

T.C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ YAYINI NO: 2606
AÇIKÖĞRETİM FAKÜLTESİ YAYINI NO: 1574

TURİZM SOSYOLOJİSİ

Yazarlar

Prof.Dr. Muammer TUNA (Ünite 1, 2, 4, 8)

Doç.Dr. Aslıhan Aykaç YANARDAĞ (Ünite 3, 5, 6, 7)

Editör

Prof.Dr. Muammer TUNA



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Bu kitabın basım, yayım ve satış hakları Anadolu Üniversitesine aittir.
“Uzaktan Öğretim” tekniğine uygun olarak hazırlanan bu kitabın bütün hakları saklıdır.
İlgili kuruluştan izin almadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kayıt
veya başka şekillerde çoğaltılamaz, basılamaz ve dağıtılamaz.

Copyright © 2012 by Anadolu University

All rights reserved

No part of this book may be reproduced or stored in a retrieval system, or transmitted
in any form or by any means mechanical, electronic, photocopy, magnetic tape or otherwise, without
permission in writing from the University.

UZAKTAN ÖĞRETİM TASARIM BİRİMİ

Genel Koordinatör

Doç.Dr. Müjgan Bozkaya

Genel Koordinatör Yardımcısı

Arş.Gör.Dr. İrem Erdem Aydın

Öğretim Tasarımcıları

Doç.Dr. Müjgan Bozkaya

Arş.Gör.Dr. İrem Erdem Aydın

Grafik Tasarım Yönetmenleri

Prof. Tevfik Fikret Uçar

Öğr.Gör. Cemalettin Yıldız

Öğr.Gör. Nilgün Salur

Dil Yazım Danışmanı

Okt. Serdar Şen

Grafiker

Ayşegül Dibek

Kitap Koordinasyon Birimi

Uzm. Nermin Özgür

Kapak Düzeni

Prof. Tevfik Fikret Uçar

Öğr.Gör. Cemalettin Yıldız

Dizgi

Açıköğretim Fakültesi Dizgi Ekibi

Turizm Sosyolojisi

ISBN

978-975-06-1292-3

1. Baskı

Bu kitap ANADOLU ÜNİVERSİTESİ Web-Ofset Tesislerinde 3.500 adet basılmıştır.
ESKİŞEHİR, Haziran 2012

İçindekiler

Önsöz	vii
-------------	-----

Turizm Sosyolojisinin Ortaya Çıkışı, Gelişimi ve Genel Çerçevesi	2
GİRİŞ	3
TURİZM OLGUSUNUN ANLAMSAL ÇERÇEVESİ	4
TARİHSEL SÜREÇTE TURİZM OLGUSUNUN GELİŞİMİ	7
TURİZM SOSYOLOJİSİ	9
Ücretli İzinler	10
Boş Zaman	11
TURİSTİK DAVRANIŞIN KÖKENİ	12
TURİZMİN DEĞERLER SİSTEMİ BOYUTU	12
Özet	15
Kendimiz Sınayalım	17
Yaşamın İçinden	18
Okuma Parçası	18
Sıra Sizde Yanıt Anahtarı	19
Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı	19
Yararlanılan Kaynaklar	20

1. ÜNİTE

Turizm Olgusunun Tarihsel Arka Planı	22
GİRİŞ	23
TARİHTE TURİZM FAALİYETİNE İLİŞKİN İLK ÖRNEKLER	23
Sümerler	24
Eski Mısır	25
Antik Roma ve Helenistik Dönemde Anadolu'da Turizm	27
ORTA ÇAĞDA TURİZM	30
AYDINLANMA VE RÖNESANS	31
OSMANLI ETKİSİ	32
SANAYİ DEVRİMİ	33
Özet	36
Kendimizi Sınayalım	38
Yaşamın İçinden	39
Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı	39
Sıra Sizde Yanıt Anahtarı	40
Yararlanılan Kaynaklar	41
Ek 1	42
Ek 2	43

2. ÜNİTE

Turizm, Boş Zaman ve Rekreasyon	44
BOŞ ZAMAN NEDİR?	45
Boş Zaman Kavramının Tarihsel Gelişimi	45
Boş Zaman Kavramının Temel Özellikleri	48
Boş Zaman Kavramının Turizm Çalışmalarındaki Yeri	48
REKREASYON NEDİR?	49
Rekreasyon Kavramının Ortaya Çıkışı	49
Rekreasyon Kavramının Temel İşlevleri	51

3. ÜNİTE

Rekreasyon Kavramının Turizm Çeşitliliğine Etkisi.....	52
YENİ BİR TURİZM TÜRÜ OLARAK SPOR TURİZMİ	53
Spor Turizminin Belirleyicileri	53
Dünyada ve Türkiye’de Spor Turizmi	54
BOŞ ZAMAN VE REKREASYONUN TURİZM PLANLAMASINDAKİ YERİ	55
Turizm Piyasasında Yeni Talepler	55
Gedik Pazarların Saptanması ve Geliştirilmesi	57
Özet	58
Kendimizi Sınayalım	59
Yaşamın İçinden	60
Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı	61
Sıra Sizde Yanıt Anahtarı	61
Yararlanılan Kaynaklar.....	62

4. ÜNİTE

Turizmin Gelişmesinin Sosyo-Kültürel Etkileri..... 64

GİRİŞ	65
TURİZMİN TOPLUMSAL BOYUTU	68
TURİZMİN TOPLUMSAL ETKİLERİ	70
SOSYO-KÜLTÜREL ÇEVRE ÜZERİNE OLAN ETKİLER	74
KENTSEL ÇEVRE ÜZERİNE OLAN ETKİLER	76
TURİZM REKABETİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER	78
Özet	79
Kendimizi Sınayalım	80
Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı	81
Sıra Sizde Yanıt Anahtarı	81
Yararlanılan Kaynaklar.....	82

5. ÜNİTE

Kültür ve Turizm Etkileşimi..... 84

TURİZM VE KÜLTÜR İLİŞKİSİ.....	85
Turizmin Tanımı.....	85
Kültürün Tanımı.....	86
Turizm ve Kültür Arasındaki Zorunlu Bağ	86
Kültüre Yönelik Ekonomik ve Sosyolojik Yaklaşımlar	88
KÜLTÜRÜN, TURİZMİN GELİŞMESİNDEKİ ROLÜ	89
Yerel Kültürel Kaynaklar	89
Otantiklik	90
Bir Turizm Türü Olarak Kültür Turizmi.....	91
TURİZM VE KÜLTÜR ARASINDAKİ KARŞILIKLI İLİŞKİ	91
Turizmin Kültür Üzerindeki Etkisi.....	91
Turizme Dayalı Toplumsal Değişim: Kültürel Etkileşim (Cultural Interaction).....	92
KÜRESEL TURİZM VE YEREL KÜLTÜR ÇATIŞMASI.....	93
Gelişmiş Ülkelerde Küresel Turizmin Yarattığı Tehditler	93
Gelişmekte Olan Ülkelerde Küresel Turizmin Yarattığı Tehditler	94
YEREL KÜLTÜRÜ KORUMAYA YÖNELİK ÖNLEMLER	95
Özet.....	97
Kendimizi Sınayalım.....	98
Yaşamın İçinden.....	99
Okuma Parçası	100

Kendimizi Sınavalım Yanıt Anahtarı	101
Sıra Sizde Yanıt Anahtarı	101
Yararlanılan Kaynaklar.....	102

Turizmde İş-Emek Piyasası..... 104

6. ÜNİTE

TURİZM SEKTÖRÜNÜN YAPISAL ÖZELLİKLERİ	105
Küresel Turizmin Yapısı	105
Turizm Hizmetlerinin Çeşitliliği	106
Mevsimsellik	106
Mekânsallık	107
TURİZM İSTİHDAMININ ÖZELLİKLERİ	107
Esneklik.....	109
Kayıt Dışılık	110
Düzensizlik	111
Mevsimsellik	111
Kadın Emeginin Yaygınlığı	111
Emek Piyasasının Çok Parçalı Yapısı.....	113
Emeğin Sosyal Yapısı / Bileşimi.....	113
TURİZMDE FARKLI İŞÇİ TİPLERİ	114
Yerel İşçiler.....	114
Yerel İşletmeciler/Serbest Çalışanlar	115
Göçmen İşçiler	116
Kent İşçileri.....	117
TÜRKİYE'DE TURİZM İSTİHDAMINDA KARŞILAŞILAN SORUNLAR	118
Alaylı-Okullu Çatışması/ İstihdam Piyasasında Rekabet.....	118
Üniversite-Sektör İş Birliğinde Eksiklik.....	118
Yüksek İş Değiştirme Oranı (Turnover Rate).....	119
Özet	121
Kendimizi Sınavalım	122
Yaşamın İçinden	123
Okuma Parçası	123
Kendimizi Sınavalım Yanıt Anahtarı	124
Sıra Sizde Yanıt Anahtarı	124
Yararlanılan Kaynaklar.....	125

Küreselleşme ve Turizm..... 126

7. ÜNİTE

KÜRESELLEŞME NEDİR?	127
Küreselleşmenin Temel Özellikleri	127
Küreselleşmenin Olumlu ve Olumsuz Etkileri	128
Küreselleşmenin Turizm Üzerindeki Etkisi.....	129
KÜRESEL PİYASA AĞININ YERELE ETKİSİ	130
Küresel Tüketim Kültürünün Yükselişi.....	130
Küresel Hizmet Standartları ve Yerel Kültüre Etkisi	132
Yerel Turizmde Gelir Kaçışı Sorunu (Leakage Problem)	133
KÜRESEL TURİZMİN ÖZELLİKLERİ	134
Yeni Turizm Türleri.....	134
Yeni Bir Turist Anlayışı.....	135
MEKÂN, KÜLTÜR, TÜKETİM: TURİZMİN YENİDEN İNŞASI	136
Destinasyonun Tanımlanması.....	136
Metalaşma Sürecinin Tehditleri	137

KÜRESEL TURİZMDE PLANLAMA VE YÖNETİM	138
Karlılık ve Sürdürülebilirlik İkilemi.....	138
Ekonomik Aktörler ve Politik Aktörler: İş Birliği mi Rekabet mi?	139
Özet	141
Kendimizi Sınayalım	142
Yaşamın İçinden	143
Okuma Parçası	143
Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı	144
Sıra Sizde Yanıt Anahtarı	144
Yararlanılan Kaynaklar.....	145

8. ÜNİTE

Turizm Gelişiminin Çevresel Etkileri..... 146

GİRİŞ	147
ÇEVRE VE TOPLUM	148
TURİZM VE ÇEVRE.....	148
TURİSTİK YERLERİN KONUMLARININ TANIMLANMASI	150
TURİZM GELİŞİMİNİN ÇEVRE ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	151
Doğal Çevre.....	152
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE EKO-TURİZM	152
TURİZMDE ÇEVRE YÖNETİMİ	155
Su Yönetimi	157
Su Kalitesinin Artırılması	157
Enerji Yönetimi	158
Enerji Yönetimi Programı	158
Katı Atıklar ve Atık Yönetimi	159
Atık Denetimi	160
Ürün Satın-Alımı	160
Gürültü Kirliliği ve Yönetimi	160
İŞLETME YÖNETİMİ	161
ÇEVRE YÖNETİMİ SİSTEMİNİN KURULMASI	161
ÇEVRESEL ETKİ DEĞERLENDİRME	162
TÜRKİYE'DE EKO-TURİZM	162
SONUÇ.....	163
Özet	164
Kendimizi Sınayalım	165
Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı	166
Sıra Sizde Yanıt Anahtarı	166
Yararlanılan Kaynaklar.....	167

Önsöz

Yirmi birinci yüzyılın ilk on yılında, trilyon doları aşan ekonomik büyüklüğe ve bir milyarı aşan ziyaretçi sayısına ulaşmış olan uluslararası turizm faaliyeti birçok boyutları ile birlikte tartışılan bir konu haline gelmiştir. Öncelikle ekonomik boyutu ile dikkat çekmekte olan turizm faaliyeti, giderek artan ölçüde toplumsal boyutu ile de dikkat çeker hale gelmiştir. Ekonomik boyutu ile ele alındığında turizm daha çok, yarattığı ekonomik katma değer, sağladığı döviz girdisi ve istihdam olanakları gibi olumlu boyutları ile gündeme gelmektedir. Bununla birlikte turizm toplumsal boyutları ile tartışıldığında ise, sosyo-kültürel değerlerin deforme ve dejenere olması, geleneksel yaşam biçimi formlarının bozulması, iş ve çalışma biçimlerinin yok olması, arazi rantından kaynaklanan kısa sürede hızlı zenginleşme sonucu oluşan tüketim kalıplarında ortaya çıkan hızlı ve dengesiz değişimin yarattığı olumsuz etkiler de gündeme gelmektedir.

Yukarıda genel çerçevesi, çizilmiş turizm olgusunun ekonomik ve diğer boyutları başka başlıklar altında tartışılmaktadır. Bu kitapta ise turizm olgusunun toplumsal boyutu tartışılacaktır. Geniş kapsamlı olarak inter-disipliner bir bakış açısıyla incelenmesi söz konusu olan turizmin en önemli boyutlarından birisi de toplumsal boyutudur. Bu anlamda, turizm sosyolojisi, ekonomik ve diğer boyutlarının yanı sıra aynı zamanda bir toplumsal olgu olan turizm olgusunun toplumsal boyutunu konu edinir. Turizm sosyolojisi, turizm olgusunun toplumsal boyutunu incelerken, bu incelemeyi hem üretim (arz) boyutuyla hem de tüketim (talep) boyutuyla yapar. Yukarıda değinilen genel çerçeve içinde, turizm sosyolojisi öncelikle turizmin gelişmesiyle birlikte, bir turizm yöresinde ortaya çıkan toplumsal ve kültürel değişimler, turist davranışı, turist memnuniyeti, çalışan davranışı, yerli halk ile turist arasındaki toplumsal ilişkiler, turizmin küreselleşme boyutu, iş-emek piyasası gibi konuları inceler. Yukarıda değinilen konuların yanı sıra, turizmin kitleselleşerek toplumsal bir boyut kazanması, turizm sosyolojisinin ortaya çıkışı ve gelişimi, turizm ve tatil olgusunun tarihsel gelişimi, turizm, boş zaman ve rekreasyon ve turizmin çevresel boyutları da kitapta yer alan tartışmalar arasında yer almıştır.

Editör

Prof.Dr. Muammer TUNA



Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Turizmin ortaya çıkışını ve gelişmesini değerlendirebilecek,
- Turizmin toplumsal boyutunu değerlendirebilecek,
- Turizm sosyolojisinin ne olduğunu açıklayabilecek,
- Turizm ve ücretli izinlerin ilişkisini açıklayabilecek,
- Boş zamanlar kavramını tanımlayabilecek,
- Turizmin davranışsal boyutunu tanımlayabilecek,
- Turizmin değerler sistemi boyutunu değerlendirebileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Turizmin Toplumsal Boyutu
- Turizm Sosyolojisi
- Ücretli İzin
- Boş Zaman
- Turizmin Davranışsal Boyutu
- Turizmin Değerler Sistemi

İçindekiler



Turizm Sosyolojisinin Ortaya Çıkışı, Gelişimi ve Genel Çerçevesi

GİRİŞ

Toplumsal bir olgu olan turizmin, sadece ekonomik boyutları ile ele alınıp anlaşılması mümkün değildir. Bu noktadan hareketle ortaya çıkmış olan turizm sosyolojisi, bu kitabın konusunu oluşturmaktadır. Kitabının ilk ünitesinde, turizm sosyolojisinin ortaya çıkışı, genel çerçevesi, turizmin toplumsal boyutu ve bu boyutun genel olarak turizmin anlaşılması açısından niçin önemli olduğu gibi konular tartışılmıştır. Bu bağlamda, turizm sosyolojisi en genel anlamda, turizm olgusunun sosyolojik bir bakış açısı ile incelenmesi olarak ifade edilebilir. Bu ünitenin temel amacı; turizm ve toplum arasındaki karşılıklı ilişkilerin genel çerçevesini çizmek ve turizm olgusunun toplumsal boyutları ile birlikte daha iyi anlaşılmasını sağlamaktır. Bu ünite, kitabın ileriki ünitelerinde ayrıntılı olarak ele alınacak olan, turizmin sosyal bir olgu olarak ele alınması, turizmin tarihi, turizmin modern yaşamdaki işlevi, boş zaman kavramı, sürdürülebilirlik, sürdürülebilir turizm ve sürdürülebilir toplum gibi konulara da kısmen değinilecektir.

Salt ekonomik değil, aynı zamanda toplumsal ve çevresel boyutları da olan turizm, farklı boyutları ile ele alınması gereken bir olgudur. Bu bağlamda, turizmin çevresel ve toplumsal boyutu bu kitabın ileriki ünitelerinde ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Ancak bu ünite, turizm sosyolojinin temel ortaya çıkış gerekçesini oluşturan, turizmin toplumsal boyutuna kısaca değinilmiştir. Sektörler sınıflamasında, hizmet sektörü içinde yer alan turizm sektöründe, üretilen hizmetlerin üretilmesi ve tüketilmesi sürecinde birçok faktörün dikkate alınması gerekmektedir. Bu faktörlerin ayrı ayrı her biri ve toplam olarak hepsi birden üretilen hizmetin kalitesini ve verimliliğini belirlemekte, bu iki faktör de sonuç olarak turizm sektöründen üretilen ekonomik katma değeri belirlemektedir. Bu bağlamda bir “hizmet” (*service*) olan turizmin üretilmesi sürecinden tüketilmesi sürecine kadar birçok faktör etkili olmakla birlikte, tüm söz konusu faktörleri doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen temel bir faktörden söz etmek olasıdır; o da turizmin insan ilişkileri boyutu ya da toplumsal boyutudur. Bu bağlamda, turizm sektöründe hizmeti üretenler (turizm sektörü çalışanları) ve tüketenler (turistler) arasında bir toplumsal mübadele ilişkisi söz etmek olasıdır. Bu noktada, turizmden elde edilen gelir büyük ölçüde üretilen hizmetin kalitesine, üretilen hizmetin kalitesi de turistler ile turizm sektörü çalışanları arasındaki toplumsal ilişkinin düzey ve kalitesine bağlı olmaktadır.

Turizm sadece ekonomik değil aynı zamanda toplumsal boyutları da olan ve toplumsal boyutları ile birlikte anlaşılması gereken bir olgudur.

Turizm bir ekonomik mübadele ilişkisi olmasının ötesinde, turist ile yerli halk arasındaki bir sosyal ilişkidir.

Turizm sosyolojisi, turizmin toplumsal boyutunu hem arz yönüyle hem de talep yönüyle inceler.

Turizm günümüzde yüz milyarlarca dolarlık bir ekonomik büyüklüğe ulaşmış olan çok boyutlu küresel bir sistemdir.

Bunun yanında turizm olgusu tüm dünyada büyük ölçüde biçim ve içerik değiştirmiş ve turistlerin talep ve beklentileri de değişmiştir. Bu bağlamda turizm açısından temel faktörler olan doğa, tarih, çevre, kültür ve sanat gibi faktörler vazgeçilmez birer nitelik kazanmıştır. Doğal çevre, tarih ve kültürel değerler artık turizm açısından birer seçenek olmanın ötesinde, vazgeçilmez nitelikte önem kazanmışlardır. Dolayısıyla doğal çevrenin korunması, turizmin doğal çevreye zarar vermeden hatta doğal çevre ile iç içe bir yapı ve içerik kazanması, turizmin sürdürülebilirliği bağlamında gündeme gelmiş olan olgulardır (Tourism and the Environment in Europe, 1995:7-9).

Batılı ülkelerin çoğunda, çoğu kişi tatil için, kendi ülkesinin dışına hatta kendi kıtasının dışına gitmektedir. Bu yüzden turistik amaçla gerçekleştirilen yolculuklar (mobilizasyon) küresel bir fenomen hâline gelmiştir. Turizm küresel bileşenleriyle birlikte, küresel bir hizmet sektörü olarak kavranmalıdır. Turizm, dünyanın en büyük küresel servis sektörü olarak değerlendirilebilir.

TURİZM OLGUSUNUN ANLAMSAL ÇERÇEVESİ

Turizm, geniş kapsamlı ve değişik boyutları olan bir olgu olduğundan, turizmin kavram olarak tanımlanmasından önce, turizmin ne olduğuna ilişkin bir sorgulama yapmak gerekirse şöyle bir görünüm ortaya çıkar. En genel anlamda, bir nüfus hareketi olan turizm, insanların barış zamanında gerçekleştirdikleri en geniş kapsamlı yer değiştirme hareketi olarak anlaşılabilir. Turizm aynı zamanda bir ticari ve bunun ötesinde, sosyal mübadele (alış-veriş) biçimidir. Turizm, turizm faaliyetleri açısından üretici konumda olan ülkeler için bir ekonomik ve sosyal gelişme yolu olabileceği gibi, diğer ekonomik sektörler açısından yıkıcı etkiler yaratmasından dolayı, ekonomik olarak bir çöküş anlamına da gelebilir. Turizm yarattığı ekonomik olanaklardan dolayı toplumsal ve ekonomik sorunları çözebilecek olan bir mucize olabileceği gibi; çalışanlar açısından düşük ücretlerle, uzun ve zor çalışma koşullarından dolayı bir tür yeni “kölelik” biçimi de olabilir. İyi planlanmış bir turizm gelişimi, gelecek için bir tür mucize ya da strateji niteliği taşıyabilir. Bu anlamda turizm, gelişmekte olan ülkelerin sosyo-ekonomik gelişmelerini sağlayacak ve onları gelişmiş ülkeler kategorisine yükseltecek bir tür gelişme pasaportu olabilir. Turizm yarattığı iş ve istihdam olanaklarından dolayı, gelişmekte olan ülkelerin alt toplumsal sınıfları için bir toplumsal ve ekonomik gelişme yolu olabileceği gibi, turizm sektörüne aşırı bağımlılıktan dolayı, diğer sektörlerin gelişememesi sonucu, söz konusu alt sınıflar için daha kötü sonuçlar da doğurabilir. Tüm bunların ötesinde, turizm ulusal ekonomilerin, uluslar üstü bir yapıya doğru değişimini ve böylelikle sermayenin, uluslararası ticaretin ve uluslararası politik-askeri sistemin gelişmekte olan ülkelere doğru yayılımını da ifade eden bir “mega sistem” niteliği taşımaktadır.

SIRA SİZDE



Bir “mega sistem” olarak turizm nedir?

Tüm farklı boyutları ile birlikte ele alındığında turizm, devasa boyutlara sahip bir ekonomik sektör ve bir toplumsal mübadele biçimidir. Turizm ve seyahat endüstrisi günümüzde petrol ve otomobil endüstrisi ile birlikte dünyadaki en büyük üç ekonomik sektörü oluşturmaktadır. 1994 yılında dünyadaki iş gücünün yaklaşık % 6.5’i turizm sektöründe çalışmakta ve uluslararası düzeyde 528 milyon turist bu sürece katılmaktaydı ve bu sektör 321 milyar Amerikan Doları üretmekteydi. Buna karşın XXI. yüzyılın ilk on yılında seyahat eden turist sayısı bir milyarı aşmış,

dünya iş gücünün % 10'dan fazlası bu sektörde çalışmakta ve turizmden elde edilen gelir 1 trilyon doları aşmış bulunmaktadır. Böylelikle turizm sektörü, muhtemelen küresel ekonominin en büyük sektörlerinin başında gelmektedir.

Turizm yüz milyarlarca dolarla ölçülen bir ekonomik sektör olduğundan, birçok ulusal ekonomiye çok önemli katkılar sağlamakta yüz binlerce kişi bu sektörde istihdam olanağı bulmaktadır. Dolayısıyla turizmin üretim, tüketim ve pazarlama boyutları göz önünde bulundurulduğunda devasa ve kompleks bir altyapıdan söz etmek mümkündür.

Yukarıda kısaca turizm boyutlarına değinilmiştir. Şimdi de turizmin ne olduğu ve nasıl bir toplumsal olay ve olgu hâline geldiğine yakından bakmak gerekmektedir. Turizm, insanların normal iş ve yaşam alanlarının dışına, geçici olarak seyahat etmeleri ve bu seyahatleri sırasında gerçekleştirdikleri konaklama ve diğer tüm faaliyetlerinin karşılanması da kapsayan aktivitelerin toplamı olarak tanımlanabilir (Mathieson ve Wall, 1982). Daha ayrıntılı olarak turizm faaliyetinin tanımlanmasına bakıldığında ise turizm şu şekilde tanımlanabilir: Turizm insanların normal yaşam alanından uzaktaki bir yaşam alanında, "turistik bir dünya"daki yaşamını, buradaki ilişkileri, organizasyonu ve bunlar arasındaki karşılıklı ilişkileri kapsar. Bu ilişkiler ancak bütüncül ve bilgi temelli bir bakış açısı ile anlaşılabilir (Apostolopoulos ve diğ., 1996:2).

Turizm modern toplum insanının başlıca boş zaman faaliyetlerinden birisidir. Modern toplum insanının fiilen üretim sürecinin dışında bulunduğu zaman dilimi dışında, bulunduğu yerden başka bir yere gezip görme, dinlenme, eğlenme ve benzeri amaçlarla gitmesi olgusuna genel olarak turizm denir. Bu noktada bir toplumsal olgu olarak coğrafi hareketlilik olgusu gündeme gelmektedir. Bu bağlamda seyahat, turizmin önemli bir boyutunu oluşturmaktadır. Ancak kavramsal olarak turizm faaliyetini tanımlamak söz konusu olduğunda, konaklama seyahatten daha önemli bir yer tutmaktadır. Turizm genel olarak modern insanın boş zaman faaliyetlerinden birisi olarak değerlendirilmekle birlikte, daha geniş kapsamlı olarak değerlendirildiğinde, sağlık ve iş amacıyla özellikle kongre ve toplantı amacıyla düzenlenen gezilerin oluşturduğu faaliyetleri kapsar.

