, kötü hava koşulları nedeniyle turizm mekânının boşalmasını engellediği gibi, yeni çekim alanları yarattığı için de turizm mevsimini uzatır. Böyle bir oluşum kuşkusuz turizm mekânına doğrudan bir parasal katkı olarak girer.

(e) *Yeni uğraşı alanları açar*

Herhangi bir turizm mekânındaki ikincil üstyapının kendisi yeni bir uğraşı alanıdır. Bunun kendi içinde çeşitlenmesi ise, yeni yeni uğraşı alanlarının ve iş-güç çeşitlerinin ortaya çıkmasına neden olur.

Bunun turizm mekânındaki etkisi, yeni istihdam alanları olarak işgücü istemini arttırması, yani yeni iş alanları açılmasıdır.

(2) *KONUKLAR BAKIMINDAN*

İkincil üst yapının konuklar bakımından işlevini şöyle vurgulayabiliriz.

(a) *Yer değiştirim gereksinmelerini karşılamayı sağlar*

Yukardanberi tüm açıklamalarımız bu noktada odaklanıyor. Herhangi bir gereksinimi karşılayan ona uygun kaynak ya da ürün olduğuna göre, ikincil üstyapı yerdeğiştirim gereksinmesi karşılığı bu kaynağı turizm ürününe dönüştürür ve sunar.

(b) *Boş zaman harcama alanlarını çeşitlendirir*

Tek çekim gücüne, örneğin sadece deniz'e dayalı bir boş zaman harcama alanı yerine, hem deniz dışında hem de çeşitli nedenlerle denizden yararlanılmadığı hallerde ortaya çıkan boş zamanı, konuklara harcatmak olanağını verir. Kısaca

dinlence gereksinmesini karşılar. Konukluk süresini kısa kesmeyi önlediği gibi, boş oturmaın yarattığı olumsuz etkiyi giderir.

B. KURUMSAL YAPI OLARAK BİÇİMLENİŞ

Devlet düzeni içinde yaşayan toplumlarda ekonomiyi oluşturan sektörler eylem ve işlemlerini belirli kurallara dayandırır. Bu kurallar bütününe sektörlerin KURUMSAL YAPISI diyoruz.

Turizm sektörü'nde, kendine özgü belirli kaynakları kullanırken, bu kurumsal yapıya dayanır ve buna göre biçim alır. Bir başka deyişle turizm sektörünün de kurumsal bir yapısı vardır.

Şimdi bunu görelim.

1. Hukuk Düzeni

Burada siyasal rejimler tartışması yapmadan hukuk düzeni kavramından, sadece, kaynakların kullanımında dayanan hukuk düzenini anladığımızı belirtelim. Yine konuya, hukuk düzeninin kaynağına inmeden ve bunun tarihsel evrimi ile ilgili gelişmeleri dışarda bırakarak sadece, sektörün kaynak kullanımı ile ilgili olanlarıyla sınırlayacağız.

Bu çerçeve içinde kalarak turizm sektörünün dayandığı hukuk düzenini oluşturan öğeleri şöyle belirleyebiliriz.

a. Altyapı niteliğinde hukuk düzeni

Ülkenin nüfus ve doğa olarak kaynakları ve ulaştırma sistemi, tüm sektörlerin yararlandığı altyapıyı oluşturduğuna göre, aynı noktadan hareketle, yine tüm sektörlerin dayandığı bir hukuk düzeni de vardır. Ayrıcısız her sektör, buna dayandığı için de, söz konusu hukuk düzeni altyapı niteliğindedir.

Konuyu soyutluktan kurtarmak için ülkemizdeki örneklerden yola çıkalım:

Toplumu, örgütlerini ve yaşamını tümü ile kapsayan yasalar, ANAYASA başta olmak üzere, alt yapı niteliğindeki hukuk düzenini oluştururlar. Bu yaklaşıma göre, Medeni kanun, Borçlar kanunu, Ticaret kanunu, İş kanunu, Vergi kanunları, Ceza kanunu, Sosyal Sigortalar kanunu, vb. gibi yasalar, turizm ile birlikte tüm sektörlerin yararlandığı hukuksal nitelikteki altyapıyı oluştururlar.

b. Üstyapı niteliğindeki hukuk düzeni

Sektörlerin özgün kaynaklardan yararlanması, sektöre özgü hukuk düzenine dayalıdır. Örneğin, madencilik sektörü'nün maden çıkarma işlerini, Maden Kanunu;

Petrol işlerini de Petrol Kanunu düzenler. Bunlar bir bakıma her sektöre özgü kaynak kullanımında ve sektörlerin işleyişinde hukuksal dayanağı oluştururlar ve kökünde Anayasa ile genel yasalara dayandıkları için üstyapı niteliğindeki hukuk düzenini simgelerler.