Kavramsal boyutta turizmin tanımlanması, bu kavramın bileşenlerinin de ele alınmasını gerekli kılmaktadır. Turizm kavramı ekonomik yönden ele alındığında, bir sektör olarak hizmet sektörü içinde yer alır. Bir hizmet olarak turizm, üretim ve tüketim boyutlarına sahiptir. Başka bir deyişle üretilen hizmetin bir üreticisi bir de tüketicisi vardır. Burada, üreticileri, turistik işletmelerin sahip ve yöneticilerinden, her düzeydeki hizmetlisine kadar hizmet üreten tüm bireyler olarak anlamak gerekir. Tüketici boyutunda ise genel olarak turist dediğimiz (yerli ve yabancı turist) kişi ve kişiler yer alır. En basit anlamıyla turistler ile turizm sektörü çalışanları arasında bir ekonomik mübadele ilişkisi vardır. Turizm sektörü çalışanları bir hizmet üretirler ve turistler bu hizmeti para karşılığı satın alırlar. Böylelikle turist ile yerli halk arasında, bir ekonomik mübadele ilişkisi ortaya çıkar. Ancak turist ile halk arasındaki ilişkinin çerçevesi, basit bir ekonomik mübadele ilişkisi olmanın ötesine geçer ve giderek bir etkileşim ilişkisine, sosyal ilişkiye dönüşür. Dolayısıyla, turizmin sadece ekonomik boyutuyla ele alınması, turizmin değerlendirilmesi açısından eksik ve yanıltıcı olabilir; bu nedenle turizmin toplumsal boyutuyla da ele alınması gerekmektedir. Turizm ekonomik bir olay ve olgu olmasının ötesinde ve belki de bundan çok daha önemli olarak toplumsal bir olay ve olgudur. Toplumsal bir olay ve olgu olarak turizm, bireysel düzeyde, birbirini daha önce hiç tanımayan iki insanın yüz yüze gelmesi ve etkileşime geçmesini ifade eder. Grup ve toplum düze-

Turizm, bulunulan yerden başka bir yere, para kazanma amacı gütmeyen; gezip, görme, eğlenme, dinlenme amacıyla belirli bir süreliğine gidip hedef gerçekleştirildikten sonra geri dönmektir. Ancak turizm aynı zamanda, söz konusu faaliyetlerin yanı sıra, yerli halk ile turistler arasındaki ilişkileri de ifade eder.

yinde ve özellikle dış turizm gündeme geldiğinde, iki farklı grup insanın, toplumun, ulusun, hatta daha geniş boyutta ele alındığında iki farklı kültürün bir araya gelmesi, temasa geçmesi söz konusudur. Toplumsal bir olgu olarak dış turizm söz konusu olduğunda, farklı dil, din ve kültüre sahip insanların geçici bir süre de olsa bir toplumsal ilişki üretmeleri söz konusudur. Turist ve ona hizmet eden kişinin, birbiriyle temasında, her iki kişinin farklı sosyo-kültürel geçmişi, bu ilişkinin türünü ve yapısını etkiler. Bu noktada turist ile ona hizmet götüren kişinin oluşturduğu toplumsal ilişkinin sağlıklılığı, olaya salt ekonomik açıdan bakıldığında dahi çok önemlidir. Çünkü söz konusu olan bir hizmettir ve hizmette söz konusu fiyatın talep edilebilmesi için, hizmeti satın alanın hizmetten memnun olması gerekir. Sağlıklı bir turizm faaliyetinin oluşması, sağlıklı bir ekonomik mübadelenin oluşmasına, sağlıklı bir ekonomik mübadelenin oluşması da turistler ile turistlere hizmet götürenler arasında sağlıklı bir toplumsal ilişkinin oluşmasına bağlıdır. Bu bağlamda sağlıklı bir ekonomik mübadele ve toplumsal ilişkinin oluşmasında, turistlere hizmet götürenlere, yani turizm sektörü çalışanlarına daha ağırlıklı bir görev ve işlev düşmektedir. Çünkü turistler ile turistlere hizmet götürenler arasında oluşan ekonomik ve toplumsal ilişkide turistler tüketici, alıcı, müşteri; turistlere hizmet götürenler ise (turizm sektörü çalışanları) üretici, satıcıdır. Modern işletmecilik ilkelerine göre müşteri daima haklıdır ve talepleri karşılanmalıdır, özellikle, söz konusu olan turizm gibi bir karmaşık hizmet sektörü olduğunda müşteri daha fazla haklıdır ve bütün talepleri olabildiğince karşılanmalıdır.

Bir sosyo-ekonomik olgu olarak turizm olgusunun ortaya çıkışı ve kavram olarak turizm kavramının kapsam ve içeriğini belirlemek amacıyla yapılan çalışmalar XIX. yüzyılın sonlarına kadar uzanmaktadır. Bu bağlamda bir boş zaman etkinliği olarak ortaya çıkmış olan turizm olgusunun ortaya çıkışı ve toplumsal düzeyde yaygınlaşması ile sanayileşme, modernleşme ve toplumsal düzeyde gelirler genel düzeyinin yükselmesi yakından ilişkilidir.

Turizm olgusunun değişik yönlerine farklı anlamlar atfeden yazarlar, bugüne kadar birbirinden oldukça farklı tanımlamalar yapmışlardır. Konuya eğilenlerin hareket noktalarının ayrı olması, başka bir deyişle, konuya yaklaşım açılarının ve önem verdikleri unsurların farklı olması, turizmin farklı tanımlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Tarihsel süreçte, turizm olgusunun araştırılmasına ve turizm kavramının oluşumuna bakıldığında, önemli bir Alman etkisinden söz etmek mümkündür. Bu bağlamda, turizm kavramının Almanca literatürde yer alması, yirminci yüzyılın başına kadar gitmektedir. Kavramın Almanca olarak tanımına 1905 yılında E. Guyer-Freuler'in *Reichesbergs Handwörterbueh Volkswirtschaft*'ta yayınlanan çalışmasında rastlanmaktadır. E. Guyer-Freuler'in tanımı şöyledir:

“Modern anlamda turizm ticaret, endüstri ve küçük sanatların gelişmesi ve ulaşmanın mükemmelleşmesi üzerine, özellikle halkların ve toplumsal sınıfların daha çok kaynaşmasının sonucu olarak artan dinlenme, hava değişikliği ihtiyacı ve çevre güzelliğine uyanan eğilim, tabiattan zevk almaya dayanan yakın zamanların bir olayıdır...” (Toskay, 1999: 21).

1929 yılında Berlin'de kurulan “Forschungsinstitut für Fremdenverkehr,” Prof. Dr. Robert Glücksmann'ın direktörlüğünde turizm alanında önemli çalışmalar yapılmıştır. Turizme yaklaşımları, esas olarak turizmin ziyaret edilen yerde yarattığı etki ve ilişkilere dayanan bu enstitü mensupları, turizm literatürüne Berlin Okulu

Turizm olgusunun tarihi çok eski çağlara dayanmakla birlikte, turizmin kitleleşmesi ve toplumsal bir olgu hâline gelmesi XIX. yüzyıl sonlarına rastlar.

olarak geçmişlerdir. Enstitü direktörü Robert Glücksmann 1930'da turizm olayında en önemli unsurun seyahat, bir mesafenin aşılması görüşünde iken 1935'te bu görüşünü değiştirmiş, turizm olayında ilişkilerin esas olduğu fikrini savunmuştur. Glücksmann'a göre: "... bir yerde geçici konaklama sebebiyle bulunan kişilerle orada yaşayan insanlar arasındaki ilişkilerin toplamı..." turizmdir (Toskay,1999:27).

1970'lerde ise turizm tanımında daha başka unsurlara yer veren tanımlamaların yapıldığı görülmektedir. Özellikle, boş zaman değerlendirme veya harcanması kavramı tanımlara girmeye başlamıştır. Örneğin Gustav Zedek 1970'te yayınlanan eserinde turizmi oldukça uzun şekilde şöyle tanımlamaktadır:

"Turizm piknik, seyahat ve bir yerin yabancıları olan sâhısların kaldıkları yerde devamlı veya geçici, asli kazanç amacına yönelik faaliyette bulunmamaları şartıyla, konaklamaları ile ilgili olarak boş zaman değerlendirilmesi, insanlar arası karşılaşmaların teşviki, yenilenmesi, korunması aynı şekilde bilgilerini artırma imkânlarından yararlanılması yönlerinin de etkisi altındaki iktisadi, toplumsal ve hissi ilişkilerin ve olayların bütünüdür..." (Toskay, 1999:).

Yukarıdaki tanımlardan açıkça anlaşılacağı gibi, turizm olayının seyahat, konaklama, boş zaman değerlendirme gibi en belirgin unsurları esas alınmıştır. Buna karşın, her geçen gün daha çok sayıda insanın doğrudan ya da dolaylı olarak ilgi alanına giren turizm olgusu, gerçekleştirilme amaçları doğrultusunda incelenildiğinde;

- Rekreasyonel Turizm
- Bilimsel Turizm
- İç Turizm
- Sağlık Turizmi
- Dinsel Turizm gibi farklı turizm türleri ile karşılaşmaktadır (Özkan,1989: 77).

Bunlar içinde, en büyük grubu %80'in üzerinde bir oranla rekreasyonel turizm oluşturmaktadır. Rekreasyon sözcüğü köken olarak İngilizce olup orijinali *recreation*'dır ve anlamsal olarak "yeniden yaratma" anlamına gelmektedir. Ancak günlük kullanımda, insanın sağlıklı yaşamak ve verimli çalışmak için, bozulan bütünlüğüne, dilediği aktivitelerle yeniden erişmesi olayı olarak tanımlanabilen "rekreasyon" insan yaşamının ayrılmaz bir parçası ve karşılanması gerekli önemli bir gereksinimdir.

TARİHSEL SÜREÇTE TURİZM OLGUSUNUN GELİŞİMİ

Turizm II. Dünya Savaşı'ndan sonra, özellikle son 20-30 yılda tüm dünyada ve ülkemizde hızla yaygınlaşmıştır. Turizmin gelişimi ve yaygınlaşması, ulusların milli gelir ve refah düzeylerindeki artışlarla çok yakından ilgilidir. Bu eğilim XXI. yüzyılda daha da hızlı bir şekilde artmış ve daha fazla sayıda insan bulunduğu ülke dışına çıkarak başka ülkeleri ziyaret etme eğilimine girmiştir. XXI. yüzyılın ilk çeyreğinde, her yıl Avrupa'yı yılda 700 milyon turistin ziyaret etmesi beklenmektedir. Türkiye'nin de giderek artan ölçüde, tercih edilen bir turizm ve tatil ülkesi olması bağlamında, turizm konusundaki gelişmeler Türkiye açısından da büyük bir önem taşımaktadır.

Turizm niçin II. Dünya Savaşı'ndan sonra büyük bir ivme kazanmıştır?



SIRA SİZDE

Endüstri devriminden önce turizm ve seyahat sadece aristokrasi sınıfı için söz konusu iken endüstri devriminden sonra, orta sınıflar ve işçi sınıfı da turizm ve seyahat faaliyetlerine katılmaya başlamışlardır.

Turizm olgusu ve bu olguya dayalı olan kavramsallaştırma XIX. yüzyılda İngiltere’de ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte turizmin bir sosyal gerçeklik olarak kabul edilmesi ve turizmin araştırma konusu olarak çalışılmaya başlanması; kitle turizminin ortaya çıkışı, hafta sonu tatilleri ve ücretli yıllık izinlerin kabulünden sonra olmuştur.

Turizm olgusunun tarihsel arka planına bakıldığında, Herodot ve Pausanias en eski seyyahlar olarak kabul edilebilir. Atinalı Xenophon’un *Anabese* isimli günlüğü onun yolculuklarını ve maceralarını anlatır. XIX. yüzyılda Fransa’da yaşayan bilim adamı Gaston Paris’e göre, Machivelli, Brunetto Latini, Petrargue Fortunant orta çağlarda eğitim ve değişik yerler görmek için yolculuk etmiş olan seyyahlardır. 1626 yılında Francis Bacon tarafından yazılmış olan *Yolculuk* adlı kitap onun yolculuklarını anlatan bir kitaptır.

Turizm olgusunun gelişimine tarihsel süreçte daha ayrıntılı olarak bakıldığında, ilk çağlardaki seyahatlere ait toplu bilgileri Robert W. Meintogn *Tourism, Principles, Practises, Philosophies* adlı kitabında vermektedir. Ona göre, Sümerler seyahati keşfedenler olarak nitelenebilir. Çünkü onlar parayı, yazıyı ve tekerleği ilk bulanlar olarak kabul edilmektedir. Böylece, seyahatlerinde ulaşım ve konaklama için parayla veya malla ödeme yapabilmekte idiler. Fenikeliler muhtemelen modern anlamda, bir yerden diğerine tüccar olarak giden ilk gerçek seyyahlardır. Aynı şekilde doğudaki eski seyahatler özellikle Çin ve Hindistan’da geniş ölçüde ticarete dayanmaktaydı.

Modern anlamda turizm olayı Eski Yunan’da daha yoğun ve belirgin bir biçimde görülmeye başlanmıştır. Örneğin, MÖ. 700’lü yıllarda olimpiyat oyunlarının başlamasıyla spor müsabakalarına aktif olarak katılmak veya yalnız seyretmek amacı ile bugün de görülen sportif turizm olayı gerçekleştirilmiştir.

Romalıların zevk için seyahat eden ilk turistler olduğu görüşü literatürde yaygındır. Romalı asiller Mısır’a, Yunanistan’a, Anadolu’ya yaygın olarak seyahat ediyorlardı. Yunanistan’daki ve Anadolu’daki tapınaklarda korunan heykeller ve sanat eserleri, Mısır’daki tapınaklar ve piramitler Romalıları çeken belli başlı cazibe unsurlarıydı.

V. yüzyılda Roma İmparatorluğu’nun parçalanması, Avrupa’da merkezi otoriteyi temsil eden devletlerin yerini küçük derebeyliklerin almasına, feodal bir düzenin kurulmasına yol açmıştır. Eski Yunan ve Roma imparatorluğu döneminde görülen zevk, eğlence, dinlenme turizminin yerini daha değişik amaçlarla yapılan seyahatler almaya başlamıştır. Orta Çağ’ın ilk yarısındaki turizme damgasını vuran dinî turizm hareketidir. Geniş kitleler Müslümanlık ve Hristiyanlık açısından mukaddes sayılan yerleri ziyaret amacıyla büyük güçlükleri göze alarak seyahat ediyorlardı.

Doğaya dönüş ve Rönesansla birlikte, yavaş yavaş Orta Çağ’ın ilk dönemindeki bütün toplumu kavrayan dinî, mistik havadan çıkıldığını göstermektedir. XVII. ve XVIII. yüzyıllarda asiller sınıfına mensup ailelerin çocukları çok geniş bir ekip- le beraber, bir ile üç yıl arasında süren, başlangıcından itibaren çok iyi planlanmış bir seyahate çıkarılırdı. Bu seyahatlere daha sonraları “Grand Tour” adı verilmiştir. Seyahatin sebebi büyük ölçüde siyasi olmakla beraber, kültürel yönü de bulunurdu. Amacı, yarının yönetici elitini oluşturacak gençlerin, diğer ülkeleri her yönüyle tanımaları, özel ilişkiler kurmalarıydı (Toskay, 1999: 85).

Rönesansla birlikte İtalya’daki kültürel gelişme, bu ülkeye doğru bir akımın doğmasına yol açmıştır. Kültürel turizmin tipik örneğini oluşturan seyahatler, uzun süre devam etmiştir. Her yıl çok sayıda öğrenci, sanatçı, bilim adamı İtalya’ya özellikle Roma ve Floransa’ya gelmeye başlamıştır.

Bugünkü anlamda turizm olayı, XIX. yüzyılın sonlarında ve XX. yüzyılın başlarında önem kazanmıştır. Usta'ya göre, modern turizm, sanayileşmenin bir sonucu, çok yönlü bir olay olarak çeşitli faaliyetleri kapsayan bir hizmet endüstrisi niteliği kazanmıştır. Bu endüstrinin günümüzde yaygınlaşmasıyla geniş halk kitlelerinin turizme katılması imkânı sağlanmıştır (1985: 21).

Günümüzün modern turizmi, birbirine bağlı üç olgu arasındaki ilişkilerin sonucunda doğmuştur:

1. Gelişmekte ve yayılmakta olan sanayi uygarlığı verimlilik artışını sağlamış, aynı zamanda şu imkânları da beraberinde getirmiştir.
 - Ücretlerin ve gelirlerin artışı nedeniyle satın alma gücü ve gelir düzeyi artmıştır,
 - Tatil sürecinin artması ya da çalışma sürecinin azalması ve emeklilik yaşının düşürülmesi ile birlikte insanların iş dışındaki zamanlarında kullanabilecekleri daha fazla boş zamanları ortaya çıkmıştır. Bu unsurları, turizmin oluşması için birinci faktörün dört temel unsuru olarak şu şekilde ifade etmek mümkündür:
 - a) Gelir
 - b) Boş zaman
 - c) Teknik imkân
 - d) İstek.
2. Sanayi uygarlığının gelişmesiyle birlikte, doğal çevre, toplumsal yaşam, kişinin mesleki ve özel yaşamındaki dengeleri bozan çevre sorunları gibi birçok olumsuz etki ortaya çıkmaktadır.
3. Sanayi uygarlığının yarattığı olumsuzluklara karşı doyurabildiği psikolojik tatminler, ihtiyaçların çeşitliliği ve doğal kaynaklara dönüş olanağı sağlaması nedeniyle turizm, çözüm yollarından en önemlisi olmaktadır.

Turizm sektörü değerlendirmeye tabi tutulurken yukarıda belirtilen, turizmin ortaya çıkışında etkili olan üç faktör ile birlikte, bu sektörün uluslararası ticaret ve kültür alışverişlerindeki önemli etkisini ve uluslararası ilişkilerin gelişmesindeki payını göz ardı etmemek gerekir. Turizm, farklı sosyal ve kültürel yapıya sahip toplumlar arasında etkileşim sağlamakta, sosyal yapıyı ve toplumsal davranış kalıplarını etkilemekte ve daha başka değişimlere de neden olmaktadır. Ancak, turizm politikaları açısından turizm olgusuna daha geniş bir perspektifle bakmak yararlı olacaktır.

TURİZM SOSYOLOJİSİ

Turizm sosyolojisi, sosyoloji disiplininin bir alt disiplini olarak 1930'lu yıllarda, turizmin kitleselleşmesi ile birlikte Almanya'da ortaya çıkmıştır. Bu konuda Alman Sosyolog Robert Glüksamn'ın çabaları dikkat çekicidir. Genel olarak sosyoloji toplumsal davranışı, bu davranışın dinamiklerini, toplumsal değişmeyi, yapıyı ve kurumları incelerken turizm sosyolojisi ise turizm davranışını, turizmin toplumsal etkilerini, özellikle turizm faaliyetinin gerçekleştiği yerdeki yerel halk üzerindeki etkilerini inceler. XIX. yüzyılın ikinci çeyreğinde felsefeden ayrılarak bağımsız bir sosyal bilim disiplini hâline gelmiş olan sosyoloji bir anlamda modern toplumların bilimidir. Bu anlamda sosyoloji, modern toplumu, toplumsal dinamikleri ve modern toplumun toplumsal davranışını anlama ve anlamlandırma çabasıdır. Bu bağlamda modern toplumun bir toplumsal davranışı olarak ortaya çıkmış olan turizm faaliyeti de toplumsal bir geçici yer değiştirme hareketi olarak sosyolojinin ilgi alanına girmiştir.

Turizmin kitleselleşerek toplumsal bir olgu hâline gelmesinde; ücretli izinler, gelir ve refah düzeyinin artmasının büyük etkileri olmuştur.

Turizm sosyolojisinin ortaya çıkışı ve gelişimi açısından Alman Sosyolog Robert Glüksman'ın büyük bir önemi vardır.

Turizm sosyolojisine ilişkin en erken çalışmalar 1935'e tarihlenir. Robert Glüksman turizmi, sadece iş ya da seyahat olarak değil, bireyler arasındaki sosyal ilişki ve insani, sosyal bir etkileşim olarak tanımlar.

Dünya Turizm Örgütü'nün 1980'de yayınladığı Manila Deklarasyonu'na göre turizm sosyal bir olay olarak kabul edilmiştir. Bu deklarasyona göre, turizmin anlamında bir değişim ortaya çıkmıştır. Turizm artık sadece bireysel bir zevk alma değil, daha genel anlamda bir toplumsal ve ekonomik anlam taşımaya başlamıştır. Turizm işçi sınıfının hafta sonu tatilleri ve ücretli yıllık izin hakları ve seyahat etme hakları ile doğrudan ilgidir. Dolayısıyla turizm artık bir sosyal olay olarak incelenmelidir.

Tarihsel olarak turizm sosyolojisi, turizmin değişik boyutlarını, özellikle insan ilişkileri boyutunu, görgül araştırmalara dayanan verilere dayalı olarak incelenmesini içerir. Turizm sosyolojisi öncelikle seyahat, konaklama ve bunlarla ilgili sorunları ve çözüm yollarını içeren ve turizmin arz yönünü oluşturan boyutunu inceler. Daha sonra da turizmin talep boyutu olan turizm ürününün pazarlanması, sunulan servislerden müşteri memnuniyeti, müşteri davranışları, turizmin organizasyonu gibi konuları inceler.

Turizm sosyolojisinde ağırlıklı olan eğilim, turizmin fiziksel ve ruhsal anlamda bir yeniden yaratma etkinliği olduğu yönündedir. Bu eğilime göre yeniden yaratma etkinliği modern endüstriyel toplum ile birlikte ortaya çıkmıştır.

Ücretli İzinler

Kitle turizmi açısından son derece önemli olan, işçi sınıfının ücretli izin haklarını elde etmeye başlaması XX. yüzyılın başlarına rastlar. Bazı Batı Avrupa ülkeleri ücretli izinleri I. Dünya Savaşı'nın hemen ertesinde kabul etmiştir. Ancak işçi sınıfının ücretli izin hakkını elde etmesi, uzun ve zorlu mücadelelere dayanmaktadır. İşçi sınıfı, XIX. yüzyılın ikinci yarısında, endüstriyel kapitalizmin zorlu çalışma koşullarına karşı zorlu mücadeleler içinde olmuştur. Bu mücadelelerin en önemli unsurlarından birisi, 8 saatlik iş günü için verilen mücadeledir. XIX. yüzyılın ikinci yarısında, günlük normal çalışma saatleri 10 ile 16 saat arasında değişmekteydi ve işçiler son derece zor şartlar altında çalışmak zorundaydılar. İşçi sınıfı, XIX. yüzyılda verdiği mücadeleler sonunda ve ancak XX. yüzyılın ilk çeyreğinde; 8 saatlik iş günü, hafta sonu izinleri ve yıllık ücretli izinleri elde etmeye başlamıştır. Dolayısıyla bugün için gayet normal olarak kabul edilen, 8 saatlik iş günü, hafta sonu izinleri ve ücretli yıllık izinler ve tüm bunların sonucunda oluşan turizm ve tatil, işçi sınıfının XIX. yüzyılda verdiği mücadeleler sonucunda elde etmiş olduğu haklardır. Ancak, işçi sınıfının, kitle turizminin kökenini ve kaynağını oluşturan ücretli izin haklarını elde etmesi, hiç de kolay olmamış; işçi sınıfı söz konusu süreçte çok kanlı mücadeleler ve savaşimler içinde olmuştur. Kitle turizminin gelişimi ve turizmin sosyal bir olay ve olgu hâline gelmesi de ancak, işçi sınıfının ücretli izin haklarını elde etmesi ve bunun sonucunda kendisine boş zaman yaratması ve böylelikle turizm faaliyetine katılmasıyla mümkün olabilmektedir.

Önceleri sadece bazı Batı Avrupa ülkelerinde elde edilmiş olan ücretli izinler, giderek uluslararası düzeyde tartışılmış ve uluslararası normlara girmeye başlamıştır. İşçi sınıfının ücretli izinleri konusundaki ilk uluslararası toplantı, Uluslararası Çalışma Örgütü'nde (*ILO, International Labour Organization*) 1920'de yapılmıştır. Bu yıllarda ücretli izinler, Uluslararası Çalışma Örgütü'nde ve Birleşmiş Milletler'de tartışılan öncelikli gündem maddelerinden birisini oluşturmıştır.

Turizmin kitleleşerek toplumsallaşması, ancak 8 saatlik iş günü, ücretli hafta sonu izinleri ve ücretli yıllık izinler sayesinde olmuştur.

8 saatlik iş günü, ücretli hafta sonu izinleri ve ücretli yıllık izinler ise ancak işçi sınıfının XIX. yüzyıl sonunda verdiği mücadelelerin sonucunda gerçekleşmiştir.

Ücretli izinler konusu Uluslararası Çalışma Örgütü'nce ilk kez 1920'de ele alınmıştır. 1930'lara gelindiğinde ise 10'dan fazla Avrupa ülkesinde ücretli izinler yasal bir hak olarak kabul edilmiştir.

Ücretli izin, boş zaman ile kitle turizminin gelişimi arasındaki ilişkileri tartışınız.

SIRA SİZDE

1930'lara gelindiğinde ise 10'dan fazla Avrupa ülkesi, çalışanlar için ücretli izinleri resmi bir hak olarak kabul etmiştir. Bununla birlikte Uluslararası Çalışma Örgütü 6 günlük iş haftasını ve bir günlük hafta tatilini resmi olarak ilan etmiş ve üye ülkelerden, bunu yasal bir düzenleme olarak gerçekleştirmesini talep etmeye başlamıştır. Bu değişim, o günler için oldukça devrimci bir değişimdir. Bu değişim, turizmin sadece elitler için olan bir etkinlik olmaktan çıkarak kitleleşmeye başlamasının bir sembolü olarak kabul edilmiştir. Artık işçiler de 8 saatlik çalışma zamanından geri kalan zamanda, hafta sonu izinlerinde ve yıllık izinlerinde; dinlemeye, eğlenmeye ve tatile zaman ayırabilmektedirler. Dolayısıyla turizm 1930'lardan sonra artık orta sınıf ve işçi sınıfı için kitlesel bir tüketim ve yaşam biçimi hâline gelmeye başlamıştır.

Boş Zaman

Ücretli hafta sonu izinleri ve yıllık izinler, endüstriyel toplumda günlük yaşamda, oldukça radikal değişikliklere yol açmıştır. Çalışma zamanıyla karşılaştırıldığında, insanların boş zamanları artmış, insanlar boş zamanlarını tatil, eğlence ve dinlenme amacıyla özgürce planlama olanağına kavuşmuşlardır. Bu aynı zamanda bireylere, kendi bireysel yaşamlarını da özgürce planlama olanağı vermiştir. İnsanlar kendi boş zamanlarını planlamak yoluyla aslında kendi özgürlüklerini yaratma olanağına kavuşmuşlardır. İşte bu boş zaman ve boş zamanın yarattığı özgürlük bir bakıma turizmin ortaya çıkış nedenini ya da gerekçesini oluşturmuştur.

Boş zaman kavramının arka planına bakıldığında, öncelikle “zaman” kavramının anlamına bakmak gerekmektedir. Zaman kavramının anlamı ilk kez tarımcı toplumlar ile birlikte değişmeye başlamıştır ya da zaman kavramı tarımcı toplumlarla birlikte anlam kazanmaya başlamıştır. Tarımcı topluma geçiş ile birlikte “zaman” kavramının anlamı değişmeye başlamıştır. Bu dönemde insanlar zamana ve mekana hükmetmeye başlamışlardır. Tarımcı toplumda insanlar kendilerini doğal zaman döngüsüne bırakmışlardı. Dolayısıyla iki tür zaman ortaya çıkmıştı, fiziki dünyaya ilişkin zaman ve metafizik dünyaya ilişkin zaman. Burada fiziki dünyaya ilişkin zaman, iş ve çalışma zamanını, metafizik dünyaya ilişkin zaman ise çalışmayı değil, öbür dünya için dua etmeyi dolayısıyla bir bakıma tatili ima ediyordu. Metafizik zamanda insanlar Tanrı ile bir araya geliyor, Tanrı için ve kendi iyilikleri için dua ediyorlardı. Dolayısıyla fizik dünyaya ilişkin zaman çalışmayı, metafizik dünyaya ilişkin zaman çalışmamayı, dua etmeyi dolayısıyla boş zamanı ima ediyordu.

Endüstriyel toplumdaki boş zaman ve tatil gibi boş zaman etkinlikleri bir bakıma tarımcı toplumdaki metafizik zamana karşılık gelir; tarımcı toplumda boş zamanda Tanrı için dua edilirken endüstriyel toplumda denize girmeye ya da dağda kayak yapmaya gidilir olmuştur. Bu anlamda endüstriyel toplumda tatilin, tarımcı toplumdaki dua edilen spirüel zamana karşılık gelen, dolayısıyla kısmen kutsallık taşıyan bir anlamı vardır.

Sekiz saatlik iş günü ve hafta sonu izinleri sonucunda oluşan 40 saatlik çalışma haftası, insanlara çok fazla boş zaman yaratmaktadır. Boş zaman kavramı değişik başlıklar altında incelenebilir.

- Sıkıcı zaman: Ulaşım, bürokratik işlerle geçirilen zaman,
- Sıkıcı işler: Bahçede uğraşmak, mutfakta uğraşmak gibi ücret ödenmeyen ve sıkıcı işler,

Boş zaman, 8 saatlik iş günü ve ücretli izinler sonucunda ortaya çıkmış olan ve fiilen çalışılan zamandan arta kalan zamanı ifade eder. Turizm faaliyeti boş zamanda gerçekleşen faaliyetlerdir.

- Sağlık için harcanan zaman,
- Kişisel, kültürel ve mesleki gelişim için harcanan zaman,
- Politik ve sendikal faaliyetler için harcanan zaman,
- Tatil ve rekreasyon için harcanan zaman.

Çok fazla boş zamandan dolayı, modern toplumlar da çalışmak, insanlar için artık tek amaç değildir. Dinlenme, eğlenme, rekreasyon gibi boş zamanların verimli bir şekilde değerlendirilmesi de yaşama anlam kazandıran faktörler hâline gelmiştir. Hatta artık, asıl olan çalışmak değil, yaşamdan zevk almaktır. Boş zaman ve tatil, verimsiz bir zaman dilimi olarak değil, bir sosyal gereklilik olarak değerlendirilebilir. Zaman, yalnızca bir üretim faktörü değil, insanların yaşamını düzenlemek için temel bir değişken olarak insanlara özgürlük ve esneklik vermektedir.

TURİSTİK DAVRANIŞIN KÖKENİ

Turistik davranışa, “davranışsal” bakış açısından bakılırsa turistik davranışın anlaşılması için “güdüler hiyerarşisi” denilen bir perspektife gereksinim duyulur. Buna göre, tatil ya da turistik davranış, güdüler hiyerarşisinin tepesinde yer alır. Güdüler hiyerarşisi yaklaşımı, insanların ihtiyaçları ve gereksinimleri arasında öncelikle dayanan bir hiyerarşi olduğu varsayımına dayanır. Güdüler hiyerarşisi yaklaşımına göre, insanların öncelikli ihtiyaçları (talepleri) yeme, içme, cinsellik, barınma, fiziki güvenlik gibi biyolojik ihtiyaçlardır. Bu öncelikli ihtiyaçlar karşılandıktan sonra, ikincil ihtiyaçlar olan sosyal ilişkiler, sosyal davranış, sosyal adaptasyon, sosyal kabul ve kurumsal kabul gibi ihtiyaçların karşılanması gündeme gelir. Daha sonra ise kendine güven, soyut düzeyde düşünme, bilgi üretimi ve sosyal liderlik gibi daha üst düzey ihtiyaçlar gündeme gelir. Turizm ve turistik davranış ise bu hiyerarşi içinde en yüksek düzeydeki insan ihtiyaçlarından ve karşılanması için, daha önceki ihtiyaçların karşılanmış olmasını gerektirir.

Güdüler, ihtiyaçlar hiyerarşisi, beş durumda tanımlanabilir:

- Fiziksel yaşam güvenliği ve hayatta kalabilmek için ekonomik ihtiyaçlar,
- Grup veya sosyal üyelikler (sosyal ilişki ağları),
- Sosyal başarı ve sosyal değer,
- Bireyselliğin gelişmesi,
- Turistik davranış.

Güdüler hiyerarşisi, toplumsal gelişmişlik açısından değerlendirildiğinde; yoksul toplumlar temel ihtiyaçlarını karşılama çabası içindeyken varsıl toplumlar, kendini gerçekleştirme, turizm ve tatil gibi yüksek düzeydeki ihtiyaçlarını karşılamaya çalışırlar. Bu anlamda, turizm daha çok sosyo-ekonomik anlamda gelişmiş olarak adlandırılan refah toplumları açısından söz konusu olabilecek bir davranış biçimi iken sosyo-ekonomik anlamda gelişmemiş olarak adlandırılan toplumlar için tatil ve turizm, henüz gündeme gelmemiş olan davranış biçimi olarak karşımıza çıkar.

TURİZMİN DEĞERLER SİSTEMİ BOYUTU

Turizm, değerlerin, yaşam deneyimlerinin hatta öğrenme biçimlerinin değiş tokuşunu ifade eden bir sosyal ilişkiler ve etkileşim sistemidir. Değerler sistemi toplumları tanımlamada kullanılır; ekonomik değerler, Batılı kapitalist toplumlarının temel değerleridir. Bu anlamda turizm, Batılı toplumların ekonomik değerlerini, geliştirmekte olan turizm ülkelerine taşır.

Turizmin toplumsal değişme boyutu, davranış değişikliği sağlamak yoluyla olur. Turizm, sanayi toplumunun sıkıcı günlük yaşamına bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. Turist, seyahat ederek ve turistik geziler yaparak sıkıcı günlük yaşamını

ve sosyal ilişkilerini değiştirmek ister. Turistik gezilerle, hafızasını ve yaşam enerjisini yenilemek ister. Bu yüzden turizmin sosyal değerleri, çalışma yaşamının sosyal değerlerinden farklılaşır.

Turizme sosyal değerler perspektifinden baktığımızda dinî yakınlıkları, düşünce formlarını, sosyal çevreyi, kültürel formları, vatandaşlık, toplumsal cinsiyet ve turistik davranışı belirleyen yaşa bağlı faktörleri tanımlayabiliriz. Bu faktörlere bağlı olarak bazı değerler değişir.

Turizm ile birlikte değişen değerler:

- Turizmle birlikte değişen en önemli yaşam biçimi değişimi, hayatın anlamına ilişkin olan değer yargısındaki değişimdir. İnsanlar hayatlarından keyif almalıdır çünkü hayat yaşanılmalı ve keyif alınmalı bir şeydir. Bu bağlamda, tatil yapmak artık lüks değildir, modern yaşamın bir gerekliliğidir.
- İnsanlar, kentsel yaşamın güçlükleri ve karmaşıklığı nedeniyle doğal çevreye duyarlı olmaya başlamışlar ve her fırsat bulduklarında doğal ortam içinde bulunmak ister hâle gelmişlerdir.
- Sağlık problemleri ve fiziksel denge, öncelikli kaygı duyulacak faktörler olarak görünmektedir. Bu kaygılar, beden ve zihin arasındaki uyumu sağlamaya yardımcı olur.
- Para biriktirme eğilimi azalır, para harcama eğilimi artar.
- Benzer sosyal çelişkiler içeren bireysellik, gittikçe daha fazla değişim ve yaratıcılık ister.
- İnsanlar, duygusal heyecanlara karşı giderek daha duyarlı hâle gelmişlerdir.

Modern toplumlarda, dinin işlevinde de değişimler ortaya çıkmış, dine atfedilen işlev ve değerlerde azalmalar görülmeye başlanmıştır. Özellikle dinsel ritüellerin önemli bölümünü oluşturan hac ziyaretlerinin anlamında değişimler görülmeye başlanmış, hac ziyaretleri turistik ziyaretlere dönüşmeye başlamıştır. Kutsal yerleri ziyaret etmek, kutsal objelere dokunmak ve onları satın almak, kutsal yiyecekler yemek veya içmek, turistik aktiviteler hâline gelmiştir.

Dinselliğin anlam değiştirmesi ile birlikte, dinsellik bağlamında gerçekleşen davranışlar turistik davranışlara dönüşmüştür. Din ve inanç turizmi de denilebilecek olan bu olguda dinsellik bağlamındaki davranışların, turistik davranışlara dönüşmesi aşağıdaki örneklerle açıklanabilir:

- Kutsal anlam taşıdığına inanılan objeleri içmek, koklamak veya yemek yoluyla, bu objelerin taşıdığına inanılan kutsallığın kendi vücutlarına geçtiğine inanıyor görünmek,
- Kutsal objelere dokunmak yoluyla, bu objenin taşıdığına inanılan kutsallığın kendilerine geçtiğine inanıyor görünmek,
- Dinsel alanlarla ilgili bağış yapmak yoluyla din ve inanca ilişkin kendilerini vicdanen rahatlatmak,
- Kutsal yerlerden ayrıldığında bile, kutsal yerleri hatırlamak için hediyeler götürmek gibi davranışlar dinsellik ve kutsallık bağlamından turistik bağlama geçişin örnekler olarak değerlendirilebilir.

Sonuç olarak turizm ve tatil, bir sosyal eylem problemi olmuştur. Buna karşın turizm, yüksek derece karmaşık, sanayileşmiş, kentleşmiş toplumlardan bir kaçış yoludur. Turizme bu perspektiften bakıldığında, turizm yer ve farklılıkları değiştirme ihtiyacının bir sonucudur.

Hayat, tatil içinde büyük bir oyun hâline gelmiştir. Turist, bir dağcı, avcı, köylü, ormancı, savaşçı, koşucu ve yüzücü gibi davranır. Kişiler büründükleri rolleri daha gerçekçi oynadıklarında tatil daha eğlenceli olur.

Turizmin Sosyal Etkileri

- Ekonomideki ve fiziksel çevredeki açıkça görünebilir olan etkilerinden başka turizm, yerel halkın sosyal ve kültürel değişimine katkıda bulunur. Bu değişim değer sistemleri, geleneksel yaşam tarzları, aile ilişkileri, bireysel davranışlar veya toplum yapısı üzerindeki değişiklikleri içerir. Türkiye’de turizmin etkileri konusundaki birçok çalışma, ekonomik analizlerle sınırlı kalmıştır.
- Turistler gittikleri yerde kaldıkları süre boyunca yerel halkla etkileşime girerler ve ilişkileri yerel bireysellikler, yerel toplumun yaşam nitelikleri, değer sistemleri, emek boyutları, aile ilişkileri, tutumları, davranış örüntüleri, ayinleri ve yaratıcı ifadeleri içinde değişir. Turistler ve yerel halk arasındaki kültürel ve ekonomik farklılıklar daha açık ve anlamlıdır. Yerel toplumun yaşam kalitesi iki ana faktörden etkilenir: turist-yerel halk ilişkisi ve turizm endüstrisinin gelişim düzeyi.

Turist-yerel halk karşılaşması üç ana eksenle gerçekleşir:

- Turistin yerel halktan hizmet satın aldığı yerde,
- Aynı anda aynı yerde tesadüfen karşılaştıklarında,
- Tanıştıklarında ve bilgi ve düşünce paylaşımında bulunduklarında.

Diğerlerine göre, son karşılaşma tipi daha az yaygın fakat sosyal ilişki açısından daha anlamlıdır.

Turist- yerel halk ilişkisi birtakım özellikler tarafından şekillenir:

- Geçicidir, eşitsiz ve dengesizdir, mekansal ve geçici kısıtlamalar tarafından sınırlanmıştır.
- Turist, gittiği yerde genellikle kısa süre kalır. Bu yüzden, yüzeysel ilişkileri daha anlamlı bir ilişki içinde geliştirme fırsatı yoktur.
- Geleneksel, kendiliğinden misafirperverlik, ticari aktiviteye dönüşür.
- Turistlerin açıkça belli olan görece yüksek olan refah düzeyi, sıklıkla, yerel halk ile ilişkilerinde tahakkümcü ve sömürücü bir davranış biçimine yol açar.
- Yerel halkın davranışları turistlere benzemek için değiştirildiği zaman, turist-yerel halk ilişkisinin etkileri yıkıcı olur. Dildeki değişim, alkolizmin, suçun, fuhuşun, kumarın artması ve kültürün maddi ve maddi olmayan formlarının dönüşümü, bu yıkımın görünümleridir. Bu üniteye kısaca değinilen turizmin toplumsal etkilerine ileriki ünitelerde ayrıntılı olarak değinilmiştir.

Turistin fiziksel varlığına ve yerel halkla karşılaşmalarına rağmen, turizm endüstrisinin gelişmesi yaşam kalitesinin, sosyal yapının ve yerel halkın sosyal kurumlarının değişmesine katkıda bulunur. Hızlı ve yoğun turizm gelişmesi, farklı ve genellikle organik ve küçük çaplı değişimlerden daha az tercih edilen etkiler içerisinde sonuçlanır.

Turizm endüstrisinin gelişmesi, sıklıkla, gidilen yerdeki yeni istihdam olanakları yaratır. Buna karşın istihdamın çoğu dönemsel, niteliksiz ve düşük ücretlidir. Toplumun geleneksel çalışma biçimleri, tarıma dayalı mesleklerin terk edilmesiyle sonuçlanarak ciddi biçimde etkilenmiştir. Turizmin gelişmesinin diğer önemli etkileri; yerel nüfusun demografik özellikleri ve büyüklüğünün değişmesi, toplumsal yapının değişimi, kadınların ve genç yetişkinlerin sosyal hareketliliğinin artması, hizmet sağlamada artış ve son olarak yerel halkın yaşam kalitesinin gelişmesidir.

Yerel halkın sosyal ve kültürel özellikleri, şüphesiz, çevrelerinin politik, ekonomik, teknolojik, sosyal, kültürel ve doğal yönlerinden daima etkilenir. Turizmin etkilerini, bu etkilerden ayırma problemi henüz çözülmemiştir.

Özet



Turizmin ortaya çıkışı ve gelişmesini değerlendirmek

Turizmin tarihi eski çağlara dayanmakla birlikte kitleselleşerek toplumsallaşması, XX. yüzyıl başlarına rastlar. 1930'larda birçok Avrupa ülkesinde işçi sınıfı ücretli yıllık izin hakkını elde etmişti. Bu bağlamda işçi sınıfının ücretli yıllık izin hakkını kazanması önemli bir kırılma noktasını oluşturur. İşçi sınıfının ücretli yıllık izin hakkını kazanması ve refah düzeyinin artmasıyla birlikte, işçi sınıfı tatile çıkmaya ve turizm faaliyetine katılmaya başlamış ve böylelikle turizm kitleselleşmeye başlamıştır. Ancak turizmin kitleselleşmesi açısından asıl kırılma noktası II. Dünya Savaşı sonrası olmuştur. Bu tarihlerde Batı ülkelerinde sanayileşmenin hızlanması ve bunun sonucunda, refah düzeyinin hızla artmasıyla birlikte, orta sınıflar ve işçi sınıfı tatile çıkma olanağına kavuşmuştur. 1980'li ve 1990'lı yıllar ise turizmin gelişimi açısından başka bir kırılma noktasını oluşturur. Bu yıllarda Batı dışı toplumalarda da refah düzeyi hızla artmaya başlamış ve bu ülkelerde de orta sınıflar ve işçi sınıfı tatile çıkma olanağına kavuşmuştur. İçinde bulunduğumuz XXI. yüzyılda turizm artık yüz milyonlarca kişinin katıldığı, trilyon dolarlık bir ekonomik büyüklüğe ulaşmış devasa bir ekonomik sektör ve kompleks bir toplumsal olgu hâline gelmiştir.



Turizmin toplumsal boyutunu değerlendirmek

Turizm sadece bir ekonomik olgu olmasının ötesinde, bir toplumsal olgudur. Bir hizmet sektörü olan turizm faaliyetinde, üreticiler (turizm faaliyetinin gerçekleştiği ülke toplumu) ve tüketiciler (turistler) arasında bir ekonomik mübadele ilişkisi ortaya çıkar. Turistler ile yerli halk arasındaki ilişki, sadece bir ekonomik ilişki olmanın ötesinde, aynı zamanda bir sosyal ilişkidir. Dolayısıyla turizm ekonomik boyutunun yanı sıra, toplumsal boyutu ile de anlaşılmalıdır.



Turizm sosyolojisinin ne olduğunu açıklamak.

Turizm sosyolojisi, turizmin toplumsal boyutunu inceler. Turist ile yerli halk arasında ortaya çıkan toplumsal ilişkinin incelenmesi, turizm sosyolojisinin asıl konusunu oluşturur. Turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği toplumun, turizmin gelişme sürecinden nasıl etkilendiğinin anlaşılmasının yanı sıra, turistlerin yerli halktan nasıl etkilendiğinin araştırılması da turizm sosyolojisinin konuları arasındadır. Turizmin gelişmesi, yerli halk üzerinde birçok bir toplumsal etki yaratır. Yerli halk ile turistler arasındaki etkileşim süreci içinde, yerli halkın davranışları giderek turistlerin davranışlarına benzemeye başlar. Bu, turizmin etkisiyle ortaya çıkan toplumsal değişimin ilk aşamasıdır. İşte yukarıda işaret edilen değişim sürecinin anlaşılması, turizm sosyolojisinin inceleme alanını oluşturur.



Turizm ve ücretli izinlerin ilişkisini açıklamak.

Turizmin kitleselleşerek toplumsal bir boyut kazanması, büyük ölçüde işçi sınıfının ücretli yıllık izin haklarını elde etmesiyle yakından ilgilidir. Ancak ücretli izin haklarının kazanılması sonucunda, orta sınıflar ve işçi sınıfı tatile çıkma olanağına kavuşmuş ve böylelikle turizm yaygınlaşarak kitleselleşmiş ve toplumsal bir boyut kazanmıştır.



Boş zamanlar kavramını tanımlamak

Toplumun geniş kesimleri, günlük çalışma saatlerinin 8 saate indirilmesi, hafta sonu izinleri ve ücretli yıllık izinler sonucunda, boş zamanlar kazanmıştır. İşte bu boş zamanlar tatil ve turizm için gerekli olan zamanın ortaya çıkmasını sağlamıştır. Boş zamanlar sayesinde, artık çalışma, yaşamın tek uğraşı olmaktan çıkmış; tatil, dinlenme, eğlenme, rekreasyon gibi etkinlikler yaşama anlam kazandıran etkinlikler hâline gelmiştir. Hatta boş zaman etkinlikleri ve tatil çalışmanın önüne geçmiş, çalışmak ve üretmek yoluyla yaşama anlam kazandırmanın yanı sıra, boş zaman etkinlikleri ve tatil yoluyla yaşama anlam kazandırmak, daha öncelikli ve tercih edilen bir unsur hâline gelmiştir.



Turizmin davranışsal boyutunu tanımlamak

Turistik davranış güdüler hiyerarşisi boyutundan incelersek turistik davranış, üst düzey bir güdü ve üst düzey bir gereksinimdir. Turistik davranışın gerçekleşebilmesi için öncelikle, yeme, içme, cinsellik, barınma, kendini gerçekleştirme ve sosyalleşme gibi öncelikli güdülerin karşılanmış olması gerekir. Turistik davranış ancak öncelikli güdülerin karşılanmasından sonra gündeme gelebilir. Bu anlamda turistik davranış, öncelikli güdülerin gerçekleşmiş olduğu gelişmiş refah toplumlarında gündeme gelebilir ve henüz bu güdülerin gerçekleşmemiş olduğu, gelişmekte olan ülkelerde turistik davranışın gündeme gelmesi mümkün değildir.



Turizmin değerler sistemi boyutunu değerlendirmek

Turizm değerler sistemini değiştirir. Çalışma, üretme, para biriktirme gibi değerlerin yerini; dinlenme, eğlenme, para harcama gibi değerler almaya başlamıştır. Modern toplumda refah düzeyinin artışıyla birlikte, çalışma ve üretmenin yanı sıra eğlenme, dinlenme, rekreasyon, gezip yeni yerler görme temel toplumsal değerler hâline gelir. Turizm bu yeni davranışların, gerçekleştirilmesi için bir araç hâline gelir ve bu davranışlar turizm sürecinde meydana gelen toplumsal ilişkiler ile birlikte, yerli halka doğru yayılmaya başlar.

Kendimiz Sınavalım

1. Turizmin kitleselleşmesi hangi döneme rastlar?
 - a. 18. yüzyıl
 - b. 19. yüzyıl başı
 - c. 19. yüzyıl sonu
 - d. 20. yüzyıl başı
 - e. 20. yüzyıl sonu
2. İşçi sınıfının 8 saatlik iş günü konusunda veriler mücadeleler hangi döneme rastlar?
 - a. 18. yüzyıl
 - b. 19. yüzyıl başı
 - c. 19. yüzyıl sonu
 - d. 20. yüzyıl başı
 - e. 20. yüzyıl sonu
3. İşçi sınıfının ücretli izin haklarını kazanması hangi tarihler gerçekleşmiştir?
 - a. 1880'li yıllar
 - b. 1890'lı yıllar
 - c. 1920'li 1930'lu yıllar
 - d. 1950'li yıllar
 - e. 1960'lı yıllar
4. Boş zaman ne demektir?
 - a. Boşa geçen zaman demektir
 - b. Eğlence zamanıdır
 - c. Çalışma zamanıdır
 - d. Çalışma zamanı dışındaki zamandır
 - e. Uyuma zamanıdır
5. Aşağıdakilerden hangisi turizmin kitleselleşmesinin nedenlerinden biri **değildir**?
 - a. Refah toplumunun yaygınlaşması
 - b. Ücretli yıllık izin haklarını kazanılması
 - c. Boş zaman olanaklarının ortaya çıkması
 - d. 8 saatlik günlük çalışma zamanının yaygınlaşması
 - e. Hayat pahalılığının artması
6. II. Dünya Savaşı'ndan sonra turizmin daha da yaygınlaşmasının nedeni aşağıdakilerden hangisi **değildir**?
 - a. Refah toplumunun yaygınlaşması
 - b. Tarımın gerilemesi
 - c. Sanayileşmenin yaygınlaşması
 - d. İşçi sınıfının daha da güçlenmesi
 - e. Ulaşım olanaklarının artması
7. Turistik davranış ne tür bir güdü/gereksinimdir?
 - a. Öncelikli bir gereksinimdir
 - b. İkinci düzey bir gereksinimdir
 - c. Bir gereksinim değildir
 - d. Orta düzey bir gereksinimdir
 - e. Üst düzey bir gereksinimdir
8. Aşağıdakilerden hangisi turizm sosyolojisinin ilgilendiği konulardan biri **değildir**?
 - a. Turist ile yerli halk arasındaki ilişkilerin incelenmesi
 - b. Turizm gelişiminin toplumsal boyutu
 - c. Turizmin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan sosyo-kültürel etkiler
 - d. Turizmin etkisiyle turist davranışında meydana gelen etkiler
 - e. İşletme stratejilerinin gelişmesi
9. Aşağıdakilerden hangisi turizm ile birlikte değişen değerlerden birisi **değildir**?
 - a. Farklı kültürleri tanımak
 - b. Para harcamak
 - c. Para biriktirmek
 - d. Tatile çıkmak
 - e. Eğlenmek
10. Aşağıdakilerden hangisi turizm etkisiyle ortaya çıkan olumsuz toplumsal etkilerden biri **değildir**?
 - a. Kültürel yozlaşma
 - b. Geleneklerin bozulması
 - c. Alkol ve uyuşturucu kullanımının artması
 - d. Aile bağlarının zayıflaması
 - e. Toplumda saygı ve sevginin artması

Yaşamın İçinden

“

Turizmde yeni trend: Evlilik Turizmi

Kültür turizmi, golf turizmi, deniz turizmi derken Türkiye'nin yıldızı artık evlilik turizminde parlamaya başladı. Geçtiğimiz yıl Antalya'da evlenen 11 bin çiftin yarıya yakını yabancı uyrukluymdu. Turizmciler de turistleri Türkiye'de evlenmeye teşvik etmek için paket programlarına otantik kına geceleri, gelin hamamları ve damat tıraşlarını ekledi.

Dünyanın dört bir yanından binlerce turist evlenmek için Türkiye'ye geliyor.

Antalya, deniz turizminden sonra evlilik turizminin de başkenti olmaya hazırlanıyor.

Geçen yıl Antalya'da evlenen 11 bin çiftin 4 bini yabancı uyrukluymdu.

Fethiye'de geçen yıl 338 yabancı turist, dünya evine girdi. Fethiye'de yapılan yabancı evlilikleri bir önceki yıla göre yüzde 30 arttı.

Hindistan'ın en zengin iş adamlarından Shyam Bhatia oğlunu evlendirmek için 'dünyanın en güzel şehri' dediği İstanbul'u seçmişti.

Boğaz kıyısındaki Çırağan Sarayı'nda yapılan ve 4 gün 4 gece süren düğün uzun süre konuşulmuştu.

Çırağan Sarayı, bir yılda 100'ün üzerinde düğüne ev sahipliği yapıyor ve bunun 5'te 1'i yabancı çiftlerden oluşuyor.

Türkiye'nin evlilik turizminde yıldızının parlaması turizmcileri de heyecanlandırdı.

Global Access Genel Müdürü Barkın Tümay, yüzde 40'lık bir kesimin balayı çifti boyutunda geldiğini söyledi. Tümay, "Sadece balayı için değil, evlilik için de gelmelerini istiyoruz" diye konuştu.

Dünyanın pek çok noktasından Türkiye'ye turist taşıdıklarını belirten Tümay, yabancı turistleri Türkiye'de evliliğe özendirmek için özel programlar planladıklarını ifade etti.

Tümay, "Otantik kına geceleri, otantik gelin hamamlarımız, damat tıraşlarımız var" dedi.

Kaynak: <http://www.cnnturk.com/2010/ekonomi/genel/01/29/turizmde.yeni.trend.evlilik.turizmi/561479.0/index.html> (08.04.2012)

Sinem Yönden CNN Türk

Okuma Parçası

Halep'in taş evleri...

Suriye'nin nin Halep kenti, Türkiye'de ticaret merkezi olarak bilirse de Ortadoğu ülkelerinde taş işçiliği konusunda geniş bir üne sahip. Halep'i ziyaret edenler, ünlü taş villaların yanı sıra taş işçiliğinin örneklerini cami, apartman ve kamu binalarında görebiliyor.

Halk arasında Halep taşı veya sarı taş olarak bilinen ve Halep yakınlarındaki taş ocaklarından çıkarılan taşlardan inşa edilen evler, süslemeleri ile dikkati çekiyor.

Çok katlı taş evler, villalar sahibinin isteğine göre yapılıyor. Bazı evler, Arap mimarisine uygun dikdörtgen yapısı ve kubbeleri ile dikkati çekerken, batı mimarisi esas alınarak inşa edilmiş yüksek ve çok sayıda sütunun kullanıldığı evler de bulunuyor.

Halep taşı evin kaba inşaatının yanı sıra dış cephe süslemelerinde de kullanılıyor. İnce işçilikle üzüm ve yaprak gibi desenlerin yanı sıra doğuya özgü hilal, yıldız veya çiçek motifleri şeklinde işlenen taşlar, dış cephe-leri ve balkonları süslüyor.

22 yıllık taş ustası Ahmet Hindavi, bazı villalarda duvar tablosu yerine villa sahibinin istediği desenin taşlara işlendiğini ve duvarlara yerleştirildiğini söylüyor.