Bu açıdan, Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu, Seyahat Acentalar Kanunu ve aynı alandaki tüzük ve yönetmelikler, Turizm Sektörü'nün hukuksal nitelikteki üstyapısını oluşturur ve sektör bu hukuk kuralları içinde işler.

Kuşkusuz her sektör için olduğu gibi; turizm sektörü için de yasal çerçevenin statik nitelikte olmadığını hemen belirtmeliyiz, Toplumsal değişim ve günün gerekleri yukardaki çerçevenin kapsamını ve içeriğini sürekli değiştirir.

2. Örgütleşim.

Kaynak kullanımı bir girişim olarak örgütlenmeyi de gerektirir.

Kaynağın ve sektörün ülke ekonomisindeki ve uluslararası ekonomik ilişkilerdeki önemine göre örgütleşim değişik boyutlarda ortaya çıkar.

Turizm bu açıdan hem ulusal hem de uluslararası alanda örgütleşmiş bir sektördür.

Önce, ulusal alandaki örgütleşime değinelim.

Sektörün bu alandaki örgütleşimini yatay açıdan şu ayrıntılar içinde saptıyoruz:

a. Merkezi idare düzeyinde örgütleşim

Resmi adıyla, "Turizm Bakanlığı"⁽¹⁾ Sektörün, merkezi idare düzeyinde örgütleşimini simgeler. Bunun yanında, Devlet Planlama Teşkilatı, Maliye, Orman, Bayındırlık, Millî Eğitim, Ulaştırma, İmar ve İskan ve benzer bakanlıklar, turizm sektörünün kaynak kullanımını düzenleyen merkezi idare örgütleridir.

b. Yerel yönetim düzeyinde örgütleşim

Bunu, merkezi hükümetle hukuksal ilişkisi açısından iki ayrı kümeye bölebiliriz: Birisi, Merkezi İdarenin Yerel birimleridir. Örneğin sınır kapılarındaki merkezi idare örgütleri (gümrük, maliye, sağlık, emniyet vb. gibi) kolluk kuvvetleri, trafik'i düzenleyen kuruluşlar, sağlık hizmetlerini yürütmekle görevli kuruluşlar, PTT, vb. gibi.

(1) İlerdeki adının ne olacağı bilinmediği için sadece "Turizm Bakanlığı" deyimini kullandık.

Turizm'le ilgili ikinci küme yerel yönetim birimleri, karar organları halk tarafından seçilenlerdir. Bunlar içinde en etkeni belediyelerdir. Sektörün gerek kaynak kullanımında, gerekse üstyapı kuruluşlarının işleyişinde belediye etkili bir örgüt olarak tabloda yer alır.

c. Sendikal alanda örgütleşim

Turizm sektörünün yararlandığı kaynaklar arasında işgücüde vardır. İş ve işçi ilişkisi bu açıdan çalışan ve çalıştıran olarak sendikal alanda örgütleşimi gerektirir.

DOKUZUNCU BÖLÜM

ULUSLARARASI ÖRGÜTLEŞİM

Turizmin yeryüzü ölçeğinde yayılışı, değişik alanlarda ve konularda kurumların oluşumuna yol açmıştır.

Sektörün bu açıdan kurumsal örgütlenişi, bir bakıma evrensel çaptaki önemini de vurguladığı için ayrı bir sıralama içinde sunmayı yeğledik.

I. DEVLETLERARASI KURULUŞLAR

A. BİRLEŞMİŞ MİLLETLER

Barış ve güvenliğe, insanlar ve uluslararası karşılıklı anlayışı geliştirmekle varılabileceği gerçeği, bu evrensel örgütün turizm sektörüyle ilgilenmesinin kökensel nedenidir.

Soruna bu açıdan yaklaşım, Birleşmiş Milletleri, uluslararası insan devinimini zorlaştıran engelleri kaldırıcı önlemleri üye devletlere önermek doğrultusunda çalışmalara yöneltmiştir.

İkincisi, Birleşmiş Milletler turizmi bir sektör olarak da uğraşı alanına almıştır. Böylece örgüt, turizmi yetki alanına giren bir konu olarak saptamış, ve bunun ekonomik, sosyal ve kültürel yönleriyle ele alınmasında, EKONOMİK ve SOSYAL KONSEY'i görevlendirmiştir.(1)

1. Dünya Turizm Örgütü (WORD TOURİZM ORGANİZATİON)

Her ülkede bakanlık ve benzeri (bizde Turizm ve Tanıtma Bakanlığı) Turizm örgütlerinin üyelikleri ile oluşan bir kuruluştur.

(1) Örneğin, uluslararası turizm devinimini kolaylaştırmak için 1963 yılında toplanan Ticaret ve Turizm Konseyi bu kapsamda ilk çalışmadır. Toplantıya, 87 üye devletle birlikte, Birleşmiş Milletlere bağlı 5 uzman kuruluş, Avrupa Ekonomik Topluluğu, OECD gibi 7 devletlerarası kuruluş ve 14 uluslararası nitelikte kurum katılmıştır.

Amacı, üye devletlerin turizm politikalarını, turizm sektörünü ve Dünya turizmini geliştirecek doğrultuda koordine etmek, ve ülkeler arası işbirliğini sağlamaktır. Merkezi Madrid'dedir.

2. Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET)

İlki altı Avrupa Ülkesi (Batı Almanya, Fransa, İtalya, Belçika, Hollanda, Lüksemburg) arasında (Ocak 1958 de) ekonomik bileşmeyi amaçlayan bir örgüttür.

Bu kapsam içinde üye devletlerin bir yandan turizm sektörlerinin bütünleşmesini; öbür yandan da turist akımının serbestçe dolaşımı amaçlanmaktadır.

3. Ekonomik İşbirliği ve Gelişme Teşkilatı

(ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT – OECD)

Türkiye'nin de üyesi olduğu 24 devlet arasında ekonomik işbirliğini ve gelişmeyi sağlamak amacıyla kurulan bu örgüt'ün ilgi alanına, turizm sektörü de girmektedir. Örgüt üye ülkeler ekonomilerini oluşturan sektörleri çalışma konusu olarak seçtiği için, turizm bakımından da kuruluş amaçları doğrultusunda çalışmalar sürdürmektedir.

Bu çalışmaların yan ürünü olarak "OECD üyesi ülkelerin uluslararası Turizmi ve Turizm Politikası" adlı rapor yıllık olarak yayınlanmaktadır.

B. DEVLETLERDİŞİ KURULUŞLAR

Bunları yönelik oldukları ilgi alanları açısından kümelendirerek belirleyeceğiz.

1. Genel Turizm Konularıyla Uğraşanlar

a. Uluslararası Turizm Akademisi

Amacı, turizm eğitim ve öğretimini yaymaktır. 1951 yılında MONTE-CARLO'da kurulmuştur.

b. Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Örgütü (AIEST)

1949 yılında İsviçre (Bern)de kurulmuştur. Örgütün amacı, turizmle ilgili sorunların bilimsel açıdan incelenmesi için, uluslararası konferanslar ve tartışmalar düzenlemektir.

Üyeleri, turizm alanında bilimsel araştırma yapanlarla, bu çeşit çalışmaları teşvik ve kolaylaştıran gerçek kişilerdir.

c. Uluslararası Turizm Birliği (AIT)

1898 yılında kurulan örgütün amacı, uluslararası turizmi geliştirmektir. Bunun için birlik, ulusal turizm örgütleri arasında eşgüdüm sağlamaya çalışır ve bu doğrultuda önerilerde bulunur. Merkezi İşviçre (Genevre) de dir. Birlik, vüye ülkelerdeki, otomobil, bisiklet, kamp—karavan—yat klüplerinin, ve Turing Klüp lerinin üye olduğu bir federasyon niteliğindedir. Bu açıdan 75 ülkede 132 üye klüp den oluşan bir örgüt'e sahiptir.

d. Parlamentolararası Turizm Örgütü (AIDT)

1949 yılında kurulmuştur. Merkezi Belçika (Brüksel) da dır. Amacı, turizm sorunlarının parlamentoya benimsetilmesi ve yaşama organlarında çözümlenmesini sağlamaktır.

e. Uluslararası Turizm Gazeteleri ve Yazarları Federasyonu (FIJET)

Merkezi Fransa (Paris) da dır. Federasyon'un amacı her ülkede turizm yazarlarının ve gazetelerinin etkili görev yapmalarını sağlamak ve bu alandaki sorunların, ulusal ve uluslararası düzeyde tartışılmasını sağlamaktır.

f. Uluslararası Skal Klupleri Birliği

Merkezi Fransa (Nice) da dır. 1973 yılında kurulmuştur.