"Taş işçiliğinin çok zor ve dikkat gerektiren bir iş olduğunu" vurgulayan Hindavi, "Taşa şekil vermek zordur. Zahmetlidir. Taşı ve taşa şekil vermeyi sevmeniz gerekiyor" diyor. Hindavi, Halep'te inşa edilen taş ev ve villaların Arap ülkelerine ihraç edilenlerin yanında çok sade kaldığını söylüyor.

Hindavi, Kuveyt, Ürdün, Birleşik Arap Emirlikleri gibi ülkelere gelen siparişler için dekoratif amaçlı hazırlanan taş duvar veya zemin süslemelerinin altın ve mermer gibi malzemelerle birleştirildiğini anlatıyor.

Bir villa için...

Taş işleme atölyesi bulunan 25 yıllık taş ustası Mustafa Halebi ise taş villa inşaatının çok pahalı olduğunu ve çoğunlukla Arap ülkelerinden gelen siparişler üzerine çalıştıklarını belirtiyor.

Siparişte istenen villanın birçok bölümünün Halep'teki taş işleme atölyelerinde hazırlandığını anlatan Halebi, "Siparişi aldıktan sonra parçalar hâlinde hazırlıyoruz. 4 metre yüksekliğindeki bir sütunu 4 parça hâlinde hazırlayıp istenen deseni, süslemeyi yapıyoruz. Bütün parçalar hazırlandıktan sonra numaralandırılıyor ve sipariş verilen ülkede parçalar bir araya getiriliyor" diyor.

Halebi villanın büyüklüğü, oda sayısı ve süslenmiş kısmın oranına göre, bir villa için binlerce parça hazırlan-

”

dığını kaydediyor. Halebi, ev içinde kullanılmak üzere koltuk, masa, fiske, gömme dolap, şömine gibi eşyaları da taştan hazırladıklarını ve süslemesini el işçiliği ile yaptıklarını söylüyor. Halep içinde, orta düzeyde bir villanın inşaatı yaklaşık 500 bin dolara mal olurken işleme ve süslemesi ile kullanılan taşın özellikleri, maliyeti birkaç milyon dolara yükseltebiliyor.

“Suphi’yi vazgeçiremedik”

13 yaşındaki Suphi Halebi taş işçiliğine merak salmış usta adaylarından biri ve aynı zamanda Mustafa Halebi’nin yeğeni. Mustafa Halebi, yeğenini vazgeçirmek için zor işleri verdiklerini ancak Suphi’yi vazgeçiremediklerini söylüyor.

Mustafa Halebi, “Taş işçiliği, ustalığı çok zordur. Suphi’yi vazgeçirmek için çok zor işleri ona verdim ama usta olmak için 4 yıl gerekirken Suphi, 2 yıl içinde usta olacak gibi görünüyor” diyor. Taş işçiliği usta-çırak ilişkisi ile devam ederken Halep’te yaklaşık 400 taş ustası bulunuyor.

Son yıllarda “Avrupa tipi” villaların tercih edilmesiyle birlikte taş ustaları da ikiye ayrılmaya başlamış. Ustaların bir kısmı, el işçiliği ile evi oluşturan taşları hazırlarken bir kısmı da bu parçaların birleştirilmesi için çalışıyor. Taş ustalarının aylık gelirleri 3 bin ile 5 bin dolar arasında değişiyor.

Kaynak: <http://www.cnnturk.com/2009/yasam/gezi/11/07/halepin.tas.evleri/550760.0/index.html> (08.04.2012)

Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı

- | | |
|-------|--|
| 1. d | Yanıtınız yanlış ise “Tarihsel Süreçte Turizm Olgusunun Gelişimi” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 2. c | Yanıtınız yanlış ise “Tarihsel Süreçte Turizm Olgusunun Gelişimi” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 3. c | Yanıtınız yanlış ise “Ücretli İzinler” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 4. d | Yanıtınız yanlış ise “Boş Zaman” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 5. e | Yanıtınız yanlış ise “Tarihsel Süreçte Turizm Olgusunun Gelişimi” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 6. b | Yanıtınız yanlış ise “Tarihsel Süreçte Turizm Olgusunun Gelişimi” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 7. e | Yanıtınız yanlış ise “Turizmin Davranışsal Boyutu” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 8. e | Yanıtınız yanlış ise “Turizm Sosyolojisi” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 9. c | Yanıtınız yanlış ise “Turizmin Değerler Sistemi” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 10. e | Yanıtınız yanlış ise “Tarihsel Süreçte Turizm Olgusunun Gelişimi” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Turizm toplumsal bir olgudur çünkü özellikle turizmin kitleselleşmesi ile birlikte milyonlarca kişinin turizm amacıyla karşı karşıya gelmesi sonucunda, çok geniş kapsamlı ve toplumsal boyutları olan bir ilişki biçimi ortaya çıkmıştır. Turizm bağlamında karşı karşıya gelmiş olan milyonlarca kişi sadece ekonomik anlamda bir alışverişte bulunmazlar aynı zamanda toplumsal anlamda da bir ilişkiye girerler. Söz konusu toplumsal ilişki sonucunda taraflar birbirini etkileyerek davranış değişikliklerine yol açarlar. Bundan dolayı, turizm sadece ekonomik bir mübadele biçimi değil, aynı zamanda bir toplumsal olgudur.

Sıra Sizde 2

Küreselleşmenin etkisiyle turizm artık birçok boyutu ile birlikte bir “mega sistem”e dönüşmüştür. İletişim ve ulaşım olanaklarının artması ile birlikte, turizm artık uluslararası boyuta ulaşmış, milyonlarca kişi tatil için başka ül-

keler hatta başka kıtalara gider olmuştur. Bu turizm faaliyetini sağlamak için, uluslararası turizm şirketleri ve seyahat acentaları ve uluslararası otel zincirleri karmaşık organizasyonlar gerçekleştirmiştir. Bu organizasyonlar birçok faaliyeti kapsayan, uluslar üstü yapılara dönüşmüştür. İşte bu yapılara “mega sistem” denmektedir.

Sıra Sizde 3

Turizm II. Dünya Savaşı'ndan sonra büyük bir ivme kazanmıştır. Bunun başlıca nedeni, II. Dünya Savaşı sonunda Batılı toplumlarda hızlı bir sanayileşmenin görülmesi ve bununla birlikte refah düzeyinde görülen artış ve yaygınlaşmadır. Refah düzeyinin hızla artması ve yaygınlaşması ile birlikte, çok daha fazla sayıda insan tatile çıkma olanağına kavuşmuş ve böylelikle turizm giderek artan ölçüde yaygınlaşmaya başlamıştır. Ayrıca bu dönemde, sanayileşme ve modernleşmenin, gelişmekte olan toplumlara doğru yaygınlaşması sonucunda, bu ülkeler de tatile talep edilen bir şey olmaya başlamış ve bu durum da turizmin yaygınlaşmasına etki eden bir başka faktör olarak karşımıza çıkmıştır.

Sıra Sizde 4

Sanayileşmenin ileri aşamalarında ücretli izinlerin ortaya çıkması, bunun sonucunda boş zamanın ortaya çıkması ve boş zamanlarda tatil ve turizm faaliyetleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Dolayısıyla ücretli izinler, boş zaman ve turizm arasında nedensel bir ilişki vardır. Başka bir deyimle, eğer işçi sınıfının büyük mücadeleler sonucunda kazanmış olduğu ücretli izin hakları ve bunun sonucunda ortaya çıkan boş zamanlar olmasaydı, büyük kitlelerin tatil amacıyla geçici yer değiştirmeleri yani turizm de ortaya çıkmayacaktı.

Yararlanılan Kaynaklar

Alistor, M. ve G. Wall. (1992). **Tourism: Economic, Physical And Social Impacts**, Harlow: Prentice Hall.

Altıparmak, M. (2002). Turizm Çeşitlendirilmesi, Sürdürülebilir Turizm ve Planlama, III. **Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara

Akurgal, E. (1998). **Anadolu Uygarlıkları**, İstanbul.

Apostopoulos, Y., S. Leivadi ve A. Yiannakis. (1996). **The Sociology of Tourism: Theoretical and Empirical Investigations**, Routledge, London and NewYork.

Atabay, S. (2002). Ekolojik Yaklaşımlı Turizm Planlaması, III. **Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara

Baki, A. (1990). Turkey: Redeveloping Tourism, **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, 31 (2): 60-64.

Bakırcı, M. (2002). Eko Turizm, III. **Turizm Şurası Bildirileri** Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara.

Bal, C. (2002). Biyoçeşitlilik ve Turizm, III. **Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara

Baykara, T. (1999). **Rakamlar Marmaris ve Yöresi**, Marmaris Ticaret Odası Yayını, Marmaris.

Baykara, T. (2001). **Rakamlar Marmaris ve Yöresi-II**, Marmaris Ticaret Odası Yayını, Marmaris.

Bean, G. E. (1987). **Karia**, Çev: B. Akgüç, İstanbul.

Beck, U. (2000). Risk Society revisited: Theory, Politics and Research Programmes, **The Risk Society and Beyond: Critical Issues for Social Theory**, Ed: Barbara Adam, Ulrich Beck ve Loost Van Loon, Sage Publications, London.

Benton, T. (2001). Environmental Sociology: Controversy and Continuity, **Sosiologisk tidsskrift**, 9:5-48.

Benton, T. ve Craib, I. (2001). **Philosophy of Social Sciences: The Philosophical Foundations of Social Sciences**, Palgrave, Hampshire.

Birkan, İ. (2001). **Sürdürülebilir Bir Turizm İçin Turizmde Vizyon**, Yıl: 1 Sayı:3 İstanbul.

Brissouslis, H. J. Straaten. (1992). **Tourism and the Environment**, Dordrecht: Kluwer Academics.

Ceylan, T. (1995). Sürdürülebilir Kalkınma, **Gelişme İktisadi**, Beta, İstanbul.

Ceylan, T. (2001). Turizm ve Sürdürülebilir Gelişme, **Anatolia**, Yıl:12, Ankara.

(CE) Commission of the European Communities, Directorate General XXIII-TourismUnit. (1993). **Taking Account of Environment in Tourism Development**, Brusseles.

Colin, H. (1995). **Tourism and The Environment: Sustainable Relationship**, New York: Routledge.

Çağatay, O., Yurdaer, M. ve Kırış, R. (2002). Eko-Turizm için Mekansal ve Yerel Toplulukların Katılımının Planlanması (Akseki-ıbradı Havzası Örneği), III. **Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara

Çevik, F. (1999). Sürdürülebilir Turizme Hizmet Eden Çevre Dostu Konaklama işletmelerindeki Çevreci Uygulamalar, **Standard**, Sayı:476, Yıl:40, İstanbul.

Dindar, M. (2002). Turizm ve Çevre ilişkileri, III. **Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara.

Enz, C. A. ve Signav, J. A. (1999). Best Hotel Environmental Practices, **Cornell Hotel And Restaurant Administration Quarterly**, 40(5): 72-77.

Giddens, A. (1990). **The Consequences of Modernity**, Cambridge: Polity Press.

- Giddens, A. (1991). **Modernity and Self-Identity in the Late Modern Age**, Cambridge:
- Graham M.S. 1996. **The Language Of Tourism: A Sociolinguistic Perspective**, Oxon. Cab.
- Göymen, K. (2000). Tourism and Governance in Turkey, **Annals of Tourism Research**, 27(4): 1025-1048.
- Güvenç, B. (1979). **İnsan ve Kültür**, Remzi Kitapevi, İstanbul.
- Güvenç, B. (1992). **Türk Kimliği**, Kültür Bakanlığı Yayını, Ankara.
- Herodotos. (1973). **Herodot Tarihi**, Çev: M. Ökmen, İstanbul.
- Hildebrand, P. M. (1992). The European Community's Environmental Policy, 1957 to '1992': From Incidental Measures to an International Regime? **Environmental Politics**, 1(1): 13-43.
- Inforegio/panorama. (2002a). Sustainability - Holy Grail of Tourism in The 21. Century, **European Union Regional Policy, Cooperation Without Borders**, Office for official publications of the European Communities, Luxembourg. January, 2002/6
- Inforegio/panorama. (2002b). Tourism is Trump for Europe's Regions, **European Union Regional Policy, Cooperation Without Borders**, Office for official publications of the European Communities, Luxembourg. January, 2002/6
- İşıklı, Yılmaz. (2002). "Türk Turizminde Altyapı ve Çevre" **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara
- Judge, D. (1992). A Green Dimension of the European Community, **Environmental Politics**, 1 (1):1-9.
- KalDer, Türkiye Kalite Derneği, Müşteri Memnuniyeti Uzmanlık Grubu. (2000). **Müşteri Memnuniyeti Yönetimi**, Türkiye Kalite Derneği, İstanbul.
- Karaman, M. R. (2002). Eko-Turizm Yaklaşımında Verimli Toprakların Korunması ve Ekolojik Dengenin Önemi, **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara.
- Karamustafa, K. (2000). Marketing-Channel Relationships-Turkey's Resort Purveyors' Interactions with International Tour Operators, **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, 41(2): 21-31.
- Kirk, D. (1995). Environmental Management in Hotels, **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 7(6): 3-8.
- Kirk, D. (1996). **Environmental Management For Hotels: A Student's Handbook**. Butterworth Heinemann, Musselburgh.
- Korzay, M. (1994). Turkish Tourism Development, **Tourism: The State of the Art**, A, V. Seaton ve diğerleri (Ed.), ss. 85-99, Chichester: Wiley.
- Kozak, M. ve Rimmington, M. (2000). Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain as an off-season Holiday Destination, **Journal of Travel Research**, 38(3): 260-269.
- Kuşluvan, Z. A. (1999). Eko-Turizm Kavramına Yapısal Yaklaşım ve Türkiye Açısından Bir Değerlendirme, **Turizmde Seçme Makaleler-31**, Tugay, İstanbul.
- Hall, M. Alan A. Lew. (1996). **Sustainable tourism: A geographical perspective**, Harlow: Drective Hall.
- Lanquar, R. (1999). **Turizm ve Seyahat Sosyolojisi**, İletişim Yayınları, İstanbul.
- McCormic, J. (1999) **Understanding The European Union, A Concise Introduction**, Mcmillan Press Ltd., London.
- Nurlu, E. Ve Erdem, Ü. (2002). Avrupa Birliği Kapsamında Turizm Sektöründe Çevresel Etki Değerlendirme, **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara
- Önder, M. (1995). **Türkiye Müzeleri**, İş Bankası Kültür Yayınları. Ankara.
- Özdemir, M. (1998). **Turizm Fiske Taşları**, Reklam, Ankara.
- Öztürk, S. (2002). "Eko Turizm Destinasyonu Olarak İz-nik, **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara.
- Pretty, J. ve Ward, H. (2001). Social Capital and the Environment, **World Development**, 29(2):209-227.
- Redclift, M. (2001). Environmental Security and the Recombinant Human: Sustainability in the Twenty-first Century, **Environmental Values**, 10: 289-299.
- Richards, G. ve D. Hall. (2000). **Tourism and Sustainable Development**, Routledge, London.
- Rosander, A. C. (1989). The Quest for Quality in Services, **The Quality Resources**, New York.
- Straban. (1987). **Strabon Coğrafya**, Çev: A. Pekman, İstanbul.
- Tourism and the Environment in Europe. (1995). **An Introduction along with reports on some European projects in tourism**, Tourism Division of the European Commission (DG XXIII), Alpenforschungsintitut gemn. GmbH Garmisch-Partenkirchen, Germany.
- Toskay, T. (1989). **Turizm: Turizm Olayına Genel Bir Bakış**, Der Yayınları, İstanbul.
- Tosun, C. (1999). An Analysis of the Economic Contribution of Inbound International Tourism in Turkey, **Tourism Economics**, 5 (3): 217-250.
- Tuna, M. (2007). **Turizm Çevre ve Toplum (Marmaris Örneği)**, Detay Yayınları, Ankara.

2

Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Turizm olgusunun gelişiminin tarihsel temellerini tanımlayabilecek,
- İlk Çağ'da turizmin ne anlama geldiğini açıklayabilecek,
- Antik Çağ'da turizmin gelişimini açıklayabilecek,
- Orta Çağ'da turizmin anlamını tanımlayabilecek,
- Osmanlı'da turizm faaliyetlerinin anlamını açıklayabilecek,
- Endüstriyel toplumda kitlesel turizmin ortaya çıkışını ve gelişimini açıklayabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Turizm
- İlk Çağ
- Eski Mısır
- Antik Çağ
- Antik Yunan
- Aydınlanma
- Endüstri Devrimi

İçindekiler



Turizm Olgusunun Tarihsel Arka Planı

GİRİŞ

Endüstri devriminden sonra, özellikle işçi sınıfının ücretli izin haklarını kazanması ve bunun sonucunda, boş zaman elde etmesiyle, kitlesel bir nitelik kazanan ve bu anlamda, toplumsal bir olgu hâline gelen turizmin geçmişi çok eski tarihlere dayanmaktadır. Ancak İlk ve Orta Çağ'daki turizmin niteliği ile modern toplumdaki turizmin niteliği hiç kuşkusuz ki çok farklıdır. Tatil ve turizm İlk ve Orta Çağ'da sadece çok sınırlı sayıdaki soylular için söz konusuken günümüzde geniş toplum kesimlerinin katıldığı bir sosyal etkinlik durumuna gelmiştir. Turizmin, sınırlı sayıda katılımcının yararlandığı bir etkinlik olmaktan çıkarak, geniş kitlelerin katılımıyla gerçekleşen sosyal bir etkinliğe dönüşmesi ve bu bağlamdaki toplumsal boyutları bu kitabın ileriki bölümlerinde ayrıntılı olarak tartışılmıştır. Ancak bu ünite, turizmin sosyal bir etkinlik hâline gelmeden önce geçirdiği aşamalar, bir bakıma turizmin tarihsel arka planı ele alınacaktır. Uygarlığın birçok farklı boyutunun yanı sıra, turizm boyutundan bakıldığında da Anadolu ya da Ön Asya diye adlandırılan yörenin, ilk örnekleri sunduğu görülebilir. Dolayısıyla turizmin tarihsel arka planı ele alınırken tarihsel süreçte Anadolu'da yer almış olan uygarlıklar üzerinden bir değerlendirme yapılması gerekmektedir.

Anadolu Avrupa, Asya hatta bir ölçüde Afrika kıtasının birleşim noktasında yer almasından dolayı taşıdığı stratejik konumu nedeniyle, pek çok uygarlığın ortaya çıkıp geliştiği bir coğrafya olmuştur. Dünyanın en eski yerleşimlerinden olan Çatalhöyük, Çayönü, Hacılar, Göbekli Tepe, Yumuktepe yerleşimleri Neolitik Çağ'da Anadolu'da kurulmuş; Sümer, Asur, Hitit, Frigya, Lidya, Pers, Yunan, Roma, Doğu Roma (Bizans), Selçuklu, Osmanlı gibi tarihte iz bırakmış uygarlıklar da bu coğrafyada yer almıştır (Akurgal, 1998). Bu büyük uygarlıkları barındırması açısından, Anadolu tarihi köklü ve zengin bir geçmişe sahiptir (Bean, 1987). Bu zenginliğinden dolayı Anadolu, insanlık tarihinin açıklanması açısından, çok sayıda önemli verinin kaynağını oluşturmaktadır. Turizm de kökleri Anadolu tarihinde aranabilecek olan olgulardan birisi olarak karşımıza çıkmaktadır (Seyhan ve Evcim, 2012: 219-220).

Turizm kitlesel anlamda sanayi devrimi ile birlikte ortaya çıkmış olmasına rağmen, tarihsel olarak; gezip, görme, eğlenme, dinlenme, sağlık amacıyla seyahate çıkma çok eski tarihlere dayanmaktadır.

TARİHTE TURİZM FAALİYETİNE İLİŞKİN İLK ÖRNEKLER

Bir seyahat ve konaklama etkinliği olarak turizmin kökenleri, ilk çağlara kadar gitmektedir. İlk çağlarda tatil ve turizm davranışının kökeni, bugün olduğu gibi, ekonomik olarak harcama olasılık ve kapasitesi ile boş zamana sahip olma olasılığına

Gezip, görme, eğlenme, spor ve sağlık gibi nedenlerle seyahatlere çıkan ilk uygarlık Sümerlerdir. Sümerler, M.Ö. 4000'lerde yazıyı ve tekerleği bulmuşlardır. Bu buluşlar ulaşımı ve iletişimi dolayısıyla seyahati kolaylaştırmıştır.

dayanmaktaydı. Bu anlamda ilk turizm faaliyetine katılanlar, sosyo-ekonomik farklılaşma sonucunda zenginleşmiş olan, toplumun çok küçük bir kesimini oluşturan yönetici sınıflar ile dönemin ayrıcalıklı sınıfının üyeleri idi. Bu noktada teknolojinin önemi ve katkısına da vurgu yapmak gerekecektir. Farklı zaman ve farklı coğrafyalarda değişkenlik gösteren teknoloji, boş zaman ve kültürün gelişmesi, ilkel çağlarda olduğu gibi günümüzde de turizm etkinliğinin oluşmasını doğrudan etkilemiştir. Örneğin avcı-toplayıcı toplumdan yerleşik yaşama geçildiğinde, özel mülkiyetin bir sonucu olarak, sınıflı toplum yapısı ortaya çıkmış ve az sayıda da olsa bir grup insan boş zamana sahip olmuştur. Sanayi devrimine kadar, toplumun sadece sınırlı bir kısmı için söz konusu olan boş zaman, tarih öncesi zamanlarda ayrıcalıklı sınıfların, ayrıcalık nedenlerinden birisiydi (Urry, 2002). Çünkü tatil ve turizm etkinliğinin gerçekleştirilmesi için boş zaman zorunlu bir ön koşuldur (Tuna, 2007). Eski çağlarda üretici güçler (çalışan sınıflar) zamanlarının büyük bir kısmını çalışarak geçirmek zorunda olduklarından turizm, seyahat, yolculuk ve tatil bir yana, en temel yaşamsal gereksinimlerini bile karşılamaktan uzaktılar. Buna karşın yönetici (egemen) sınıftan olanlar ise fiilen çalışmayıp üretimin organizasyonu ve yönetilmesiyle meşgul olduklarından, boş zamana sahiptiler ve boş zamanlarında da seyahat etme olanağına dolayısıyla turizm faaliyetine katılma olanağına sahiptiler.

SIRA SİZDE



Yazının ve tekerleğin bulunması seyahatin gelişmesi üzerinde nasıl bir etki yapmıştır? Tartışınız.

Turizmin çeşitliliği açısından, ilk çağlardaki turizm faaliyetleri ile günümüzdeki turizm faaliyetleri karşılaştırıldığında, turizm çeşitliliği açısından benzerlikler söz konusudur. Bu konuda dikkat çekici turizm türü, inanç turizmidir. Günümüzdeki turizm faaliyetleri arasında, önemi ve yaygınlığı giderek artan inanç turizminin geçmişi, çok eski çağlara kadar gitmektedir. İnanç turizmi bağlamında günümüzde de gerçekleşen, kutsal yerlerin ziyaret edilmesi (hac), kutsal olduğuna inanılan yiyecek ve içeceklerin tüketilmesi, kutsal olduğu düşünülen davranış ve ritüellerin tekrar edilmesi gibi davranışların tarihsel arka planı, çok eski çağlara dayanmaktadır. Hatta dinsel ve kutsallıkla temellenmiş olan ziyaretler, günümüzde giderek daha fazla oranda kutsallık bağlamından uzaklaşarak, salt turistik faaliyete dönüşmüş ve metalaşmışken; eski çağlarda bu tip ziyaret ve seyahatler çok daha fazla oranda kutsallık anlamı taşıyordu. Günümüzde spor turizmi bağlamında oldukça önemli bir yere sahip olan olimpiyatların ilk ortaya çıkışı da gene dinsel bir bağlamda olmuştur. İlk çağlardan beri varolagelen diğer diğer turizm etkinliği ise sağlık turizmidir. Sağlık turizmi içinde yer alan, özellikle termal kaplıcaların, binlerce yıldan beri ziyaret edildiği bilinmektedir. Termal kaplıcaların ziyaret edilmesi, günümüzde de birçok insanın katıldığı, yaygın bir turizm türüdür. Daha önce de değinildiği gibi, insanlık tarihinde turizm faaliyetleri ile ilgili olan en eski örnekler, Sümer, Mısır, Yunan ve Roma uygarlıklarının da içinde bulunduğu, Akdeniz havzasında yer almaktadır.

Sümerler

Turizm faaliyetleri açısından en eski izlere Sümerler'de rastlamak mümkündür. Sümerler parayı, yazıyı ve tekerleği keşfedenler olarak seyahati de ilk keşfedenlerdir. Böylece ilk seyahatlerin, MÖ 4000'lerde Sümerler döneminde başladığı belirtilebilir (Toskay, 1989: 76). Savaşları bir yana bırakacak olursak ilk seyahat edenlerin tüccarlar olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu anlamda Fenikelilerin ticaret

amacıyla bir yerden başka bir yere ilk seyahat edenler olduğu görülmektedir. Ticarete dönük bu seyahatlerde tüccarlar, Çin ve Hindistan'dan getirdikleri ürünleri Avrupa'ya pazarlamak amacıyla çok uzak yolları kat etmek zorundaydılar. Bu uzak yolları kat ederken birçok yer görmekte ve böylelikle ilk turizm faaliyetlerini de gerçekleştirmektedirler.

Eski Mısır

Öte yandan Eski Mısır, MÖ 3000'lerde bilinen ve oldukça popüler bir ziyaret yeri idi. O dönemde Mısır sahip olduğu zenginlikler, özellikle piramitlerden dolayı oldukça ilgi, dolayısıyla da ziyaretçi çeken bir yerdi. Bundan dolayı Eski Mısır'da konaklama gereksinimini karşılamaya yönelik olarak çok sayıda han ve benzeri konaklama yeri inşa edilmiş ve Eski Mısır bu anlamda önemli bir gelişme kaydetmiştir. Babil Krallığı'nda da seyahatlerin oldukça yaygın olduğu ve bazı yazılı eserlerde söz konusu seyahatlere ilişkin bazı düzenlemelerden bahsedildiği görülmektedir (Toskay, 1989: 77).

Ancak modern anlamda turizme benzer faaliyetlerin daha çok Antik Yunan ve Roma çağında görülmeye başlandığı bilinmektedir. Bu anlamda ilk dikkat çekici faaliyet ise bugün de hâlen varlığını sürdürmekte olan Olimpiyat Oyunları'dır. Olimpiyat Oyunları bugünkü turizm faaliyetlerine benzeyen birçok unsuru içinde barındırmaktadır. Ayrıntıları daha sonra tartışılacağı gibi, olimpiyatlar sadece spor müsabakaları olmayıp aynı zamanda içinde dinsel, görsellik, estetik değerler de barındırmaktadır. Yukarıda değinilen faktörlerin yanı sıra olimpiyatlar, seyahat, konaklama, eğlence ve kültürel alışveriş gibi bir faktörü de içinde barındırmaktadır. Bundan dolayı Antik Yunan'da gerçekleştirilen Olimpiyat Oyunları, bugün de hâlen sürmekte olmalarının yanı sıra, bugünkü anlamda turizm faaliyetlerine benzerlikleriyle de dikkat çekmektedir.