Birlik, turizm uzmanlarıyla bu alandaki meslek sahipleri arasında dostluk anlamına gelen "SKAL" klup'lerinin federasyonudur. Amacı, üye ülkelerdeki SKAL Club'ler arasında turizm çalışmaları, mesleki dayanışmaları açısından birlik sağlamak; üyelerine tatil evleri yapmaktır.

Ülkemizdeki SKAL CLUB, birliğin üyesidir.

2. Ulaştırma Konularıyla Uğraşanlar

a. Uluslararası Havayolu Taşıması Örgütü (IATA)

1945 yılında KÜBA (Havana) da kurulmuştur. Amacı, güvenli düzenli ve ekonomik havayolu taşımasını geliştirmek; işletmeler arasında, tarife, zamanlama vb. gibi konularda işbirliğini sağlayarak, havayolu taşımasını uluslararası düzeyde standartlaştırmaktır.

b. Uluslararası Havacılık Federasyonu (FAI)

1946 da Fransa (Paris) da kurulmuştur.

- Yasa, İbrahim., Türkiye'nin Toplumsal Yapısı ve Temel Sorunları, TODAİE, Ankara 1970.
- Yavuz, Fehmi., Keleş, Ruşen., Geray, Cevat., Şehircilik Sorunları, Uygulama ve Politika, AÜSBF, No. 358, Ankara, 1979.
- Yavuz, Fehmi., Çevre Sorunları, AÜSBF No. 385, Ankara, 1975.
- Devlet Planlama Teşkilatı., Kalkınma Planları ve Yıllık Programlar, 1963 – 1972.
- International Union Of Official Travel Organisations., Economic Review of World Tourism in 1971, Geneva, 1972.
- Economic Review of World Tourism in 1972, Genova, 1973.
- Organisation For Economic Co-operation and Development., Tourism In OECD Countries In 1976, Paris, 1976.
- Tourism In OECD Countries In 1981, Paris 1972.
- Dictionnaire Internationale du Tourisme., L'Academie Internationale du Tourisme, Monte Carlo 1953.
- International Travel Statistics, Definition and Applications of Terms, IUOTO, Geneva 1973.

c. Uluslararası Turizm Birliği (AIT)

1898 yılında kurulan örgütün amacı, uluslararası turizmi geliştirmektir. Bunun için birlik, ulusal turizm örgütleri arasında eşgüdüm sağlamaya çalışır ve bu doğrultuda önerilerde bulunur. Merkezi İşviçre (Genevre) de dir. Birlik, vüye ülkelerdeki, otomobil, bisiklet, kamp-karavan-yat klüplerinin, ve Turing Klüp lerinin üye olduğu bir federasyon niteliğindedir. Bu açıdan 75 ülkede 132 üye klüp den oluşan bir örgüt'e sahiptir.

d. Parlamentolararası Turizm Örgütü (AIDT)

1949 yılında kurulmuştur. Merkezi Belçika (Brüksel) da dır. Amacı, turizm sorunlarının parlamentoya benimsetilmesi ve yaşama organlarında çözümlenmesini sağlamaktır.

e. Uluslararası Turizm Gazeteleri ve Yazarları Federasyonu (FIJET)

Merkezi Fransa (Paris) da dır. Federasyon'un amacı her ülkede turizm yazarlarının ve gazetelerinin etkili görev yapmalarını sağlamak ve bu alandaki sorunların, ulusal ve uluslararası düzeyde tartişılmasını sağlamaktır.

f. Uluslararası Skal Klupleri Birliği

Merkezi Fransa (Nice) da dır. 1973 yılında kurulmuştur.

Birlik, turizm uzmanlarıyla bu alandaki meslek sahipleri arasında dostluk anlamına gelen "SKAL" klup'lerinin federasyonudur. Amacı, üye ülkelerdeki SKAL Club'ler arasında turizm çalışmaları, mesleki dayanışmaları açısından birlik sağlamak; üyelerine tatil evleri yapmaktır.

Ülkemizdeki SKAL CLUB, birliğin üyesidir.

2. Ulaştırma Konularıyla Uğraşanlar

a. Uluslararası Havayolu Taşıması Örgütü (IATA)

1945 yılında KÜBA (Havana) da kurulmuştur. Amacı, güvenli düzenli ve ekonomik havayolu taşımasını geliştirmek; işletmeler arasında, tarife, zamanlama vb. gibi konularda işbirliğini sağlayarak, havayolu taşımasını uluslararası düzeyde standartlaştırmaktır.

b. Uluslararası Havacılık Federasyonu (FAI)

1946 da Fransa (Paris) da kurulmuştur.

Federasyonun amacı; sivil havacılığı geliştirmek, hava ulaşımını düzenlemek, özel uçuşları teşvik etmek, ulusal havacılık klüplerine yardım etmek; uçuş sporlarını ve havayolu taşımasıyla turizmi teşvik etmek ve karayolu trafiğini düzenlemektir.

c. Amerikalılararası Otomobil Klüpleri Federasyonu (FIAC)

Merkezi Arjantin (BUENOS – AİRES) de dir.

Amacı, Amerikalılararası otomobil turizmini geliştirmek; sınır ve transit geçişlerini kolaylaştırmak; her ülkedeki, sınır formalitelerini ve işlemlerini ortak esaslara göre düzenlemek ve karayolları şebekesinin kurulmasına yardımcı olmaktır.

d. Dünya Turing ve Otomobil Örgütü (OTA)

Federasyon niteliğinde bir kuruluştur. Üyeleri, Uluslararası Otomobil Federasyonu (IAF), Uluslararası Turizm Birliği (AIT), ve Amerikalılararası Otomobil Klüpleri Federasyonu (IFAC) dir.

Örgütün amacı, üye kuruluşların eylemleri arasında eşgüdüm sağlamak, ortak çıkarlarını korumaktır. Örgüt özellikle gümrük formaliteleri sorunlarıyla ilgilenir.

Ülkemizdeki "Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu" birliğin üyesidir.

3. Konaklama Konularıyla İlgili Olanlar

a. Uluslararası Otelcilik Örgütü (AIH)

1869 da Fransa (Paris) da kurulmuştur.

Amacı, otelcilik mesleğinin sorunlarını incelemek, uluslararası turizmle ilgili otel sorunlarını çözümlenmek, ulusal otelcilik örgütleri arasında birlik kurmak ve otellerle seyahat acentaları arasındaki ilişkileri düzenlemektir.

b. Uluslararası Kamp ve Karavan Federasyonu (FICC)

1932 de Lüksemburg'da kurulmuştur.

Federasyonun amacı çeşitli ülkelerde kampa elverişli yerler ve bunlardan yararlanma koşulları konusunda bilgi toplamak, değerlendirmek üye derneklere duyurmak uluslararası nitelikte kamp ve karavan gezileri düzenlemek; kampçılığın ve karavancılığın uluslararası düzeyde geliştirilmesidir. Türkiye Kamp Karavan Derneği, federasyonun üyesidir.

4. Pazarlama Konularıyla Uğraşanlar

a. Dünya Seyahat Acentaları Örgütü (WATA)

1949 da İsviçre (Genevre) de kurulmuştur. Amacı üye ülkelerdeki seyahat acentaları arasında ekonomik ilişkileri düzene koymak, meslek alanında acentalararası işbirliğini sağlamak; uluslararası turizmi geliştirmektir.

b. Uluslararası Seyahat Acentaları Federasyonu (FIAV)

1919'da Belçika (Brüksel) de kurulmuştur.

Amacı ulusal seyahat acentaları arasında birlik kurmak; üyelerinin uluslararası çıkarlarını korumak; seyahat acentalarıyla ilgili uluslararası nitelikteki turizm sorunlarını çözmek; seyahat acentalarına uygulanan farklı tutumları düzeltmektir.

c. Amerikan Seyahat Acentaları Birliği (ASTA)

1940 yılında ABD (Newyork) de kurulmuştur.

Üyeleri Amerika kıtasındaki seyahat acentalarıdır. Amacı, Uluslararası Seyahat Acentaları Federasyonunun aynıdır.

5. Turizmle Dolaylı Biçimde İlgili Olanlar

a. Tabiatı Koruma Uluslararası Birliği

1948 de İsviçre (Morges) de kurulmuştur.