Turizmin tarihine ilişkin izlere, mezar ve tapınakları ziyaret edenlerin bu yapıların duvarlarına yazdıkları yazılarda da rastlanır ve geçmişi MÖ 1500'e kadar uzanır. Bu dönemde yazılmış olan duvar yazılarına bir örnek MÖ 1600 ile 1200 arasındaki yazıldığı tahmin edilen aşağıdaki yazıdır:

“Yazman Ahmose, İptah'ın oğlu, Zoser'in tapınağını görmeye geldi.....” (Peden, 2001: 62'den aktaran, Seyhan ve Evcim, 2012: 222).

Günümüzde görülen ve bir bakıma kültürel vandalizm olarak adlandırılacak olan, tarihsel eserlerin üzerine yazı yazılması ve işaret bırakılması geleneğinin Yunan ve Roma çağlarından beri sürmekte olduğu görülmektedir. Yunanistan, Anadolu ve Mısır'daki önemli tarihsel eserler üzerine kazınmış olan duvar yazıları, Mısır'da olduğu gibi, Antik Çağ için de turizm olgusu açısından kanıt niteliğinde bulgular olarak kabul edilebilir. Duvar yazılarının dışında, Antik Çağ'da turizm olgusunun varlığı açısından kanıt oluşturabilecek olan bulgular sadece duvar yazılarından ibaret değildir. Duvar yazıları dışında dönemin bazı edebi eserlerinde de gezip görme ve dinsel amaçlı ziyaretlerden söz edilmektedir. Söz konusu edebî eserler bize, insanların tapınakları sadece görmek için değil festivaller, ayinler ve sağlıkla ilgili nedenlerle de ziyaret ettiklerini göstermektedirler. Örneğin **Herodot** (MÖ 484-M.Ö. 425), MÖ V. yy'da Mısır'da yapılan festivallere ilişkin tanıklıklarını Tarih (*Historia*) isimli eserinde ayrıntılı olarak anlatmıştır. Tarihin babası olarak bilinen Herodot, eserlerinde sadece tarihsel konulardan ve olaylardan söz etmez; tarihsel olayların yanı sıra, gezdiği yerleri ve oralarda gördüklerini de anlatır (Herodot, 1973). Böylece Herodot, ilk tarih yazarı olmakla birlikte, ilk gezi/turizm yazarı olarak da kabul edilebilir (Toskay, 1989: 78).

Eski Mısır, kendi döneminde önemli bir ziyaret merkeziydi. Bunun başlıca nedenleri, Mısır toplumunun o dönemde sahip olduğu refah ve zenginlik ile Mısır piramitleriydi.

Antik Yunan'da oynanan Olimpiyat Oyunları döneminin en önemli spor etkinliklerinden biri olarak aynı zamanda ilk turizm faaliyetlerinde biri olarak kabul edilir.

Tarihin babası olarak bilinen **Herodot** aynı zamanda ilk turizm yazarlarından biri olarak kabul edilebilir.

Resim 2.1

*Taribin babası
olarak kabul edilen
Herodot'un
Bodrum Müzesi
önünde yer alan,
Antik Çağ'dan
kalma heykeli.*



Kaynak: <http://www.bodrum-guide.org/rehber.asp?id=55>

Turizm ve gezi yazarı olarak değerlendirilebilecek olan diğer bir Antik Çağ tarihçi ve yazarı ise MS II. yüzyılda yaşamış olan Yunanlı gezgin Pausanias'dır. Yazarın on ciltlik Yunanistan'ın Tasviri (*Periegesis tes Hellados*) adlı eseri turizmin tarihi açısından ele alınması gereken diğer önemli bir eser olarak dikkat çekmektedir. Pausanias'ın eseri, dinî merkezleri tanıtan ve buraları ziyaret edecek olanlar için pratik ve ayrıntılı bilgiler veren adeta bir turistik rehber niteliğindedir. Bunun gibi eserlerin verdiği bilgilerden dolayı, yazarların gezdikleri yerler, dönemin yönetici ve iktidar sahipleri arasında popüler olmuş ve insanların bu yerleri gezip görmelerine yönelik eğilimlerin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Antik Çağ'a ait gezi rehberlerinde, sıklıkla festivallerden söz edilmektedir. Bunun nedeni, Antik Çağ'da festivallerin gezi aktivitelerinden olması ve bu dönemde seyahat

edenlerin önemli bir bölümünün festivallere katılmak amacıyla seyahat etmeleridir. Festivaller zengin içeriklerinden ve değişik yerleri görme olanağı sağlamış olmalarından dolayı, ilk çağlarda önemli bir çekicilik karakteri taşımaktadır.

İlk çağlardaki festivallerin en ilgi çekici olanları Eski Yunan (Helen) dünyasında gerçekleşen festivallerdir. Bu festivallerden de özellikle dört tanesi, diğerlerine göre daha fazla ön plana çıkmış ve her yöreden insanların katıldığı kozmopolit bir turizm etkinliğine dönüşmüştür. Bu festivallerden en ilgi çekici olanı, günümüzde de sürmekte olan, dünyanın en büyük organizasyonlarından olan Olimpiyat Oyunları'dır. Bu oyunların ilk ortaya çıkış gerekçeleri dinsel niteliklidir ve tanrılar adına düzenlenmektedir. MÖ 776'dan itibaren dört yılda bir yapılan bu etkinlikte, kent devletlerinin atletleri tanrı Zeus adına bir araya gelip yarışmışlardır. Pythian Oyunları, Isthmian Oyunları ve Nemean Oyunları'nın her biri de tapınma ve kurban törenlerini kapsamakta, ziyaretçilerinin eğlenmesi için gösteriler, eğlenceler ve törenler düzenlenmektedir. Bu gösteriler, çok geniş kitlelerin katılımıyla gerçekleşmekte ve spor turizminin bir anlamda ilk örneklerini oluşturmaktadır. Eski Yunan'da şehir devletleri, Olimpiyat Oyunları benzeri birçok festival düzenlemişler ve özellikle Roma döneminde, söz konusu eğlencelerin, halkın sevgisini kazanıp yaygınlaşmasıyla birlikte, yöneticiler bu eğlenceleri sıklıkla propaganda aracı olarak kullanmışlardır (Seyhan ve Evcim, 2012).

Sağlık Antik Çağ'daki seyahat ve turizm türlerinden bir diğerini oluşturmaktadır. Sağlık tanrısı Asklepios'un tapınakları, üretilmiş olan mucizevi iyileşme hikâyeleriyle, sağlık sorunlarına çare arayan insanların sıklıkla ziyaret ettiği yerler hâline gelmiştir. Bu yerler başta tıbbi bakıma yönelik sağlık hizmetleri olmak üzere, verdikleri çeşitli hizmetlerle tedavi ve rehabilitasyon merkezleri hâline gelmişlerdir. Bu sağlık merkezlerine yapılan çok sayıda ziyaretten dolayı, bu tapınakların bulunduğu yerler ve buraların çevresi ticari açıdan gelişme göstermiştir. Antik Çağ'da yukarıda değinilen; anıtların ziyaret edilmesi, festivaller ve sağlık amaçlı seyahatlerde konaklama gereksinimi, ya evlerde ya da misafirhane veya han gibi halka açık yerlerde karşılanmıştır. Bunun yanında, tapınaklarda da konaklama mekânı ve ziyafet salonları bulunmaktadır. Hanlar ve tapınak misafirhaneleri genellikle bir avlunun dört tarafındaki iki katlı binalardan oluşmakta ve etrafındaki avlu duvarı

Antik Roma döneminde, tüm Anadolu'yu kapsayan bir yol ağı kurulmuş ve bu yol ağı üzerinde hanlar, hamamlar ve yolcuların gereksinimlerini karşılayacak konaklama tesisleri inşa edilmiştir.

ile korunmaktadır. Ziyaretçiler yeme içme gibi temel gereksinimlerini, isterlerse bu hanlarda karşılayabilecekleri gibi, Kapeleia ya da Potisteria denilen içki dükkânlarında da karşılayabilme şansına sahip olmuşlardır (Casson, 2008).

Anadolu sahip olduğu zengin uygarlıklardan dolayı, ilk turizm faaliyetlerinin de yer aldığı coğrafyadır.



DİKKAT

Antik Çağ'da Anadolu'nun sahip olduğu turizm potansiyeli ile bugün sahip olduğu turizm potansiyelini karşılaştırınız.



SIRA SİZDE

Antik Roma ve Helenistik Dönemde Anadolu'da Turizm

Antik Çağ'da Roma İmparatorluğu'nun doğuya ve güneye yayılma eğilimleri ve egemenliklerini buralara yaymaları sonucunda, Ön Asya (Anadolu) ve Akdeniz havzasında, öncelikle güvenlik amacına yönelik olarak yollar açmışlar ve bu yollarda güvenliği de sağlamışlardır. Bununla birlikte Anadolu coğrafyasında ulaşım çok daha kolay ve güvenli hâle gelmiş, bu da seyahat ve gezi eğilimlerini ve olanaklarını artırmıştır. MÖ 200 MS 200 arası dönemde Romalılar Anadolu'yu da kapsayacak şekilde ulaşım altyapılarını genişletmişler ve yaklaşık 80.000 km uzunluğunda bir ulaşım altyapısı oluşturmuşlardır. Oluşturulan bu yollar, bir yandan Avrupa'nın en kuzeyini Ortadoğu'nun en güneyine, diğer yandan Avrupa'nın en batı noktasını Ortadoğu'nun doğusuna bağlamaktadır. Böylelikle Roma dönemi, Helenistik dönemden de ileri giderek, Avrupa'nın tamamına yakını ile İran'a kadar uzanan bir coğrafyada oldukça etkili ve güvenli bir ulaşım alt yapısı oluşturarak, bir yandan söz konusu bölgelerin güvenliğini kontrol ederken; diğer yandan da gezi ve seyahat açısından da önemli bir altyapı olanağı sağlamıştır. Bu anlamda, söz konusu dönemde ortaya çıkan gezi ve seyahat faaliyetlerini, bugünkü anlamda turizm faaliyetleri ile karşılaştırmak ve bu faaliyetleri bir bakıma turizmin ilk örnekleri olarak kabul etmek mümkün olabilir (Toskay, 1989: 80).

Turizmin tarihi açısından Roma dönemi, özellikle de Augustus dönemi, parlak bir dönem olarak kabul edilir. İtalya, Yunanistan, Anadolu, Mısır kıyılarını kapsayan deniz yolculukları Roma İmparatorluğu'nda elitler için oldukça popüler etkinlik hâline gelmiştir. "Augustus'un Roma Turu" olarak adlandırılan tur açısından, özellikle Batı Anadolu'daki turizm merkezlerinin önemli ziyaret yerleri arasına girdiği görülür. Romalılar, Antik Çağ'ın sanat eserlerinden olan Aphrodite Heykeli'ni görmek için Kinidos'u, Apollon kehanet merkezleri için Kolophon ve Dydim'a'yı, Artemis Tapınağı'nı görmek için Ephesus'u ziyaret etmişlerdir. Dolayısıyla yukarıda değinilen ve bugün de aynı nedenlerle popüler turizm destinasyonlarından olan yerler, Antik Çağ'da önemli turizm destinasyonları arasında yer almıştır (Tuna, 2007). Antik Çağ'da Anadolu'nun en önemli turistik destinasyonlarından birisi de Homeros'un İlyada'sına konu olan efsanevi savaşın yaşandığı Truva'dır. Efsaneye göre Roma şehrini kuran Truvalı kahraman Aeneas'tır ve bundan dolayı Truva şehri, Romalılar için büyük bir önem taşımakta ve bundan dolayı da önemli ziyaret yeri olarak kabul edilmektedir. Roma döneminde seyahat ve yolculuklar açısından yapılan diğer önemli değişiklik, yol güzergahları üzerine konaklama tesisleri yapılması ve bunların yaygınlaştırılmasıdır. Bu konaklama tesisleri, yolculukları kolaylaştırmış ve kalitesini artırmıştır. Bu konaklama tesisleriyle birlikte artık gezi ve yolculuklar uzun ve çekilmez bir hâl olmaktan çıkarak o günün koşullarında kısa ve zevkli hâle gelmiştir. Bu konaklama tesisleri, resmi devlet görevlilerinin, görevleri ile ilgili seyahatlerinde kullandıkları ve bunun yanı sıra, resmi görevli olma-

Efes, Didim, Bergama, Milet gibi şehirler bugün olduğu gibi, Antik Çağ'da da önemli turizm destinasyonları arasında yer alıyordu.

Antik Çağ'da Efes, gerçekleştirdiği çeşitli etkinliklerle, yılda 700.000 ziyaretçi çekiordu.

yan sivililerin de kullanabildikleri konaklama tesisleridir. Ana yol güzergahlarını ve bu güzergahlarda yer alan konaklama tesislerini gösteren "itineraria" adı verilen rehber kitaplar bulunmaktadır. Bu kitaplarda, ana yol güzergahlarında yer alan konaklama tesisleri, bu tesislerin yapı ve nitelikleri ve hangi gereksinimlere yanıt verdiğine ilişkin bilgiler yer almaktadır (Bean, 1987).

Milattan sonraki dönemde Roma İmparatorluğu'nun, yol güzergahlarında yer alan konaklama tesisleri üzerine olan yatırımları daha da artmış ve farklı kategorilere ayrılmıştır. Sadece imparatorun çevresinde yer alan yüksek sınıftan kişilerin yararlanabileceği hanlara "mansiones", yol polisinin kullandığı hanlar "stationes" ve "mansiones"ler ile "stationes"ler arasında hayvan ve araç değişimini sağlayacak olan daha küçük ve basit hanlara ise "mutationes" denmiştir. Ek 1'de yer alan Tablo 2.1'de, Roma Dönemi'nde İstanbul'dan Antakya'ya kadar olan yol güzergahında yer alan hanların listesi ve Ek 2'de bu tesislerin türleri yer almaktadır.

Resim 2.2

Tanrı Apollon'un heykeli



Kaynak: <http://www.rehberim.net/forum/biyografi-bayat-bikayeleri-376/77814-apollo-kimdir.html>

Antik Çağ'daki turizm etkinliklerinde, dinsel nedenler önemli bir yer tutmaktadır. Dince kutsal sayılan yerlerin ziyaret edilmesi önemli turizm etkinliklerinden birisini oluşturmaktadır. Dinsel olarak kutsal sayılan yerler açısından Anadolu oldukça zengin kaynaklara sahiptir. Antik Çağ'da dinsel açıdan kutsal ve bundan dolayı ziyaret edilen yerler arasında, İonia' da bulunan Didyma (Didim) antik kenti bulunmaktadır. Geleceği görme yeteneğine sahip olduğuna inanılan, Tanrı Apollon adına yapılmış olan tapınaklardan birisi olan Didyma, Apollon Tapınağı, bir kehanet merkezi olarak Antik Çağ'ın en önemli ziyaret yerlerinden ikincisi konumundadır. Bu kehanet merkezlerinin en önemlisi ve büyüğü ise Yunanistan'daki Deplhi kentinde bulunan Apollon Tapınağıdır. Yunanistan'daki bulunan Apollon tapınağı, Yunanistan'daki kehanet merkezi olarak kutsal

Resim 2.3

Apollon tapınağından bir görüntü



Kaynak: <http://www.kaliteliresimler.com/img2449.htm>

bir nitelik taşıırken Anadolu'da bulunan Didyma Apollon Tapınağı da Anadolu'da kehanet merkezi ve kutsal yer olarak kabul edilmekte ve ziyaret edilmektedir. Antik Çağ'da, tek bilgi kaynağı olan kutsallıkla temellendirilmiş olan bilgi ve bu bilginin üretildiği yerler olan kehanet merkezleri, kutsallıklarını tanrısallıklarından aldıkları gibi, aynı zamanda sağladıkları pratik yararlarından dolayı da ziyaret edilmektedir. Bu kehanet merkezleri, pratik gereksinimleri karşılamak amacıyla; hem bir hastane hem de okul (üniversite) işlevi görmektedir. Buralarda hastalıklara şifa arandığı ve tedaviler yapıldığı gibi, bundan daha önemli olarak geleceğe ilişkin öngörülerde bulunmaktadır.

Antik Çağ'da, kutsal yerlerin ziyaretleri, kutsal yerlerde düzenlenen festivaller yoluyla olmaktadır. Bu festivallerde tanrılar adına düzenlenen spor karşılaşmaları ve sanat şenliklerine katılanlar ile bu şenlikleri ve müsabakaları izleyenler, eğlenmenin yanı sıra tanrılara bağlılıklarını da göstermektedirler. Her yıl düzenli olarak Didyma'da düzenlenen ve adının Didymeia olduğu bilinen festival, Tanrı Apollon'un doğumunu kutlamak amacıyla, bahar ile kış arasında düzenlenmektedir. Didyma ile Miletos (Milet) şehri arasında bulunan "kutsal yol", Didymeia festivalinin her iki şehirde de kutlanması amacıyla gerçekleştirilmiş, her iki şehir arasında, festivaller sırasında, tanrılar huzurunda kutsal yürüyüşlerin yapılması sağlanmıştır. Bu festivaller, dinsel, kutsallık eğlence ve sporun yanı sıra, Didyma ve Miletos'a önemli bir ekonomik ve sosyal canlılık getirmiş ve bu yöreler dinselliklerinin yanı sıra önemli ekonomik merkezler hâline de gelmişlerdir (Seyhan, 2010).

Yukarıda değinilen turizm aktivitesi açısından, önemli kentlerden birisi de Ephesus'dur (Efes). Bu kentte gerçekleştirilen "Panionion" Festivali, Antik Çağ'daki önemli turizm faaliyetlerinden birini oluşturmaktadır. Bugün de çok önemli bir tarihsel ve turizm alanlarından birini oluşturan Ephesus (Efes) antik kenti, Antik Çağ dünyasının yedi harikası arasında birini oluşturan Efes Artemis Heykeli ve Tapınağı önemli ziyaret yerleri arasındadır. Gene Ephesus'ta düzenlenen Artemisia Festivali, festivali ziyaret edenlerin değişik dileklerde bulundukları ve bu dileklerinin yerine geldiğine inandıkları, önemli bir kültürel etkinliktir. Yakın şehirlerden gelen genç kız ve erkeklerce, bu festivalde evliliğe ilişkin dileklerde bulunulmakta ve bu dileklerin yerine geldiğine inanılmaktadır.

Festival türü etkinlikler, gerçekleştirildiği yörenin sosyo-ekonomik yaşantısına katkı sağladığından, zamanın yöneticileri tarafından desteklenmiş ve teşvik edilmiştir. Söz konusu uygulamalara ilişkin en ilginç örneklerden birisi Pergamon (Bergama) şehrinde düzenlenen bir festival için, yabancı tüccarlardan vergi alınmaması, turizm amaçlı gümrük bağışıklığının sağlanmasıdır (Seyhan, 2010).

Antik Çağ'daki sağlık merkezlerinden, termal sağlık merkezleri ilk sıralarda yer almaktadır. Günümüzde de yoğun bir şekilde talep edilen termal kaynakların bulunduğu yerlerin sağlık amacıyla ziyaret edilmesi ve bu yörelerdeki turizm faaliyetlerinin kökenleri Roma dönemine kadar uzanmaktadır. Roma döneminde yapılmış hamamların kalıntılarına, Anadolu'nun birçok yerinde bugün dahi rastlamak mümkündür. Dolayısıyla hamam kültürü Roma döneminde son derece gelişmiş ve bir yaşam biçimi hâline gelmiştir. Roma döneminde hamamlar sadece temizlik için kullanılmazlardı, aynı zamanda halkın sosyalleşme mekânları olarak bir bakıma bugünkü kahvelere benzeyen nitelikte taşımaktaydılar. Roma dönemi öncesinde de toplumlarda hamam ve temizlik kültürü olmasına rağmen, hamam kültürünün aslen Roma döneminde geliştiği ve yaygınlık kazandığı görülmektedir (Sevimli, 2005). Hamam yapılarının yaygınlık kazanması ve halk tarafından benimsenmesi, yönetimin desteklediği bir girişimdir. Roma döneminde hamamların yaygınlaşma-

Dinsel olarak kutsal kabul edilen yerlerin ziyaret edilesi, Antik Çağ'daki en önemli turizm faaliyetlerinden birisidir. Antik Çağ'da ziyaret edilen kutsal yerlerin en bilinenlerden birisi, Didim'deki Apollon tapınağıdır.

Bergama Antik Çağ'da ziyaret edilen en önemli sağlık merkezlerinden biridir.

sı ve hamam kültürünün halk tarafından benimsenmiş olması, bugün termal turizm olarak adlandırılabilir. Roma'nın dinsel ve tanrısal temizlik anlayışı, Hippokrates ve ardılları Soranus, Celsus ve Galen gibi hekimlerin desteğiyle rasyonel tıbbın etkisi altına girmiştir. Halk arasında toplu yıkanma yeri anlamında kullanılan sözcükler (balineae, balneum, balineum, thermae, balaneion, loetronloutron) yaygınlaşmış ve banyo ve hamam halkın günlük yaşamının bir parçası hâline gelmiştir. L. Annaei Seneca, Cicero ve M. Porcius Cato Censor' un "Romalıların bacaklarını, kollarını ve bütün vücutlarını en az haftada bir kere yıkadılar. Yıkanmak Roma halkının en önemli günlük etkinlikleri arasında yer aldı" sözleri bu durumu oldukça açık bir şekilde göstermektedir.

Modern tıp bilgisinin ve tedavi yollarının olmadığı Antik Çağ'da, sağlıklı bir şekilde yaşamak oldukça zor olduğundan, sağlıklı yaşam koşullarının sağlanması için değişik yollar aranmıştır. Sağlıklı bir yaşam sürmenin, doğada bulunan birtakım bitkilerden üretilen doğal ilaçlarla mümkün olduğu ancak bu ilaçları üretmenin ve kullanmanın ancak tanrıların izniyle mümkün olduğu inancından dolayı, sağlık tanrısına inanmak gereği ortaya çıkmıştır. Sağlık tanrısı Asklepios'un memleketi olduğuna inanılan Yunanistan'daki Epidaurus'tan sonra belki de en önemli sağlık turizmi merkezi Anadolu'daki Pergamon (Bergama) antik kentidir. Burada Asklepios'un da (Asklepios Tapınağı) içerisinde bulunduğu, büyük bir avlu etrafına yerleştirilmiş yapılardan oluşan sağlık merkezi yer alır. Burasının bir sağlık merkezi olarak ünlenmesinde, dönemin Hipokrat'tan sonra en çok tanınan hekimi olan Galen'in önemli etkisi olmuştur (Seyhan ve Evcim, 2012: 231).

Günümüzün kitle turizmi anlayışıyla karşılaştırılamasa da Antik Çağ'da oldukça önemli düzeyde bir turizm faaliyetinin varlığından söz etmek mümkündür. Sonuç olarak günümüzde insanları turizm davranışına iten nedenler ile o dönemde insanların turizm davranışa yönelten nedenlerin aynı olduğu görülmektedir. İnsan bugün olduğu gibi, Antik Çağ'da da sağlık, spor, eğlence ve dinsel nedenlere seyahat etmişler ve seyahatleri süresince bazı yerlerde konaklama gereksinimi duymuşlardır. Söz konusu döneme ait tarihsel kalıntılar, Anadolu'nun Antik Çağ'da önemli bir geçiş noktasında olduğunu göstermektedir. Anadolu'daki Ephesos, Didyma, Miletos, Tlos, Pergamon ve Troia gibi yerleşimlerde turizm etkinliği olarak değerlendirilebilecek olaylar, Antik Çağ'da Anadolu'nun önemli turizm merkezlerini üzerinde barındıran bir coğrafya olduğunu göstermektedir. Tarihsel süreçte, Antik Çağ'daki turizm faaliyetleri ile günümüzdeki turizm faaliyetleri arasındaki benzerliklerin, sağlık turizminde olduğu gibi hem geçmişte hem de günümüzdeki uygulamalarda etkisinin olduğu görülmüştür. Günümüzde turizm alanında kullanılan bazı terim ve kavramların etimolojik kökenleri itibarıyla, geçmişten ve özellikle Roma döneminden gelmekte olduğu görülebilir.

ORTA ÇAĞ'DA TURİZM

Orta Çağ'da turizm ve seyahat faaliyetlerinde belirgin bir azalmanın olduğu görülür. Bunun temel nedeni, V. yüzyılda Roma İmparatorluğu'nun parçalanarak Doğu Roma ve Batı Roma olarak ikiye ayrılması ve bunun sonucunda, Batı Roma İmparatorluğu'nun tamamen yıkılmasıyla birlikte, Avrupa'da ortaya çıkmış olan otorite boşluğudur. Batı Roma İmparatorluğu'nun parçalanması sonucunda, merkezi otorite kaybolmuş, Feodalizm denilen bir toplumsal örgütlenme ve üretim biçimi ortaya çıkmıştır. Feodalizm ile birlikte, Avrupa'da ortaya çıkan birçok küçük şehir devletleri ve feodal derebeylikler, seyahat için zorunlu bir gereklilik olan yol gü-

Orta Çağ'da gezi ve seyahat faaliyetlerinde belirgin bir azalma görülür. Bunun başlıca nedeni, Orta Çağ ile birlikte, Hristiyanlığın etkisi ile gündelik yaşamın giderek dinin baskısı altına girmesi ve dolayısıyla yaşamdan zevk alma eğiliminin yerini, dinsellikle çerçevelenmiş bir yaşantının almasıdır. Bunun yanı sıra, güçlü Roma İmparatorluğu'nun yıkılması ile birlikte, seyahat için gerekli olan yol güvenliğinin ortadan kalkmasıdır.

venliğini sağlayamamışlardır. Ayrıca Roma dönemiyle birlikte, köleciliğin köle sahiplerine sağladığı bolluk, yaşamdan zevk alma ve seyahat gibi yaşam biçimleri giderek ortadan kalkmaya başlamıştır. Yukarıda değinilenlerin yanı sıra, Orta Çağ'da gezi ve seyahat faaliyetlerinin azalmasının diğer bir nedeni Hristiyanlık etkisidir. Bu dönemde Avrupa'da meydana gelen en köklü değişiklik hiç kuşkusuz, Roma döneminin dinsel inancı olan paganizmin yerini Hristiyanlığın almasıdır. Avrupa'da Hristiyanlığın yaygınlaşması ile birlikte, günlük yaşamın din tarafından daha sıkı bir şekilde kontrol altına alınması gündeme gelmiştir. Yukarıda sayılan faktörlerin sonucunda, seyahat ve turizm faaliyetlerinde gözle görülen bir azalma ortaya çıkmıştır.

Orta Çağ'ın ikinci aşamasında, Avrupa'da gezi ve seyahat faaliyetlerinde yeniden bir artış eğilimi gözlenmeye başlanmıştır. Bunun temel nedeni ise Hristiyanlık ve daha sonra ortaya çıkacak olan Müslümanlığın etkisiyle, kutsal yerlerin ziyaret edilmesi yani hac turizminin gündeme gelmesidir. Hristiyanlık ve Müslümanlığın kutsal saydığı yerler olan Kudüs, Mekke gibi yerler önemli dinsel amaçlı turizm destinasyonları ve özellikle hac zamanlarında yüz binlerce kişinin ziyaret ettiği yerler hâline gelmiştir (Toskay, 1989: 81-82).