Amacı, yeryüzündeki yaban hayatı ve onun doğal çevresini korumak; bununla ilgili eğitim programlarını hazırlamak uluslararası nitelikte anlaşma tasarıları hazırlamaktır.

Türkiye Tabiatı Koruma Derneği, Birliğin üyesidir.

b. Uluslararası Dağcılık Birliği (ULAA)

Merkezi İsviçre (Genevre) de dir.

Amacı, dağcılığın geliştirilmesi, yayılması için çalışmalar yapmak; yardım araçlarını ve yöntemlerini geliştirmek; dağ varlığı olarak Tabiatın korunmasını sağlamaktır.

Yukarda sıraladıklarımız ne ilgi alanları ne de sayıları bakımından bu kadar değildir. Biz konuyu sınırlayarak başlıcalarını belirtmekle yetindik.

Demek oluyor ki; Turizm bir yanda altyapısını oluşturan kaynak öbür yanda, kaynakların kullanımını düzenleyen kurumsal temeli ve birincil ve ikincil üstyapı kurumlarıyla gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde genişliğine ve derinliğine örgütlenmiş bir sektördür.

BİBLİOGRAFYA

- Demir, Ahmet., Çağdaş Teknolojik Gelişmeler, AÜSBF, No. 352, Ankara, 1972.
- Eralp, Ziya., Turizmin Toplumsal Değişime Sosyo Ekonomik Etkisi, AÜSBF, 374, 1974.
- Eralp, Ziya., Turizm Ekonomisi ve Politikası, 2 cilt (Teksir), Ankara 1978.
- Eralp, Ziya., Türk Ekonomisinin Ana Hatları, Devlet Maliyesi Bütçe ve Milli Gelir, Ankara, 1954.
- George E. Bean., Turkey An Archeological Guide, London 1966.
- George E. Bean., Turkey's Southern Shore, An Archeological Guide, London 1968.
- Guyer E, Feuler., Handbuch der Schweizerischer Volks wirt schaft, Bern 1905.
- Gözübüyük, A. Şeref., Türkiyenin İdari Yapısı, TODAİE, Ankara, 1971.
- Hegeland, Hugo., The Multiplier Theory, Lund, 1954.
- Hunziker, Walter., Betriebswirtschaftslehre des Fremdenverkehrs, Band I, Bern, 1959.
- Keleş, Ruşen., Eski Ankarada Bir Şehir Tipolojisi, AÜSBF Yayınları, No. 314, Ankara, 1971.
- Keleş, Ruşen., Şehirciliğin Kuramsal Temelleri, AÜSBF Yayınları, No. 332.
- Libera, K., Historical Developmen Lof Role of Tourism, IUOTO Geneva 1963.
- Mathiot, George., Le Tourisme Receptif Francais, Nancy 1945.
- Norval, A. J., The Tourist Industry, A NAtional and International Survey, Isaac Pittman and Sons Ltd., London, 1936.
- Ogilvy, F. W., The Tourist Move ment, An Economic Study, London 1933.
- Park and Burgess., The City, University of Chicago Press Chicago and London, 1970.
- Piccard Edmund.,Revue Economique International, Bruxelles 1910.
- Pöschl, Arnold Ernst.,Fremdenverkehr und Fremdenverkehrs Politik, Berlin 1962.
- Schmiedhauser., Marktforschung Im Fremdenvenkehr, Verbanddruckerei, A.G. Bern, 1962.
- Selen, Hamit Sadi., Türkiye Coğrafyasının Ana Hatları, Ankara, 1954.
- Schüllern, Herrman., Handbuch für National Ökonomie und Statistik, Wien, 1910.
- Travel and Tourism Encyclopedia, London 1959.
- Ölgener, Sabri F., Milli Gelir, İstihdam ve İktisadi Büyüme, İOİF No. 175, İstanbul 1966.

Yasa, İbrahim., Türkiye'nin Toplumsal Yapısı ve Temel Sorunları, TODAİE, Ankara 1970.

Yavuz, Fehmi., Keleş, Ruşen., Geray, Cevat., Şehircilik Sorunları, Uygulama ve Politika, AÜSBF, No. 358, Ankara, 1979.

Yavuz, Fehmi., Çevre Sorunları, AÜSBF No. 385, Ankara, 1975.