Orta Çağ'daki turizm faaliyetleri açısından Marco Polo dikkat çekmektedir. Marco Polo'nun XIII. yüzyıl sonlarında Asya'ya yaptığı ziyaret sonrasında yazdığı izlenimleri, Uzak Doğu kültürüne karşı bir merakın ortaya çıkmasına ve bu bölgelere seyahat eğilimlerinin artmasına yol açmıştır. Avrupa açısından uzak kıtaların keşfini gerçekleştiren Vasco de Gama, Macellan gibi seyyahların maceraları yeni keşfedilmiş bu kıtalara karşı bir merak ve ilgi uyanmasına yol açmıştır. Bu ilgi ve merak sonucunda da yeni keşfedilen bu yerlere olan keşif seyahatlerinde müthiş artışlar ortaya çıkmıştır.

Orta Çağ'ın ikinci yarısında dinsel temelli seyahatlerde bir artış görülmüştür. Hristiyanlığın ve Müslümanlığın kutsal saydığı yerlere olan dinsel ziyaretlerde artış ortaya çıkmıştır.

Resim 2.4

Marco Polo



Kaynak: <http://www.turkopedi.com/marko-polo-marco-polo.html>

AYDINLANMA VE RÖNESANS

Orta Çağ'ın yıkılması ile birlikte feodalizm çözülmeye başlamış ve feodalizmde etkili olan yaşam biçimleri de etkisini yitirmeye başlamıştır. Uzun yıllar din ve kilisenin mutlak baskısı altında ve din ve kilisenin çizdiği çerçevede yaşamını sürdürmek zorunda kalmış olan toplum; feodalizmin etkisini yitirmeye başlamasıyla birlikte, birçok alanda olduğu gibi seyahat alanında da özgürleşmeye başlamıştır. Bu bağlamda din ve kutsallıkla temellendirilmiş varlık ve bilgi anlayışının yerini, insan aklı ile iradesiyle temellendirilmiş olan bir varlık ve bilgi anlayışı almaya başlamıştır. Bu anlayışa göre artık bilginin kaynağı vahiy değil, insan aklı ve tecrübeleri ile ulaşılabilecek olan malumatlardır. Kısaca aydınlanma diye adlandırılan bu durum, insanın doğaya ilişkin bilgileri, kendi akıl ve kapasiteleri ile bilebileceği ve anlayabileceği yönünde güçlü bir eğilimin ortaya çıkmasına yol açmıştır. İşte bu eğilim sonucunda, değişik yerleri görmek sadece farklı kültürleri görmek anlamında değil, aynı zamanda, doğayı keşfetmek anlamında da ilgi çekmeye başlamıştır. Diğer faktörlerin yanında doğaya olan merakın da etkisiyle, önceleri sadece ayrıcalıklı üst sınıflar için söz konusu olan uzak coğrafyalara olan geziler, doğayı keşfetme amacına yönelik olarak da artmış ve yaygınlaşmıştır (Tuna ve diğ., 2011).

Kant'a göre Aydınlanma, insanlığın kendi iradesiyle, içinde bulunduğu ergin olmama durumundan çıkması ya da kurtulmasıdır. Bu tanımlamayı şu şekilde açmak mümkündür: Aydınlanma ile birlikte, Orta Çağ'da geçerli olan tanrı ve kutsallıkla temellendirilmiş varlık ve bilgi anlayışının yerini insan aklı, iradesi, yetenek ve kapasiteleri ile temellendirilmiş bir varlık ve bilgi anlayışı almıştır.

Aydınlanma dönemi ile birlikte, başka toplumlara ve kültürlerle olan ilginin yanı sıra, doğayı keşfetmeye yönelik olarak da bir ilgi ve eğilim ortaya çıkmıştır. Bu ilgi ve eğilimin sonucunda deniz aşırı ülkelere yolculuklarda artışlar olmuştur.

Orta Çağ sonrası, Aydınlanma ile birlikte değinilmesi gereken diğer önemli bir değişim Rönesans'tır. Rönesans bilindiği gibi bilim, sanat ve kültür alanlarındaki değişim ve gelişimlere verilen addır. Rönesans ile birlikte, bilgi üretme, bilim, kültür ve sanat kilisenin tekelinden çıkarak yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu bağlamda doğanın işleyişine ilişkin bilimsel gelişmeler artmış, kültür ve sanat etkinlikleri özgürleşmiş, çeşitlenmiş ve sayıca müthiş artış göstermiştir. Dolayısıyla bu alanlara ilgi gösterenlerin sayılarında da çok önemli artışlar meydana gelmiştir. Söz konusu gelişmelerin sonucunda Avrupa'da ve Avrupa'yı da taan ölçüde, ticaret ve ekonominin yanı sıra, bilim, sanat ve kültür alanında bir piyasa oluşmaya başlamış ve oluşan bu yeni piyasanın etkisiyle de gezi ve seyahatlerde artışlar ortaya çıkmıştır.

K İ T A P



Aydınlanma ve modernizm konusunda bakınız: Muammer Tuna ve diğ. (2011). *Modern Toplumun İnşası: Tarihsel ve Sosyolojik Bir Perspektif*, Detay Yayınları, Ankara.

SIRA SİZDE



Aydınlanmanın günlük yaşantıdaki etkileri üzerinde düşününüz.

Özellikle bu dönemde, deniz ulaşımında ve teknolojisinde ortaya çıkan yenilikler, deniz aşırı yolculukları kolaylaştırmış ve hızlandırmıştır. Bu dönemde ortaya çıkan deniz yolculuklarını kolaylaştıran ve hızlandıran en önemli teknolojik yenilik, pusulanın icadıdır.

Amerika'nın keşfi ile birlikte, deniz aşırı ülkelere ve kıtalara olan yolculuk eğilimlerinde önemli bir artış gözlenmiştir.

Aydınlanma döneminde ayrıca, özellikle deniz ulaşımında ortaya çıkan gelişmeler ve teknolojiler, deniz aşırı yolculukları oldukça kolaylaştırmıştır. Yeni keşfedilen kıta olan Amerika'ya, Hindistan'a ve Uzak Doğu'ya olan, ticari, siyasi, bilimsel anlamdaki yolculukların sayılarında müthiş artışlar görülmüştür. Turizm tarihi açısından, kısaca Aydınlanma etkisi diye adlandırılabilir bu durum dikkat çekicidir.

Ayrıca Aydınlanma dönemi ile birlikte, ticaretin gelişmesi ve yaygınlaşması, yeni bir sınıfın, burjuva sınıfının ortaya çıkmasına yol açmıştır. Burjuvazi sınıfında yer alanlar, içinde yer aldıkları ticaret faaliyetlerinin yaygınlaşması sonucu, daha çok seyahat etmek zorunda kalmışlar ve bunun sonucunda, konaklamaya yönelik tesislerin sayı ve niteliklerinde artış görülmüştür. Bununla birlikte, bugünkü turizm faaliyetlerinde kullanılanlara benzeyen konaklama tesisleri olan hoteller ilk kez bu dönemde kurulmaya başlanmıştır.

OSMANLI ETKİSİ

XV. yüzyılda Osmanlı'nın artık küçük bir beylik olmaktan çıkarak bir İmparatorluk hâline gelmesiyle birlikte, Anadolu ve Orta Doğu'daki siyasi dengeler ve siyasi iklim değişmeye başlamıştır. Asya'dan, Avrupa'ya iki önemli ticaret yolu olan İpek Yolu ve Baharat Yolu Anadolu'da kesişmiş olduğundan, bu yolların kontrolü Osmanlı'ya geçmiştir. Bu ticaret yollarının güvenliğinin, inandırıcılığının sağlanması için, yol üzerinde çok sayıda hanlar, hamamlar, kervansaraylar, çeşmeler yapılmıştır. Avrupa ile Asya ve hatta Afrika'nın kesişim noktasında bulunan Anadolu'da, Osmanlı döneminde, han ve kervansaray gibi konaklama tesislerinin giderek yaygınlaşması, bu dönemde turizmin gelişmesi açısından oldukça önemli ve dikkat çekicidir.

Bu dönemde Osmanlı ve İslam dünyasında önemli seyahat turizmi ve dinsel turizm olarak adlandırılabilir olaylardan birisi, Arabistan'daki Mekke ve Medine'ye yapılan hac ziyaretleridir. Günümüzde de sürmekte olan bu hac ziyaretleri, Osmanlı döneminde sağlanan yol ve diğer konaklama hizmetleri sayesinde düzenli ve güvenli bir şekilde yapılır olmuştur. Bundan dolayı, Osmanlı dönemindeki seyahate ilişkin bu gelişmeler, turizm tarihi açısından oldukça önemli ve dikkate değer bir nitelik taşımaktadır.

Osmanlı İmparatorluğu döneminde, tüm Anadolu'da olduğu gibi, Avrupa'dan Asya'ya hatta Afrika'ya kadar geniş bir coğrafyada yollar ve yollar üzerinde hanlar ve kervansaraylar yapılmış, böylelikle Osmanlı toprakları üzerinde yolculuklar kolaylaşmıştır.

Bu dönemdeki gezi ve seyahat faaliyetlerini konu alan dikkat çekici bir eser, Evliya Çelebi'nin **Seyahatnamesi**'dir. Evliya Çelebi Seyahatname'de, İmparatorluk toprakları içinde ziyaret ettiği yerleri ve kervansarayları öyküsel olarak anlatmıştır. Bu anlatımlar sonucunda, ülkenin değişik yerlerindeki ilginç yerleri ziyaret etme yönünde eğilimler ortaya çıkmıştır. Osmanlı etkisinin Avrupa'ya, Asya'ya ve Afrika'ya doğru yayılmasıyla birlikte, bu coğrafyalarda da yollar, hanlar, kervansaraylar yapılmış ve böylelikle yolculuk, seyahat ve turizm faaliyetleri giderek yaygınlaşmıştır. Bu han ve kervansarayların önemli bir kısmı, daha önce Romalılar ve Helenistik dönemde yapılmış olan hanlarla aynı güzergahta yer almıştır, hatta bu hanların bazıları eskilerinin restore edilmesiyle ya da eskilerinin üzerine yapılmıştır.

Osmanlı dönemindeki seyahatler ve seyahat edilen yerlerin tanıtılması açısından Evliya Çelebi'nin **Seyahatname**'si önemli bir kaynak oluşturmaktadır.

Resim 2.5

Evliya Çelebi



Kaynak: <http://www.google.com.tr/imgres?q=evliya+celebi>

Resim 2.6

Evliya Çelebi'nin Seyahatnamesi



Kaynak: http://www.turkcebilgi.com/ansiklopedi/evliya_%C3%A7elebi_seyahatnamesi

SANAYİ DEVRİMİ

Turizmin gelişmesi açısından asıl kırılma noktası, bilindiği gibi Sanayi Devrimi olmuştur. Ayrıntıları ileriki ünitelerde tartışılacağı gibi, Sanayi Devrimi ile birlikte, geniş kitleler sanayi sektörlerinde çalışmaya başlamışlar ve bunun sonucunda düzenli gelir elde etmeye ve bir düzen içinde çalışmaya başlamışlardır. İlk başlarda son derece zor şartlar altında 15-20 saat sürelerle çalışmak zorunda kalan endüstri toplumunun üretici sınıfı olan işçi sınıfı, giderek daha uygun çalışma ortamlarına kavuşmuştur (Thompson, 1982). XIX. yüzyılın sonlarında sekiz saatlik iş günü için son derece zorlu mücadeleler veren işçi sınıfının, XX. yüzyılın başlarında, sekiz saatlik iş günü, beş günlük çalışma haftası ve ücretli yıllık izin haklarını elde etmeye başlamasıyla, ilk kez turizm kitlesel bir nitelik kazanmaya başlamıştır. Turizmin kitlesel bir nitelik kazanmasıyla, turizm toplumsal bir olay ve olgu hâline gelmiş ve böylelikle sosyolojinin ilgi alanına girmeye başlamıştır.

Resim 2.7

Sanayileşmenin ilk aşamalarında çocuk işçilerden bir örnek.



Kaynak: http://www.turkcebilgi.com/resim/sanayi_devrimi/child-laborer

Turizmin kitleselleşmesi açısından Sanayi Devrimi en önemli kırılma noktasıdır. Turizmin kitleselleşmesi açısından, ücretli izinler ve boş zaman en önemli faktörlerdir.

XVIII. yüzyılın sonlarında, Sanayi Devrimi'nin ilk aşamalarında, işçi sınıfı son derece zor şartlar altında çalışırken uzak yol seyahatleri, halen geniş kitleler için ulaşılması, hatta hayal edilmesi bile son derece zor olan bir olasılıktı. Geniş kitleler için, uzak yol seyahatlerinin ve tatillerin bir olasılık hâline gelmesi ancak XIX. yüzyılın sonlarında söz konusu olabilmıştır. Ancak turizmin kitleselleşmesi açısından asıl kırılma noktası olan üç tarih, 1930'lu yıllar, 1950'li yıllar ve 1980'li ve 1990'lı yıllardır. 1930'lu yıllarda Avrupa ülkelerinin çoğunda işçi sınıfı ve diğer çalışanlar; sekiz saatlik iş günü, beş günlük çalışma haftasını ve iki haftalık yıllık ücretli izin haklarını elde etmişlerdir. İş ve çalışma yaşamına ilişkin söz konusu düzenlemeler, işçi sınıfının çalışma zamanı dışında boş zaman elde etmesini ve böylelikle seyahat ve turizm faaliyetlerine katılımını sağlamıştır. İşçi sınıfının turizm faaliyetlerine katılımı ise tarihte ilk kez turizmin kitleselleşmesine ve toplumsal bir olgu hâline gelmesine yol açmıştır.

SIRA SİZDE



Türkiye'de turizmin kitleselleşmesi ile sanayileşme arasındaki ilişki üzerinde düşününüz.

Turizmin hızla yayılarak kitleselleşmesi açısından üç kırılma noktası, 1930'lu yıllar, 1950'li yıllar ve 1980-1990'lı yıllar sayılabilir.

Turizmin kitleselleşmesi açısından ikinci kırılma noktası 1950'li yıllardır. Bu yıllar, II. Dünya Savaşı sonrasında Batı kapitalizminin ve endüstrileşmenin giderek derinleşmesi ve Batı dışı toplumlara da yaygınlaşmasını ifade etmektedir. Böylelikle endüstrileşmiş Batı toplumlarında, refah düzeyi hızla artarak yaygınlaşmıştır. Bunun sonucunda daha önce turizm faaliyetlerine katılmamış olanların da bu sürece katılması mümkün olmuş ve böylelikle turizm Batı toplumlarında, daha da yaygınlaşmıştır. Batı dışı toplumlar açısından bakıldığında ise bu toplumlarda endüstrileşmenin oluşmaya başlamasıyla birlikte, bu toplumlarda da işçi sınıfı oluşmaya başlamış ve yeni oluşmakta olan işçi sınıfının turizm faaliyetlerine katılmasıyla birlikte kitlesel turizm Batı dışı toplumlarda da yaygınlaşmaya başlamıştır.

1980'li ve 1990'lı yıllardaki kırılma noktası ise endüstriyel kapitalizmin bir ileri aşaması olan, küreselleşmenin etkisiyle ortaya çıkan bir kırılmadır. Bu dönemde

sanayileşme tüm Batı dışı toplumlara hızla yayılmaya başlamış ve bunun sonucunda bu ülkelerde hızla artan işçi sınıfı, turizm faaliyetlerine katılmış, bunun sonucunda da turizm yaygınlaşmıştır. Küreselleşmenin etkisiyle Batı dışı toplumlar hızla sanayileşmeye başlamış ve bu toplumlarda giderek artan ölçüde insan, turizm faaliyetlerine katılmaya başlamıştır. Günümüzde de hızlanarak devam eden bu süreç ile birlikte, 2011 yılı itibariyle uluslararası turizm faaliyetlerine katılan turist sayısı 980 milyona ve turizmde üretilen gelir 919 milyar Amerikan dolarına ulaşmıştır (unwto.org, 23.04.2012). Bu beklentinin somut bir göstergesi olarak 2013 yılında dünyayı 70 milyon Çinlinin gezmesi beklenmektedir (Taraf, 21.04.2012: 1).

XXI. yüzyılda turizm bir milyarı aşkın kişinin katıldığı ve trilyon dolarlık bir ekonomik büyüklüğe ulaşmış dev bir endüstri hâline gelmiştir. Giderek daha fazla sayıda ülkede, daha fazla insan turizm olayına katılmaktadır.

**DİKKAT**

Özet



Turizmin olgusunun gelişiminin tarihsel temellerini tanımlamak

Turizm olgusunun gelişiminin arka planına baktığımızda, MÖ 4000'li yıllara, Sümerler'e kadar geri gitmek mümkündür. Sümerler tekerleği ve yazıyı bulan toplum olarak ticaretin, iletişimin ve ulaşımın gelişmesine önemli katkılar sağlamıştır. Tekerleğin bulunmasıyla, ulaşım ve seyahat kolaylaşmıştır. Yazının bulunmasıyla da iletişim ve haberleşme kolaylaşmıştır ve buna bağlı olarak ticaret gelişmiştir. Ticaretin gelişmesi ise sonuçta yolculukların ve seyahatlerin artmasına yol açmıştır. Yukarıda söz konusu edilen tüm gelişmeler, ilk çağlarda ilkel düzeyde de olsa turizm faaliyetinin ortaya çıkışı ve gelişimi olarak kabul edilebilir.



İlk Çağ'da turizmin ne anlama geldiğini açıklamak

İlk Çağ'da gezi ve seyahat faaliyetleri daha çok dinsel, ticari ve sağlık ile ilgili gerekçelerle gerçekleşmiştir. Ticaret amacıyla yapılan yolculuklar ilk çağlardaki seyahat faaliyetlerinin en önemli nedenleri arasındadır. Kutsal yerlerin ziyaret edilmesi, festivaller, sağlık amaçlı ziyaretler de İlk Çağ'da gerçekleşen seyahatlerin diğer önemli nedenleri arasındadır. İlk Çağ'da günlük yaşamdaki birçok olay, din ve kutsallıkla açıklandığından, kutsal yerlerin ziyaret edilmesi; kutsallık ve dinsel bir nitelik taşımasının yanı sıra sağlık, eğlenme, spor gibi amaçları da taşıyordu. Başka bir deyimle, kutsallık ve dinsellik, sağlık, spor, eğlence iç içe geçmiş durumdaydı. Kutsal yerlerin ziyaret edilmesi aynı zamanda bir festival ve spor müsabakasının yapıldığı zamana rastlıyor ve böylelikle dinsellik, spor ve eğlence aynı zamanda gerçekleşiyordu. Dolayısıyla, İlk Çağ'daki seyahatlerin böyle iç içe geçmiş amaçları kapsayan nitelikleri vardı.



Antik Çağ'da turizmin gelişimini açıklamak.

Antik çağlarda seyahat faaliyetlerinde görece bir artış olduğu görülmüştür. Özellikle Roma döneminde tüm Anadolu'yu ve hatta Avrupa'dan İran'a kadar olan geniş bir coğrafyayı kapsayan bir alanda yollar, hanlar ve diğer konaklama te-

sisleri yapılmıştır. Ticaretin yanı sıra olimpiyatlar, festivaller ve diğer etkinlikler gezi ve seyahatlerin temel nedenlerini oluşturmuşlardır. Didim'deki Apollon Tapınağı, Milet, Bergama, Efes gibi şehirler en çok ziyaret edilen şehirler arasında yer almıştır. Antik Çağ'da Efes şehrini çeşitli etkinliklerden dolayı yılda 700.000 kişi ziyaret etmiştir. Antik Çağ'da Anadolu ve çevresi dinsel, siyasi ve ekonomik anlamda Avrupa ve Asya'nın merkezi olmuş ve bunun sonucunda oldukça hareketli bir dönem yaşamıştır. Bu hareketlilik doğal olarak o dönemde birçok ziyaretçinin bölgeyi ziyaret etmesini sağlamış ve bugünkü anlamına benzer bir anlamda Anadolu adeta bir turizm merkezi olmuştur denilebilir.



Orta Çağ'da turizmin anlamını tanımlamak

Orta Çağ'da turizm faaliyetlerinde belirgin bir gerileme görülür. Bunun başlıca nedeni, Batı Roma İmparatorluğu'nun yıkılması ile birlikte, bu imparatorluğun sağladığı kontrol ve otorite ve buna bağlı olarak yol güvenliğinin ortadan kalkması olmalıdır. Yol güvenliğinin ortadan kalkması ise gezi ve seyahat eğilimlerinin azalmasına yol açmıştır. Ayrıca, Roma dönemimde geçerli olan gezme, eğlenme, seyahat gibi hayattan zevk almaya yönelik eğilimler, Roma İmparatorluğu'nun yıkılmasının ve Hristiyanlığın etkisiyle azaltmaya başlamıştır. Çünkü Hristiyanlık, Roma dönemindeki din anlayışından farklı olarak insanların günlük yaşamlarına ayrıntılı olarak müdahale ediyor ve nasıl davranmalarına ilişkin kurallar ortaya koyuyordu. Bu kurallar insanların başka bazı alanlarda olduğu gibi, gezi ve seyahat alanında da hareketlerini kısıtlıyordu. Yukarıda sözü edilen dinsel gerekçe, Hristiyanlığın ilk dönemlerinde gezi ve seyahatlerin kısmen azalmasının diğer bir gerekçesidir. Ancak daha sonraları, Hristiyanlıkta olduğu gibi Müslümanlıkta da kutsal olarak kabul edilen yerleri ziyaret eğilimlerinde yeni den artış görülmüştür. Dolayısıyla Orta Çağ'da turizm, daha çok dinsellikle temellenmiş seyahatlerle sınırlı kalmıştır, denilebilir.



Osmanlı'da turizm faaliyetlerinin anlamını açıklamak

Osmanlı'nın gelişim döneminde, Osmanlı'da gezi ve seyahatlerde önemli gelişmeler olduğu gözlenmektedir. Ana ticaret yollarının kesişiminde yer alan Anadolu'da yol güvenliğini sağlamak çok önemliydi. Bundan dolayı, bu dönemde, Roma döneminde olduğu gibi, tüm Anadolu coğrafyasında ve hatta Avrupa'dan Asya'ya kadar geniş bir coğrafyada yol ağları kurulmuş, bu yolların güvenliğini sağlamaya yönelik önlemler alınmış, konaklama gereksinimini sağlamaya yönelik olarak hanlar, hamamlar ve kervansaraylar yapılmıştır. Tüm bu gelişmeler Osmanlı döneminde seyahat ve yolculukların artmasına ve Anadolu'nun, Roma döneminde olduğu gibi, yeniden dinsel, ekonomik ve siyasi olarak hareketli bir merkez olmasını sağlamıştır. Dolayısıyla Osmanlı dönemde, ticaretin gelişmesinin yanı sıra, kutsal yerlerin ziyaret edilmesi en önemli gezi ve seyahat nedenini oluşturmuştur.



Endüstriyel toplumda kitlesel turizmin ortaya çıkışını ve gelişimini açıklamak

Kitlesel turizmin asıl ortaya çıktığı dönem, endüstri devrimi sonrasıdır. Endüstri devrimi ile birlikte, ücretli izinlerin ve boş zamanların ortaya çıkması sonucunda geniş kitleler, tatil amacıyla seyahatlere çıkmaya başlamışlar ve bu seyahatler ilk kitlesel turizm deneyimlerini oluşturmuşlardır. Turizmin kitleselleşmesi açısından üç kırılma noktasından söz edilebilir. Bunlardan birincisi 1930'lu yıllardır. 1930'lu yıllarda birçok Batı Avrupa ülkesinde sekiz saatlik iş günü, beş günlük çalışma haftasının yanı sıra, iki haftalık yıllık ücretli izin yasal bir hak olarak kabul edilmiş ve bunun sonucunda, para ve boş zaman kazanan çalışanlar, tatile çıkma olanağı bulabilmişlerdir. Turizmin kitleselleşmesi açısından ikinci kırılma noktası ise 1950'li yıllardır. Bu yıllarda, Batı toplumlarında oluşan hızlı sanayileşme ve artan refah sonucu, daha çok sayıda insan tatile çıkma eğilimine girmiştir. Üçüncü kırılma noktası ise 1980'li ve 1990'lı yıllardır. Bu yıllarda sanayileşme ve toplumsal refah artışı, artık Batı dışı toplumlar için de söz konusu olmaya başlamıştır. Bu toplumlarda da artan toplumsal refah sonucunda, çalışan sınıflar tatile çıkmaya ve turizm kitleselleşmeye başlamıştır. Sonuç olarak turizmin kitleselleşmesi ve toplumsal bir olgu hâline gelmesi, büyük ölçüde Sanayi Devrimi sonucunda ortaya çıkan gelişmelerle yakından ilgilidir. Sanayi Devrimi sonucunda çalışan sınıfların ücretli izin haklarını elde etmesi ve boş zaman kazanmaları, tatilin ve bunun sonucunda kitlesel turizmin ortaya çıkmasının temel nedenini oluşturur.

Kendimizi Sınavalım

1. İlk seyahat faaliyetlerinin ortaya çıkışını aşağıdaki tarihlerden hangisi tarih ifade etmektedir?

- a. M.Ö. 5000'ler
- b. M.Ö. 4000'ler
- c. M.Ö. 3000'ler
- d. M.Ö. 2000'ler
- e. M.Ö. 1000'ler

2. İlk seyahat eğilimlerinin ortaya çıktığı toplum, aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Akatlar
- b. İskitler
- c. Etiler
- d. Sümerler
- e. İyonyalılar

3. Antik Çağ'da gezi ve seyahat faaliyetlerinin en gelişmiş olduğu toplum aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Londralılar
- b. Parisliler
- c. Persler
- d. Romalılar
- e. Hitliler

4. Tanrı Apollon'un niteliğini aşağıdakilerden hangisi tanımlamaktadır?

- a. Kehanet tanrısı olması
- b. Aşk tanrısı olması
- c. Ateş tanrısı olması
- d. Bereket tanrısı olması
- e. Güneş tanrısı olması

5. Bergama'da bulunan Asklepios tapınağının ziyaret edilme nedenini aşağıdakilerden hangisi oluşturmaktadır?

- a. Bereket
- b. Eğlence
- c. Spor
- d. Sağlık
- e. İyi dilekler

6. Orta Çağ'ın başlarında seyahat eğilimlerinin azalmasının nedeni aşağıdakilerden hangisi **değildir**?

- a. Yol güvenliğinin kaybolması
- b. Hristiyanlığın etkisi
- c. Roma İmparatorluğu'nun yıkılması
- d. Zevk ve eğlenceye olan düşkünlüğün azalması
- e. İnsanların seyahat etmekten hoşlanmamaları

7. Aydınlanma döneminde seyahat eğilimlerinin yeniden atmasında aşağıdakilerden hangisi etkili **değildir**?

- a. Yol güvenliğinin yeniden sağlanması
- b. Doğaya olan merak
- c. Başka toplumlara ve kültürlere olan merak
- d. İnsanların özgürleşmesi
- e. Dinsel baskılar

8. Turizmin kitleselleşmesi açısından en önemli faktör aşağıdakilerden hangisi olmuştur?

- a. Sanayi Devrimi
- b. Fransız İhtilali
- c. Rus Devrimi
- d. Çin Devrimi
- e. Kurtuluş Savaşı

9. Aşağıdakilerden hangisi turizmin kitleselleşmesi açısından önemli bir faktör **değildir**?

- a. Ücretli izinler
- b. Boş zaman
- c. Düzenli çalışma koşulları
- d. Refah düzeyinin artması
- e. Rahat ev ortamı

10. Aşağıdakilerden hangisi turizmin kitleselleşmesi açısından kırılma noktalarını oluşturur?

- a. 1930'lu, 1950'li ve 1980'li yıllar
- b. 1910'lu, 1920'li ve 1940'lı yıllar
- c. 1870'li, 1880'li ve 1890'lı yıllar
- d. 1960'lı ve 1970'li yıllar
- e. 1940 ile 1950 arası yıllar

Yaşamın İçinden

“

Osmanlıdaki İlk Seyahat Yazarı: Evliya Çelebi

1611'de İstanbul'da doğdu. 1682'de, Mısır'dan dönerken yolda ya da İstanbul'da öldüğü sanılıyor. Asıl adı Evliya Çelebi Derviş Mehmed Zillî. Ailesi Kütahya'dan gelip saraya yerleşti. Babası sarayda kuyumcu olan Mehmet Zillî. Özel öğrenim gördü. Bir süre medresede okudu, babasından tezhip, hat ve nakış sanatlarını öğrendi. Musiki ile ilgilendi, hafız oldu. Enderuna alındı. Dayısı Melek Ahmed Paşa aracılığıyla Sultan 4'üncü Murat'ın hizmetine girdi. Gezmeye ilgisiz çocukluğunda babasından ve yakınlarından dinlediği öyküler, söylenceler ve masallardan kaynaklanır. Seyahatname'nin giriş bölümünde gezi merakını bir rüyaya bağlar. Kendi anlatımına göre, bir gece rüyasında Hazreti Muhammed'i gördü. “Şefaata ya Resulallah” diye şefaata isteyecekken, şaşırıp “Seyahat ya Resulallah” dedi. Böylece birçok ülkeyi gezme, tanıma fırsatı bulduğunu yazar. 1635'te, yani 24 yaşındaki iken önce İstanbul'u dolaşmaya, gördüklerini, duyduklarını yazmaya başladı. 1640'ta Bursa, İzmit ve Trabzon'u gezdi. 1645'te Kırım'a Bahadır Giray'ın yanına gitti. Yakınlık kurduğu kimi devlet büyükleriyle uzak yolculuklara çıktı. 1646'da Erzurum Beylerbeyi Defterdarzade Mehmed Paşa'nın muhasibi oldu. Doğu illerini, Azerbaycan'ın, Gürcistan'ın kimi bölgelerini gezdi. Gümüşhane, Tortum yörelerini dolaştı. 1648'te İstanbul'a dönerek Mustafa Paşa ile Şam'a gitti, üç yıl bölgeyi gezdi. 1651'den sonra Rumeli'yi dolaşmaya başladı, bir süre Sofya'da bulundu. 1667-1670 arasında Avusturya, Arnavutluk, Teselya, Kandiye, Gümölcine, Selanik yörelerini gezdi.

50 yıllık seyahat

Gezileri 50 yıl sürdü. Gezilerinde karşılaştığı toplumların yaşama düzenini ve özelliklerini yansıtan gözlemler yaptı. Kültürleri, günlük yaşayışları inceledi ve ünlü Seyahatname'sinde yazdı. Seyahatname'nin üslubu, divan edebiyatı düz yazılarının tersine son derece sadedir. Dili kolayca anlaşılır. Konuşma diline yakın, akıcı bir üslup kullandı. Anlatımlarında kimi zaman mizah unsurlarına da yer verdi. Gözlemlerine, kendi düşünce ve çıkarımlarını da ekledi. Anlatımını belli bir zaman diliyle sınırlamadı. Seyahatname'de geçmişle gelecek, şimdiki zamanla geçmiş iç içedir. Yapısı gereği Seyahatname bir kültürel derleme niteliğindedir. İçinde, gidilen yerlerde dinlenen halk öyküleri, türküler, halk şiirleri, söylenceler, masallar, maniler, halk oyunları unsurları, giyim-kuşamla ilgili özellikler, düğün-cenaze törenleri,

yerel oyunlar, inançlar, komşuluk bağlantıları, toplumsal davranışlar, sanat ve zanaat özellikleri de vardır. Ayrıca gezilen bölgelerdeki evler, cami, mescid, çeşme, han, saray, konak, hamam, kilise, manastır, kule, kale, sur, yol, havra, köprü gibi çevresel yapıları da inceler. Seyahatnamesi, yalnızca 17. yüzyıl Osmanlı dünyası için değil, Kafkasya, Arap ülkeleri, Balkanlar ve Orta Avrupa bakımından da önemli bir tarihsel coğrafya-kültür haritası niteliğindedir.

Eseri: Seyahatname (10 cilt. İlk sekiz cilt 1898-1928, son iki cilt 1935-1938)

Kaynak: http://www.edebiyatogretmeni.net/evliya_celebi.htm.

”

Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı

1. b Yanıtınız yanlış ise “Tarihte Turizm Faaliyetine İlişkin İlk Örnekler” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
2. d Yanıtınız yanlış ise “Sümerler” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
3. d Yanıtınız yanlış ise “Antik Roma ve Helenistik Dönemde Anadolu'da Turizm” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
4. a Yanıtınız yanlış ise “Antik Roma ve Helenistik Dönemde Anadolu'da Turizm” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
5. d Yanıtınız yanlış ise “Antik Roma ve Helenistik Dönemde Anadolu'da Turizm” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
6. e Yanıtınız yanlış ise “Orta Çağ'da Turizm” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
7. e Yanıtınız yanlış ise “Aydınlanma ve Rönesans” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
8. a Yanıtınız yanlış ise “Sanayi Devrimi” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
9. e Yanıtınız yanlış ise “Sanayi Devrimi” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
10. a Yanıtınız yanlış ise “Sanayi Devrimi” konusunu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Yazının ve tekerleğin bulunması ile seyahatler kolaylaşmıştır. Tekerleğin bulunması ile birlikte yolculuklar kolaylaşmış, yolculuk süreleri kısalmış ve yolculuklar daha önce olduğundan daha konforlu hâle gelmiştir. Yolculukların kolaylaşması ve daha konforlu hâle gelmesi gezi ve seyahat eğilimlerini artıran temel bir faktör olmuştur. Tekerleğin bulunmasının yanı sıra, yazının bulunması da gezi ve seyahat eğilimlerinin artmasında etkili olan diğer bir faktördür. Yazının bulunmasıyla iletişim ve haberleşme olanakları artmış ve bu olanakların artması öncelikle ticaretin ve siyasi ilişkilerin artarak yaygınlaşmasına yol açmıştır. Çünkü yazının bulunması ile birlikte ticari (ekonomik) ve siyasi alanlarda yazılı sözleşme yapma olanağı doğmuştur. Ticari ve siyasi ilişkilerin yazılı sözleşmelere dayalı olarak yürütülmesi ise gerek bir ülke ve toplumun kendi içindeki ilişkilerin artmasına toplumlarla olan ilişkilerinin artmasına, sonuç olarak gezi ve seyahatlerin artmasına yol açmıştır.

Sıra Sizde 2

Antik Çağ'da Anadolu'nun sahip olduğu turizm potansiyelini, bugün sahip olduğu turizm potansiyeli ile karşılaştırdığımızda şöyle bir görünüm ortaya çıkar. Antik Çağ'da Anadolu, bir anlamda tüm Asya ve Avrupa'nın siyasi ve ekonomik merkezi konumunda idi. İlk çağlarda olduğu gibi, Antik Çağ olarak adlandırılan Helenistik dönem, Roma döneminde ve hatta daha sonraki Osmanlı döneminde Anadolu, hep Avrupa ve Asya'nın siyasi ve ekonomik merkezi olmuştur. Bu durum gezi ve seyahat açısından Anadolu'ya bir çekicilik kazandırmış ve Anadolu'nun turizm ve seyahat anlamında bir çekim merkezi olmasını sağlamıştır. Anadolu, günümüzde de İlk çağlarda ve Antik Çağ'da taşıdığı tarihsel ve kültürel değerlerin günümüze taşıma bulunmasından ve kültürlerin kesişme noktasında olmasından dolayı Antik Çağ'da sahip olduğu turizm değerlerini hâlen taşıdığından, günümüzde de küresel düzeyde en popüler turizm merkezlerinden birisidir.

Sıra Sizde 3

Aydınlanma dönemi insanların günlük yaşantısında çok şeyi değiştirmiştir. Öncelikle Aydınlanma dönemi, Orta Çağ'da geçerli olan tanrı ve kutsallık merkezli varlık ve bilgi anlayışının yerine, insan aklı, yetenekleri ve kapasitesine dayanan bir varlık ve bilgi anlayışı getirmiştir. Bunun somut anlamı, kutsallıkla temellendirilmiş olan

tanrı iradesinin yerini artık insan iradesinin almasıdır. Dolayısıyla günlük yaşamda, artık her şeyin din (kilise) tarafından yorumlandığı yaşam biçimi değil, insan akıl ve tecrübesinin gösterdiği doğrular çerçevesinde belirlenmiş bir yaşam söz konusudur. Böyle bir noktadan hareketle insanlar kendilerini, doğayı, başkalarını ve başka kültürleri merak etme ve tanıma eğilimi içine girmişlerdir. Söz konusu merak ve tanıma eğilimi, önce yakın çevrelerinde doğa gezilerine ve giderek daha uzaklara ve hatta denizaşırı kıtaları da kapsayan doğa gezilerine yol açmıştır. Bu durum, gezi ve seyahat eğilimleri açısından müthiş bir canlılık demektir.

Sıra Sizde 4

Türkiye sanayileşmede gecikmiş olduğundan, bunun sonucu olarak turizm etkinlikleri açısından da gecikmiştir denilebilir. Osmanlı'nın son dönemlerinde ve Cumhuriyet'in ilk dönemlerinde sınırlı sanayileşme girişimleri olmasına rağmen, sanayileşme açısından asıl kırılma noktası 1950'li yıllardır. Bunun temel nedeni, metinde de ifade edildiği gibi, II. Dünya Savaşı sonunda Batılı toplumların hızlı bir sanayileşme ve bununla birlikte refah düzeyinde artış görülmüştür. Batı toplumlarında ortaya çıkan bu eğilimler, Batı dışı toplumları ve bu arada Türkiye'yi de etkilemiştir. Türkiye'de 1950'li yıllarda görülen sanayileşme ve kırdan kente göç eğilimleri, giderek kentsel alanlarda sanayi sektörü ve diğer sektörlerde çalışanların refah düzeylerinde de görece bir iyileşmenin ortaya çıkmasına ve ücretli yıllık izinler elde etmelerine yol açmıştır. Bu gelişmeler sonucunda Türkiye'de iç turizmde bir gelişme gözlenmiş, ortaya çıkan refahtan pay alan toplum kesimleri, tatile çıkmaya başlamıştır. Ancak Türkiye'de iç turizm açısından asıl gelişme 1970'li, 1980'li ve 1990'lı yıllarda olmuştur. Bu yılların başında toplumsal ve ekonomik kalkınma ve refahtan pay alan ve giderek artan bu toplum kesimleri, tatili bir gereksinim olarak hissetmeye ve tatile çıkmaya başlamışlardır. Bununla birlikte, Türkiye'de toplumsal refah henüz yeterince artmadığı ve yaygınlaşmadığı için, toplumun geniş kesimleri için tatil, henüz gerçekleştirilmesi uzak bir hayaldir. Başka bir açıdan Türkiye'nin turizm ile bağlantısına bakılacak olursa Türkiye aslında, turizm açısından bir hizmet sunan ülke durumundadır ve bu anlamda dünyadaki en önemli turizm destinasyonlarından birisidir.

Yararlanılan Kaynaklar

- Akurgal, E. (1998). **Anadolu Uygarlıkları**. İstanbul.
- Apostopoulos, Y., S. Leivadi ve A. Yiannakis. (1996). **The Sociology of Tourism: Theoretical and Empirical Investigations**, Routledge, London and NewYork.
- Bean, G. E. (1987). **Karia**. Çev: B. Akgüç, İstanbul.
- Beck, U. (2000). Risk Society revisited: Theory, Politics and Research Programmes, **The Risk Society and Beyond: Critical Issues for Social Theory**, Ed: Barbara Adam, Ulrich Beck ve Loost Van Loon, Sage Publications, London.
- Brissouslis, H. J. Straaten. (1992). **Tourism and the Environment**, Dordrecht: Kluwer Academics.
- Casson, L. (2008). **Antik Çağ'da Seyahat**, İstanbul: MB Yayınevi.
- Fontenrose, J. (1988). **Didyma Apollo's Oracle, Cult and Companions**, University of California Press.
- Goeldner, C. R. ve Ritchie, J. R. B. (2006), **Tourism: Principles, Practices, Philosophies**, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Güvenç, B. (1979). **İnsan ve Kültür**, Remzi Kitapevi, İstanbul.
- Güvenç, B. (1992). **Türk Kimliği**, Kültür Bakanlığı Yayını, Ankara.
- Herodotos. (1973). **Herodot Tarihi**, Çev: M. Ökmen, İstanbul.
- Hornblower, S. (2011). **The Greek World 479-323 B.C.**, New York: Routledge.
- Lloyd, A.B. (1994). **Heodotus Book II Commentary**, Leiden: Brill.
- Languar, R. (1999). **Turizm ve Seyahat Sosyolojisi**, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Lomine, N. (2005). **Tourism in Augustan Society (44 BC-AD 69)**, İçinde J.K. Walton (Editör), *Histories of Tourism, Representation, Identity and Conflict* (ss. 69-87), Clavedon: Channel View Publications.
- O'Gorman, K. D. (2007). Discovering Commercial Hospitality in Ancient Rome, **Hospitality Review**, 9 (2) : 44-52.
- Önder, M. (1995). **Türkiye Müzeleri**, İş Bankası Kültür Yayınları. Ankara.
- Özdemir, M. (1998). **Turizme Fiske Taşları**, Rekmay, Ankara.
- Öztürk, S. (2002). "Eko Turizm Destinasyonu Olarak İz-nik, **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakan-lığı Yayını, Ankara.
- Peden, A.J. (2001). **The graffiti of pharaonic Egypt: scope and roles of informal writings (c. 3100-332 B.C.)**, Boston: Brill.
- Richards, G. ve D. Hall. (2000). **Tourism and Susta-inable Development**, Routledge, London.
- Rosander, A. C. (1989). The Quest for Quality in Servi-ces, **The Quality Resources**, New York.
- Sevimli, Ş. (2005). **Anadolu Uygarlıklarında Temiz-lik Kavramı ve Uygulamalarının Evrimi** (Basıl-mamış Doktora Tezi), Adana: Çukurova Üniversite-si Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Seyhan, B. (2010). Antik Çağda Festivaller ve Panayır-lar. **I. Disiplinlerarası Turizm Kongresi Bildiri Kitabı**, Detay Yayıncılık.
- Straban. (1987). **Strabon Coğrafya**, Çev: A. Pekman, İstanbul.
- Thompson, E.P. (1982). Time, Work-Discipline, and In-dustrial Capitalism, in Giddens, Anthony ve David Held (der.), **Classes, Power and Conflict: Classi-cal and Contemporary Debates**, University of Ca-lifornia Press.
- Thompson, E.P. (2004). **İngiliz İşçi Sınıfının Oluşu-mu**, İletişim Yayınları.
- Toskay, T. (1989). **Turizm Olayına Genel Bir Yakla-şım**, Der Yayınları, İstanbul.
- Tuna, M. ve diğ. (2011). **Modern Toplumun İnşası: Tarihsel ve Sosyolojik Bir Perspektif**, Detay Ya-yın, Ankara.
- Tuna, M. (2007). **Turizm, Çevre ve Toplum: Marmaris Örneği**, Detay Yayın, Ankara.
- Tuna, M. (2006). **Türkiye Çevrecilik: Türkiye'de Çev-reye İlişkin Toplumsal Eğilimler**, Nobel Yayın, Ankara.
- Tanilli, S. (2007). **Yüzyılların Gerçeği ve Mirası. İlk-çağ: Doğu, Yunan, Roma**, İstanbul: Alkım Kitabevi.
- Urry, J. (2002). **Turist Bakışı**, Ankara: Bilgesu.
- <http://www.google.com.tr/imgres?q=evliya+celebi>
- http://www.turkecbilgi.com/ansiklopedi/evli-ya_%C3%A7elebi_seyahatnamesi http://www.turkecbilgi.com/resim/sanayi_devrimi/child-laborer
- <http://www.bodrum-guide.org/rehber.asp?id=55>
- <http://www.turkopedi.com/marko-polo-marco-po-lo.html>
- <http://www.kaliteliresimler.com/img2449.htm>
- <http://www.rehberim.net/forum/biyografi-hayat-hika-yeleri-376/77814-apollon-kimdir.html>
- unwto.org, 23.04.2012.
- Taraf Gazetesi, 21.04.2012.

Ek 1

Tablo 2.1

MS 333'de Konstantinopolis'ten (İstanbul) Antiochia'ya (Antakya) kadar konaklama tesisleri

İstanbul'dan İzmit'e	Mutatio Nassate, Mansio Pandicia (Pendik), Mutatio Pontamus, Mansio Libissa (Gebze), Mutatio Brunga, Civitas Nicomedia (İzmit)
İzmit'ten Ankara'ya	Mutatio Hyribolum (İhsaniye), Mansio Libum, Mutatio Liada (Sarıağıl), Civitas Nicia (İznik), Mutatio Schinae, Mansio Mido, Mutatio Chogee (Selimiye), Mutatio Thateso, Mansio Tutaio (Gölpazarı), Mutatio Protunica, Mutatio Artemis (Kilciler), Mansio Dablae (Taraklı), Mansio Ceratae, Mansio Dadastano, Mutatio Transmonte (Bağlıca), Mutatio Milia, Civitas Juliopolis (Çayırhan), Mutatio Hicron Potamum, Mansio Agannia, Mutaio Petrobrogen (Beypazarı), Mansio Mnizos, Mutatio Prasmon, Mansio Malogordis, Mutatio Cenaxem Palidem, Civitas Anchira (Ankara)
Ankara'dan Tarsus'a	Mutatio Dalemna, Mansio Curueunta, Mutatio Rosolodiaco, Mutatio Aliassum (Afşar), Civitas Aspona (Şedithöyük), Mutatio Galea, Mutatio Andrapa (İskilip), Mansio Parnasso (Değirmenyolu), Mansio Iogola, Mansio Nitalis, Mutatio Argustana, Civitas Colonia (Aksaray), Mutatio Momoasson (Mamasun), Mansio Anathiango (Bekarlar), Mutatio Chusa (Kuyulutatlar), Mansio Sasima (Hasaköy), Mansio Andavilis (Andaval), Civitas Thyana (Kemerhisar), Civitas Faustiniopolis (Başmakçı), Mutatio Caena, Mansio Opodando (Pozantı), Mutatio Pilas (Gülek Boğazı), Mansio Mansucriinae, Civitas Tarso (Tarsus)
Tarsus'tan Antakya'ya	Mutatio Pargais, Civitas Adana (Adana), Civitas Mansista (Misis), Mutatio Tardequeia, Mansio Catauolo (Kastabala), Mansio Baiae (Piyas), Mansio Alexandria Scabiosa (İskenderun), Mutatio Pictanus (Beylan), Mansio Pagrios (Bağraş), Civitas Antiochia

Kaynak: Seyhan ve Evcim, 2012: 227

Ek 2

Roma döneminde yol güzergahı üzerinde yer alan konaklama ve dinlenme istasyonlarının genel yapısı (O’Gorman, 2007:46’dan aktaran, Seyhan ve Evcim, 2012: 227).

Hospitia: Gecelemek isteyen müşterilere hizmet eden, çoğunlukla yiyecek-içecek servisi bulunan kâr amaçlı işletmelerdir. Günümüzün Hotel işletmelerine benzetilmektedir.

Stabula: Açık avlulu, avlunun etrafında odaların, mutfak, tuvaletin ve ahırın bulunduğu konaklama yapısıdır. Gecelemeye uygun olan bu yapılar genellikle şehrin hemen dışında, şehir girişlerine yakın yerlerde bulunur. Günümüzün Motellerine benzetilebilir.

Taberna: Genellikle geceleme imkânı bulunmayan, öncelikli olarak bar işlevi gören mekânlardır.

Popina (ya da Caupona): Yiyecek ve içecek servisinde bulunan, birbirinden ayrı odalarda özel yemeklere de hizmet verebilen mekânlardır. Günümüzdeki karşılığı restoran olarak gösterilebilir.

3

Amaçlarımız

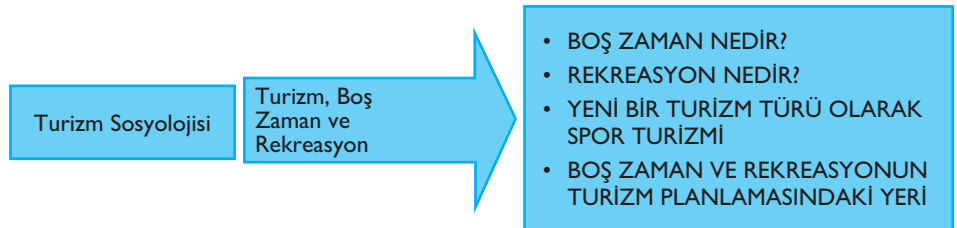
Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Boş zaman kavramının turizmin gelişmesindeki rolünü tanımlayabilecek,
- Rekreasyon kavramının ortaya çıkışını ve gelişimini açıklayabilecek,
- Rekreasyon kavramının turizmin çeşitlenmesindeki rolünü tanımlayabilecek,
- Turizmin gelişmesinde yeni yaklaşımların önemini açıklayabilecek,
- Boş zaman ve rekreasyon kavramlarının turizm planlamasına katkısını tanımlayabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Boş Zaman
- Emeğin Yeniden Üretimi
- Tüketim Toplumu
- Rekreasyon
- Spor Turizmi
- Turizm Planlaması
- Turizm Çeşitliliği
- Gedik Pazar

İçindekiler



Turizm, Boş Zaman ve Rekreasyon

BOŞ ZAMAN NEDİR?

En basit ve geniş tanımıyla boş zaman, bireylerin çalışma ve yaşamsal ihtiyaçlarını karşılamak için ayırdıkları süreler dışında kalan zamanı kapsamaktadır. Boş zaman, bireyin özgürce kendi kişisel ilgi alanlarına yöneldiği ve zorunluluğu olmayan etkinliklerde bulunabildiği süreyi kapsamaktadır. Dolayısıyla boş zamanın sınırları açısından iki belirleyici unsur, çalışma hayatında geçen süre ve yaşamsal ihtiyaçların, örneğin yeme-içme, uyku, temizlik, sağlık ve diğer temel gereksinimlerin karşılanmasında geçen süredir. Boş zaman kavramının tanımlanmasına yönelik bilimsel yaklaşımlar tarihsel olarak farklılık ve gelişim göstermektedir. Bu gelişim, hem toplumsal hayattaki hem de bilimdeki gelişmelere paralel olarak ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, boş zaman kavramının kapsamını ve derinliğini daha iyi ortaya koyabilmek için bu tarihsel gelişime değinmek yerinde olacaktır.

Boş Zaman Kavramının Tarihsel Gelişimi

Boş zaman kavramının gelişimini Antik Yunan, Roma veya Orta Çağ dönemine kadar götürmek mümkündür. Ancak bu dönemlerdeki boş zaman anlayışının belli ölçülerde felsefi olması ve günümüz toplum yapısı içinde açıklayıcı olmaması nedeniyle boş zaman kavramının tarihsel gelişimini Sanayi Devrimi ile ortaya çıkan toplumsal örgütlenmenin dönüşümüyle ve Fransız Devrimi'nin sonucu olan düşünsel akımlarla ilişkilendirmek bu çalışmanın kapsamı ve amaçları açısından daha uygun olacaktır.

E.P. Thompson, Sanayi Devrimi'nin toplumsal yapı üzerinde yarattığı dönüşümleri detaylı bir biçimde anlatmaktadır. Gerek İngiliz İşçi Sınıfının Oluşumu başlıklı eserinde gerekse diğer makalelerinde, Sanayi Devrimi ile öne çıkan montaj bandı üzerinde seri üretim yapılan fabrikalar ve bu fabrikalarda çalışan işçilerin hayatının yeni bir biçimde düzenlendiğine işaret etmektedir. Sanayi Devrimi'nin yarattığı sosyal dönüşüm iki yönlüdür: Birinci dönüşüm, zamanın yeniden düzenlenmesi gerekliliğidir. Thompson'a göre, insanların toplu olarak ve önceden belirlenmiş periyodik bir düzende çalışması günün geri kalan zamanını da işlerine göre düzenlemelerini kaçınılmaz kılmıştır. İkinci dönüşüm, geleneksel tarım ekonomisinin aksine sanayi üretimin hanenin dışında yer alması, sosyal alanda mekânın yeniden düzenlenmesini de beraberinde getirmesidir. Fransa'da yirminci yüzyıl fabrika üretiminin yarattığı sosyal dönüşüm bu iki boyutu da gözler önüne sermektedir: "Hayat mekânın üçe bölünmesi -ev, fabrika ve kent- ile paralel bir şekilde zamanın üçe bölünmesine -işe sekiz saat, uykuya sekiz saat, boş zamana sekiz saat- göre düzenlenmektedir" (Perrot, 1986: 91). Sonuç olarak Sanayi Devrimi'nin yarat-

tuğu zaman ve mekân dönüşümü, boş zamanın doğrudan çalışma yaşamına göre çalışma dışı zaman olarak kavramsallaştırılmasında merkezi önem taşımaktadır.

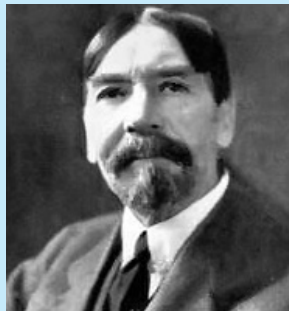
Fransız Devrimi, yeni düşünsel akımlara öncü olmakla beraber toplumsal eşitsizliği ve sınıflı toplum yapısını muhafaza eden bir tarihsel gelişmedir. Bu noktada dikkat çeken, yoksul kitlelerle zengin üst sınıfların boş zaman anlayışında ve değerlendirmesindeki farklılıklardır. Yoksul kitleler için boş zaman etkinlikleri futbol veya ailenin bir arada gerçekleştirdiği okuma zamanları iken üst sınıf için yaygın olarak tiyatro, opera veya dans gibi etkinliklerdi. Sanayileşmeyle birlikte derinleşen sınıf farkının boş zaman etkinlikleri üzerindeki yansıması, dönemin toplumsal yapısını yansıtan romanlarında da kendini göstermektedir. Söz konusu eşitsizlik, modernleşme sürecinde öne çıkan en önemli boş zaman etkinliği olan turizmin geçirdiği dönüşümde de kendini gösterecektir.