Devlet Planlama Teşkilatı., Kalkınma Planları ve Yıllık Programlar, 1963 – 1972.

International Union Of Official Travel Organisations., Economic Review of World Tourism in 1971, Geneva, 1972.

----- Economic Review of World Tourism in 1972, Genova, 1973.

Organisation For Economic Co-operation and Development., Tourism In OECD Countries In 1976, Paris, 1976.

----- Tourism In OECD Countries In 1981, Paris 1972.

Dictionnaire Internationale du Tourisme., L'Academie Internationale du Tourisme, Monte Carlo 1953.

International Travel Statistics, Definition and Applications of Terms, IUOTO, Geneva 1973.

YAZAR

KİTABIN ADI

KİTABIN GERİ
Verileceği Tarih

KİTABI ALANIN ADI

A. O. İLİM
Kütüphanesi



Dr. ZİYA ERALP, Siyasal Bilgiler Fakültesi'nden 1943 yılında mezun olduktan sonra, Maliye Bakanlığı'nda çalışma yaşamına girdi.

1951-52'de ABD - Department of Commerce (Ticaret Bakanlığı)'de Milli Gelir ve Uluslararası Para Fonu (IMF)'nda Ödemeler Dengesi üzerinde hizmet içi eğitim gören Dr. ZİYA ERALP, bu çalışmaların bilimsel hazırlığını ise, Washington ve Wisconsin üniversitelerindeki kurs ve seminerlerde tamamlamıştır. 1954 yılında yayımlanan TÜRK EKONOMİSİNİN ANA HATLARI - MİLLİ GELİR ve DEVLET BÜTÇESİ (Maliye Bakanlığı Yayını: No. 56) adlı yapıtı bu çalışmaların ürünüdür.

1955-57 yılları arasında Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu (Cenevre) Planlama Dairesi'ne uzman olarak atanan Dr. Zİ-

YA ERALP, bu süre içinde Türkiye, Bulgaristan, Yunanistan, Yugoslavya ve Güney İtalya'yı kapsayan entegre TURİZM GELİŞİM PROJESİ üzerinde çalışmıştır.

1961 yılında Devlet Planlama Teşkilatı Genel Sekreterliği görevine getirilmiş; yönetim işleri yanında Turizm Sektörü ve Dış Ticaret Özel İhtisas Komisyonları Başkanlıklarını üstlenmiş, sektör program ve raporlarını hazırlamıştır. Bunun yanında Bakanlar Kurulu düzeyinde oluşturulan Turizm Koordinasyon Kurulu Genel Sekreterliği görevini yapmıştır.

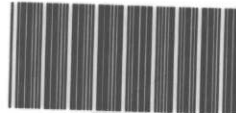
Öte yandan, Birinci Beş Yıllık Plan Kararı olarak, başlatılan MERKEZİ HÜKÜMET TEŞKİLATI KURULUŞ VE GÖREVLERİ ARAŞTIRMA PROJESİ (MEHTAP)'inde Yönetim Kurulu Üyesi ve Bölüm Yöneticisi olarak görev yapmıştır. Bu çalışmanın devamını ABD'de sürdüren Dr. ZİYA ERALP, burada Management and Manpower Utilization konulu bilimsel çalışmalara katılmış ve daha sonra, Birleşik Devletler Federal Kurumları kapsamındaki yeniden düzenleme uygulamalı çalışmalarında yabancı uzman olarak görev yapmıştır.

1965 yılında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı görevine getirilen Dr. ZİYA ERALP, aynı zamanda TRT Yönetim Kurulu Üyeliğine atanmıştır.

1968-69 ders yılında bürokrasiden ayrılarak Basın-Yayın Yüksek Okulu ve Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi (Gazi Üniversitesi)'nde Turizm Ekonomisi ve Politikası dersi öğretim görevliliğini üstlenmiştir.

1970-71 ders yılında DOKTORA ÖĞRENCİSİ olmuş, 1973 yılında TURİZMİN TOPLUMSAL DEĞİŞİME SOSYO EKONOMİK ETKİSİ (AÜ SBF Yayını No. 37) adlı yapıtı ile SİYASAL BİLİMLER DOKTORU ünvanını kazanmıştır.

1978-80 döneminde Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Müsteşarlığı görevine atanan Dr. ZİYA ERALP, halen Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksek Okulu'nda Kamusal Tanıtma - Turizm dersi öğretim görevlisidir.



0002320