Tarihsel gelişmeler ışığında boş zaman kavramının çalışma hayatıyla ya da çalışmaya ayrılan zamanla ilişkili olarak tanımlandığını saptadıktan sonra, boş zaman kavramına ilişkin yaklaşımların nasıl geliştiğine bakmak uygun olacaktır. Kapitalist sistem içinde üretim sürecini ve üretim ilişkilerini detaylı olarak ve farklı soyutlama düzeylerinde analiz eden Karl Marx, boş zamanı sınıf çatışması, yabancılaşma, meta fetişizmi ve şeyleştirme bağlamında değerlendirir (Rojek, 1984). Bu bağlamda Marx'a göre boş zamanın iki temel işlevi vardır: Birinci işlevi Marksist teoride yaygın olarak yer bulan **emeğin yeniden üretimi sürecinde** oynadığı roldür. Boş zamanın ikinci işlevi ise insani gelişme için bir alan yaratmasıdır. Yalnızca çalışan ve çalışma dışında temel ihtiyaçlarını karşılayan insan sosyal kapasitesinden ve kişisel gelişiminden yoksun kalacak, makineleşecektir. Bu nedenle çalışma yaşamının düzenlenmesi ve boş zamanın bir yaşamsal hak olarak verilmesi gerekmektedir (Aytaç, 2002).

Boş zaman kavramına yönelik en bilinen ve en derin analizlerden biri Amerikalı sosyal bilimci **Thorstein Veblen** tarafından geliştirilmiştir. *Aylak Sınıfın Teorisi* başlıklı çalışmasında Veblen, Amerikan kapitalizminin hâkim sınıfını, özellikle iş çevrelerini, aylak sınıf olarak tanımlamakta, bu sınıfın yaşam tarzını gösterişçi tüketim, gösterişçi artık yaratma ve aylaklıkla açıklamaktadır. Veblen'in, kapitalizmin merkezi olan bir ülkede sistemin işleyişine dair acımasız eleştirilerde bulunması akademide yer bulmasını zorlaştırmış olsa da kendisinden sonra gelen kültürel ekonomi, tüketim toplumu, iş ve iş dışı yaşam dengesi (*work-life balance*) gibi alanlardaki çalışmalara öncü olmuştur. Veblen'in "aylak sınıfı" kavramı, boş zaman etkinliklerinin sınıfsal boyutuna da işaret etmektedir. Üst sınıfların boş zaman etkinliklerinde en belirleyici unsur tüketim kapasiteleri iken gelir düzeyi düşük alt sınıflar için belirleyici olan, alım gücü sınırları içinde uygun maliyetli etkinliklerin bulunmasıdır. Spor bu durum için güzel bir örnek teşkil etmektedir. Üst sınıf için tenis ya da golf gerek altyapısı gerek zamansal çerçevesi nedeniyle tercih edilen sporlarken alt sınıflar için düşük maliyetlerde kitlesel olarak gerçekleştirilen futbol ve diğer takım sporları önem taşır.

Emeğin yeniden üretimi: Bir insanın çalışma süresince kaybettiği enerjisini geri kazandığı, sosyal ilişkilerde bulunarak yabancılaşma sorununu aşmaya çalıştığı sürece verilen addır.

Sınıf: Sosyolojinin temel kavramlarından olan sınıf, en genel tanımıyla bireylerin sahip olduğu maddi koşulların sosyal sonuçlarına değinmektedir. Marx'a göre sınıf doğrudan ekonomik koşulların bir sonucuken Weber'e göre sınıf, toplumun bireye attığı saygınlığın ifadesi olan statü ve güç ile de doğrudan bağlantılıdır.



Thorstein Veblen: (1857-1929). Norveç asıllı Amerikalı bir aileden gelen Veblen iktisat ve sosyoloji alanında çalışmalar yapmış, kapitalist sistemi Marksist olmayan bir bakış açısından eleştirmiştir. Özellikle 1899 yılında çıkan *Aylak Sınıfın Teorisi* (*The Theory of the Leisure Class*) iş adamlarına yönelik eleştirisi nedeniyle dikkat çekmiştir.

Kaynak: State Historical Society of Wisconsin, 1997, <http://us.history.wisc.edu/hist102/bios/22.html>.

Aylak Sınıfın Teorisi, Thorstein Veblen, Babil Yayınları, İstanbul, 2005.



K İ T A P

Boş zaman kavramıyla doğrudan ilişkili olan ve turizm sektörü bağlamında da açıklayıcı olan bir başka kavram tüketim toplumdur. Tüketim toplumunun temel özellikleri, boş zamana dayalı olması ve tüketim tercihlerinin ihtiyacın ötesinde bir ilgiyle belirlenmesidir. Tüketim toplumu toplumsal refahın dağılımı, bireycilik ve popüler kültürün metalaşması gibi süreçlerden doğrudan beslenir. Üretim ilişkilerinde ve toplumsal refahın dağılımında artan eşitsizlik, tüketim toplumunda kendini açık bir biçimde gösterir. Tüketim alışkanlıklarındaki sınıfsal farklar, markaların kimlik inşasındaki kullanımı ve lüks tüketim bunun örneği olmaktadır. Modern toplumlarda geleneksel dayanışma mekanizmalarının zayıflaması sonucu artan bireycilik, bireyin temel gereksinimlerini de aile ve hane gibi yapılar yerine piyasadan karşılaması anlamına gelir. Birey aynı zamanda emeğin yeniden üretimi sürecini, yani boş zaman etkinlikleri ve yenilenme aşamalarını da piyasadan karşılamayı tercih ettiğinde tüketim etkinlikleri bunun başında gelir. Turizm de giderek bu tüketim davranışlarından etkilenmekte, buna bağlı olarak büyük otellerin içinde alışveriş merkezleri yer almakta, turizm destinasyonları yerel ürünlerin yanı sıra uluslararası markaların görüldüğü ve tüketildiği mekânlar hâline gelmektedir.

Günümüzde tüketim toplumunun yapısıyla ilgili en önemli çalışmalardan biri Fransız sosyal bilimci Jean Baudrillard'ın *Tüketim Toplumu* başlıklı çalışmasıdır (Baudrillard, 2012). Baudrillard'a göre, artık yalnızca ihtiyaçlarımızı piyasadan karşılamak adına tüketmiyoruz, aynı zamanda bir kimlik inşa etmek ve toplumdaki yerimizi ya da toplumun bireye atfettiği statümüzü belirlemek için de tüketiyoruz. Bu bağlamda tüketim birey için aynı zamanda bir mutluluk kaynağı hâline gelmektedir. Gerçek ihtiyaçlarla sahte ihtiyaçlar arasındaki farkın belirsizleştiği koşullar altında birey kendini toplumdaki diğer bireylerden farklı kılmak için bazı işaretleri, imgeleri veya markaları tüketirken aynı işaret, imge ve markaları tüketen başka bireylerle bir ortaklık kurar, tüketim toplumunun bir parçası olur.

Tüketim toplumunun etkilerini turizmde nasıl gözlemlersiniz?



SİRA SİZDE

1

Boş zaman kavramıyla ilgili olarak kullanılan bir başka kavramsal tartışma, iş ve iş dışı yaşam dengesidir. Her ne kadar bu denge erken sanayileşme döneminde tartışma konusu olmuşsa da 1970'lerde kullanılan biçimiyle, bireyin çalışma hayatıyla kişisel hayatı arasında bir denge tutturması anlamına gelmektedir. Bu denge bireysel düzeyde stres, ruhsal hastalıklar ve çeşitli travmalarla kendini gösterirken toplumsal düzeyde aile ilişkilerine ve toplumsal dayanışma mekanizmalarına da yansır. Artan teknoloji ve gelişen hizmetler sektörüyle birlikte iş ve iş dışı yaşam arasındaki sınırlar belirsizleşir (Warhurst vd., 2008). Ev eksenli çalışma, ev ofisleri bunun en güzel örneğidir. Bu belirsizlik insanların gereğinden fazla zamanı işlerine ayırmaları ve emeğin yeniden üretimi sürecini aksatmaları anlamına gelmektedir. İş yaşamındaki bu dönüşümler boş zaman algısının zayıflamasına ya da biçim değiştirmesine neden olur. Bu nedenle boş zaman bazı kesimler için neredeyse bir lüks hâline gelir.

Aytaç, boş zaman kavramının güncel kullanımı ve kapsamı konusunda turizm çalışmalarında da anlamlı olacak bir değerlendirme yapmaktadır: “ Kapitalizm ve modernite ile birlikte boş zaman, çok farklı toplumsal alanlarla, örneğin sınıf, statü, yaşam tarzı, tüketim, medya, kültür endüstrisi, yabancılaştırma vs. ile ilişkili hâle

gelmiştir. Bu ilişki alanları, çok belirgin bir şekilde boş zamanın içeriminde yaşanan zenginleşmeyi ve farklılaşmayı da ele vermektedir” (Aytaç, 2006).

Boş Zaman Kavramının Temel Özellikleri

Boş zaman göreceli ve değişken bir kavramdır. Özellikle iş yaşamına bağlı olarak şekillenir. İş yaşamı ve ev yaşamı dışındaki alanı kapsayan boş zaman kavramı, hem zaman hem de mekân açısından bu iki alandan ayrılık gösterir. Çalışma koşullarının yoğunluğu, coğrafi yayılımı veya çalışma koşullarının sağladığı harcanabilir gelir düzeyi boş zamanın yalnızca fiziksel olarak değil maddi olarak da iş yaşamına bağlı olarak şekillendiğini göstermektedir.

Boş zaman etkinlikleri sınıf yapısına paralel olarak şekillenir. Bir toplumda yaygın olan mesleki yapılar veya iş gücü piyasası özellikleri boş zamanın toplumsal yapı içindeki yeri hakkında da bilgi verir. Daha büyük bir orta sınıfa sahip olan gelişmiş ülkelerdeki boş zaman anlayışı, daha geniş bir işçi sınıfına sahip olan ve gelir düzeylerinin genel olarak düşük olduğu gelişmekte olan ülkelere farklılık gösterir.

Boş zaman ve tüketim arasında karşılıklı bir ilişki söz konusudur. Küreselleşmeyle birlikte, kapitalist piyasa ekonomisinin yayılımı ve farklı pazarlama araçlarıyla talep sürekliliğinin sağlanması adına, tüketim toplumunun inşası boş zaman algısında ve etkinliklerinde de kendini göstermiştir. Tüketiciliğin boş zaman etkinliklerinde yansması farklı biçimlerde ve düzeylerde kendisini gösterebilir. Birkaç yıldır İstanbul’da düzenlenmekte olan Milyonerler Fuarı, bir boş zaman etkinliği olan fuarcılığın, gelir düzeyi yüksek küçük bir kitlenin lüks tüketimini hedeflediği bir örnektir. Buna benzer olarak Hindistan’da, Kerala’da, Dubai’de, ABD’nin çeşitli şehirlerinde ve artık İstanbul’da da gerçekleşen Alışveriş Festivalleri (Shopping Festival) boş zamanın giderek tüketimle örtüştüğünü göstermektedir. Turizm sektöründe tüketim toplumunun talepleri daha çok yöresel ürünler ve artık giderek daha da standartlaşan hediyelik eşyalarla karşılanmaktadır.

İNTERNET



İstanbul Alışveriş Festivali için <http://www.istanbulshoppingfest.org/>.

Boş Zaman Kavramının Turizm Çalışmalarındaki Yeri

Turizmin kitlesel olarak yaygınlaşması ve ironik bir biçimde başlıca boş zaman etkinliği olan turizmin sunduğu hizmetlerin de endüstriyel bir biçimde üretilir olması, Sanayi Devrimi ile ortaya çıkan kitlesel işçileşme sürecinin ve toplumsal hayatta öne çıkan yeni bir zaman-mekân düzenlemesinin bir sonucudur. Kentlere göç eden ve fabrikalarda çalışarak geçimlerini sağlayan kitleler gündelik hayatlarını sekiz saatlik iş gününe ve beş günlük iş haftasına göre düzenlemekteydiler. Bunun yanı sıra, çalışma standartlarının gelişmesiyle işçilere verilen yıllık iki haftalık tatil izni, özellikle de bu iznin yaz aylarında değerlendirilmesi, turizmin hem bir sosyal olgu olarak hem de bir üretim alanı olarak düzenlenmesinde merkezi rol oynadı. Bu anlamda, çalışma hayatına göre tanımlanan boş zaman kavramı, turizmin gelişme biçiminde merkezi rol oynamaktadır.

SIRA SİZDE



Bireylerin boş zamanlarında ne tür etkinliklere katılması kaliteli bir yaşam için gereklidir?

Boş zaman kavramının turizmdeki en önemli katkısı öngörü sağlamasıdır. Daha açık bir ifadeyle, kapitalist piyasa için, endüstriyel alanlarda çalışarak geçimini sağlayan kitlelerin ne kadar süreyle tatil yapacakları, bu tatilleri ne zaman yapacak-

ları ve mevcut gelir düzeylerine göre nerede ve hangi koşullarda tatil yapacakları önceden öngörülmektedir. Kuşkusuz bu bilginin oluşumu belli bir tarihsel sürecin ve birikimin sonunda gerçekleşmiştir. Ancak günümüz koşullarında modern ekonomik sektörlerde çalışan mavi ve beyaz yakalı işçilerin yaz aylarında aileleriyle tatile çıkacakları, genellikle deniz turizmini tercih edecekleri ve gelirlerinin ancak belli bir kısmını tatile ayırarak genel hayat standartlarını tehdit etmeyen boyutta bir harcama yapacakları yaygın kabul gören bir kanıdır.

İkinci olarak boş zaman kavramının sınıfsal boyutu, turizm talebinin biçimlendirilmesinde merkezi rol oynar. Bu noktada kitle turizmi ve alternatif turizm anlayışını karşılaştırarak boş zamanın sınıfsal boyutunu daha iyi anlamak mümkündür. Endüstriyel toplumlarda işçi sınıfının sayısal olarak fazla olması ve bu işçi sınıfının boş zamanının kısıtlı, boş zamana ayırabileceği parasal değer sınırlı olmasından dolayı kitle turizmi, deniz-kum-güneş temellerine dayalı olarak belli bölgelerde gelişme göstermiş ve standart bir turizm hizmeti sunarak kitlelerin boş zaman taleplerini karşılamıştır. Endüstriyel toplumların üst sınıfları ise kitle turizmi yerine daha özgün, özellikle uluslararası otantik turizm destinasyonlarına yönelmektedir. Öte yandan özellikle, küreselleşme sonrası yaygınlaşan alternatif turizm anlayışı, küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkan küresel eşitsizliğin bir sonucu olarak küresel piyasa ekonomisinde yüksek oranda harcanabilir gelire sahip olan küçük bir kesimin taleplerini karşılamaktadır. Sonuç olarak boş zaman sınıf dinamikleriyle doğrudan ilişkilidir.

Üçüncü olarak boş zaman kavramı turizm çeşitliliğinin yönünü belirler. Bireylerin boş zaman aralıkları turizm faaliyetlerinin de bu aralıklara odaklanmasına yol açar. Turizm faaliyetlerinin kitlelerin boş zaman aralıklarına uygun olarak yaz aylarında gerçekleşmesi buna bağlıdır. Bunun yanı sıra, resmi veya dinî tatillerle ya da özel günlerle birleştirilen uzun hafta sonları yine turizm açısından talep yaratmaktadır. Örneğin Türkiye’de Ramazan ve Kurban Bayramı’nın tatil olması ve bu günlerin hafta sonu ile birleşmesi durumunda tatil süresi dokuz güne kadar uzamakta ve turizm sektörü için önemli bir talep yaratmaktadır. Özellikle bu tür tatil günlerinin talebin en düşük olduğu sezon dışı veya kış dönemine denk gelmesi turizm sektöründe önemli bir canlanma sağlamaktadır.

REKREASYON NEDİR?

Rekreasyon Kavramının Ortaya Çıkışı

Rekreasyon kavramı en genel anlamıyla bireylerin boş zamanlarında gönüllü olarak katıldıkları fiziksel etkinliklerin tamamını karşılamaktadır. Orel ve Yavuz’a göre “Bu etkinlikler, müzikal uğraşlar, sportif etkinlikler, oyunlar, sanatsal etkinlikler, hünere gerektiren etkinlikler, doğa etkinlikleri, sosyal ve kültürel etkinlikler olarak genel başlıklar altında toplanabilir” (Orel ve Yavuz, 2003). Rekreasyon kavramının boş zaman kavramından ve boş zaman etkinliklerinden temel farkı boş zaman etkinliklerinin eğlence ve dinlenceye odaklanmasına karşılık rekreasyonun bireylerin doğrudan katıldığı, fiziksel olarak da aktif olduğu ve sonucunda ruhsal ve fiziksel bir yenilenme yaşadığı etkinlikleri kapsamasıdır.

Türkiye’de bireylerin rekreasyon tercihlerini belirleyen unsurlar nelerdir?



SIRA SİZDE

Rekreasyon alanındaki çalışmalar farklı disiplinler bünyesinde gelişim göstermektedir. Bu çok disiplinli çalışma ortamı rekreasyon konusunda genelgeçer bir ti-

poloji oluşturulmasını zorlaştırmaktadır. Ancak belli başlıklar çerçevesinde rekreasyon türlerini değerlendirmek mümkündür. En yaygın rekreasyon türü açık alan ve kapalı alan etkinliklerini kapsayan sportif rekreasyondur. Açık alan sporları arasında dağcılık, bisiklet, at binme, yüzme, trekking veya son yıllarda giderek yaygınlaşan rafting, kitesurf gibi türler bulunmaktadır. Kapalı alan sporları özellikle wellness ve fitness merkezlerinde gerçekleştirilen etkinlikleri kapsamaktadır. Bireylerin hangi tür rekreasyon etkinliklerini tercih edecekleri iklim, coğrafi koşullar, rekreasyon etkinliğinin gerektirdiği maddi yatırıma göre şekillenmektedir. İkinci olarak terapötik rekreasyon, bireylerin sağlıklı bir yaşama sahip olmaları için gerekli ruhsal, fiziksel ve sosyal koşulların oluşturulmasına yönelik, kelime anlamıyla tedavi edici ancak uygulama biçimiyle yaşam kalitesini artırıcı etkinlikleri kapsamaktadır. Özellikle engelli, hasta, bakıma muhtaç ya da yaşlı kimselerin yaşam kalitesini artırmaya yönelik bu etkinlikler gelişmiş ülkelerde devletin doğrudan katkılarıyla kurumsal bir biçimde sağlanmaktadır. Rekreasyon kavramının sağlıklı ilişkisi iki boyutludur: Sağlık açısından rekreasyon temel olarak iki kısımda değerlendirilmektedir. Bunlardan ilki koruyucu sağlık hizmetleri kapsamında sağlıklı bireylere, ikincisi ise iyileştirme ve esenlik (rehabilitasyon) hizmetleri kapsamında engelli ve yetersiz (sağlık sorunları olanlar) kişilere verilen rekreasyon hizmetleridir (Tütüncü, 2008). Üçüncü bir rekreasyon türü olarak sağlık turizmi, sağlıklı bireylere hizmet veren ve yaşam kalitelerini artırmayı hedefleyen kaplıca, spa ve sağlık merkezleri, masaj ve hidroterapi gibi etkinlikleri kapsamaktadır. Son olarak rekreasyon çalışmalarında ayrı bir tür olup olmadığı tartışılan ancak giderek yaygınlaşan açık alan oyunlarından söz etmek mümkündür. Bu oyunlardan en bilineni artık Türkiye’de de bir federasyonu bulunan oryantiring veya yön bulma oyunudur. Farklı kurgularla gerçekleşen bu oyun bireylerin doğada yer alma ve yön bulma yetkinliklerini artırmayı hedeflerken aynı zamanda fiziksel ve ruhsal olarak stresten uzaklaşmalarını ve yenilenmelerini de sağlar.

INTERNET



Türkiye Oryantiring Federasyonu hakkında daha fazla bilgi için <http://www.oryantiring.org/turkce/default.asp>.

Buraya kadar anlatılan rekreasyon türleri dışında, rekreasyonun kurumsal örgütlenmesi de bireylerin bu etkinliklere katılımını belirleyen unsurlardır. Öncelikle ticari ve ticari olmayan rekreasyonu birbirinden ayırmak gerekir. Ticari rekreasyon işletmeleri, katılımcıların belli bir ücret karşılığında yararlanabildiği alanlar ve etkinlikleri kapsamaktadır. Eğlence parkları bunun için güzel bir örnektir. Dünyada en bilinen eğlence parkı ABD’de ve Paris’te örnekleri bulunan Disneyland iken Türkiye’de bu tür parkların ilk örneği 1995 yılında İstanbul’da kurulan Tatilya oldu. Bunu daha sonra farklı şehirlerde kurulan eğlence parkları izledi. Ticari olan rekreasyon işletmelerinin dışında, daha çok yerel yönetimler veya Turizm ve Kültür İl Müdürlükleri bünyesinde kurumsallaşan kâr amacı gütmeyen kamusal rekreasyon alanlarından söz etmek mümkündür. Milli Parklar, mesire yerleri veya şehir içi parklar bunlara örnek sayılabilir. Ülkemizde rekreasyonun artan önemini gösteren bir başka gelişme de birçok yerel yönetimin yerleşim yerlerindeki yeşil alanlara sabit ve halkın kullanımına açık spor aletleri yerleştirmesidir. Bu spor aletleri, gelir düzeyinden bağımsız olarak halkın tamamını sağlıklı yaşam konusunda etkin olmaya teşvik etmektedir.

Resim 3.2



Kaynak: <http://www.disneyland.disney.go.com>

Rekreasyon etkinliklerinin en metalaşmış hâli olan eğlence parklarının dünyaca tanınmış örneği Disneyland için, <http://www.disneyland.disney.go.com>.



İNTERNET

Rekreasyonun kurumsallaşmasının yanı sıra, bu kurumların işleyişi ve kitlelere ulaşımı için gerekli planlama ve yönetim stratejilerinin de yürütülmesi gerekmektedir. Bu konuyu iki başlık altında incelemek mümkündür: Birinci olarak ticari rekreasyon işletmelerinin işleyişi ve yönetimi “Turizm Rekreasyonu ve Eğlence Yönetimi” kapsamında değerlendirilmektedir. Kâr amacı gütmeyen rekreasyon alanlarının işleyişi ve yönetimi ise “Park ve Rekreasyon Yönetimi” kapsamında yer almaktadır. Birinci başlık daha çok turizm, işletme veya turizm işletmeciliği alanlarıyla doğrudan biçimlenirken ikinci başlık daha çok kamu yönetimi veya yerel yönetimler çerçevesinde yer almaktadır. Sonuç olarak rekreasyon etkinlikleri, farklı türleri, kurumsal yapıları ve toplumsal talebi karşılamaları yönüyle akademik olarak incelenen bir konudur. “Bireyler; iş, okul ve yaşamlarını devam ettirmek için gerekli olan zamanın dışında, önemli süreleri içeren planlanmamış zamana sahiptirler. Tam anlamıyla dengeli ve verimli bir yaşam tarzı; zevkli, yaratıcı ve anlamlı rekreasyon ve serbest zaman deneyimlerini içermektedir.” (Tütüncü, 2008).

Rekreasyon Kavramının Temel İşlevleri

Türkiye’de rekreasyon konusunda yapılan çalışmalar oldukça sınırlıdır. Özellikle rekreasyon çalışmalarının Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulları bünyesinde yer alması sosyal bilimlerden ve beşeri bilimlerden gelen ilgiyi sınırlandırmış, interdisipliner çalışmaların gelişmesine ket vurmuştur. Ancak yine de bu çalışma alanı ülkemizde gelişmekte olan ve gelecek vaat eden alanlardan biridir. Suat Karaküçük’ün Rekreasyon Boş Zamanları Değerlendirme başlıklı çalışması rekreasyon kavramının temel işlevlerini ayrıntılı bir biçimde açıklamaktadır (Karaküçük, 2008).

- Fiziki sağlık gelişimi yaratır.
- Ruh sağlığı kazandırır.
- İnsanı mutlu eder.
- İnsanı sosyalleştirir.
- Kişisel beceri ve yeteneğin gelişmesini sağlar.
- Yaratıcı gücü geliştirir.
- Çalışma başarısı ve iş verimini artırır.
- Toplumsal dayanışma ve bütünleşmeyi sağlar.
- Ekonomik hareketi geliştirir.
- Demokratik toplumun yaratılmasına imkân sağlar.

Karaküçük'ün değerlendirmesine göre rekreasyonun katkılarını hem bireysel hem de toplumsal düzeyde görmek mümkündür. Bireysel düzeyde ki bu katkı, kişinin fiziksel ve ruhsal varlığını yenilemesinin yanı sıra kişinin sosyalleşmesini sağlayarak toplumsal bir katkı yaratmasına da imkân tanınmasıdır. Toplumsal düzeyde ise rekreasyon sosyal ilişkileri düzenlemesi ve iyileştirmesi nedeniyle politik, ekonomik ve kültürel bir geribildirim yaratmaktadır. Sonuç olarak rekreasyonun kişisel gelişim ve toplumsal bütünlük için sağladığı katkı göz önüne alındığında bu tür etkinliklerin düzenli bir biçimde gerçekleşmesi için gerekli zeminin sağlanması toplumsal bir ihtiyaçtır.

SIRA SİZDE



Toplumda rekreasyon etkinliklerinin artırılması için neler yapılabilir?

Rekreasyon Kavramının Turizm Çeşitliliğine Etkisi

Rekreasyonun turizmle ilişkisi nedir? Rekreasyon etkinlikleri turizm sektöründe nasıl yer bulmaktadır? Bu bölümde turizm ve rekreasyon arasındaki karşılıklı ilişkiyi irdeleyerek rekreasyon etkinliklerinin yeni turizm türlerini ortaya çıkarmadaki rolü açıklanacaktır.

Öncelikle rekreasyon etkinliklerinin hem açık alanlarda hem de kapalı alanlarda yapılması, turizm sektöründe sunulan hizmetlerin farklılaşması açısından bir fırsattır. Bunun en iyi göstergesi büyük otellerin, tatil köylerinin ya da tatil komplekslerinin turistlere sunduğu rekreasyon çeşitlerini artırmalarıdır. Örneğin birçok otel artık bir fitness merkezi, açık ve kapalı havuzlar, çeşitli su sporlarına uygun altyapı ve malzeme desteğinin yanı sıra, kurslar veya kısa süreli eğitimlerle talep çekmeye çalışmaktadır. Şehir otellerinde fitness merkezleri, havuzlar veya masaj, kür, hidroterapi gibi hizmetler sunan sağlık merkezleriyle sadece turistlere değil yerli halka da hizmet sunulmaktadır. Yerli halkın turizm tesislerinden yararlanması pozitif dışsal fayda olarak tanımlanabilir.

İkinci olarak rekreasyon etkinliklerinin tatil düşüncesinden bağımsız olması, daha kısa süreli ancak periyodik olarak gerçekleşme eğilimi göstermesi turizm açısından küçük ama düzenli bir talep yaratmaktadır. Bu talep turizmi, alışılmış tatil talebinden hem zamansal hem de düzenli olması nedeniyle farklıdır. Bu talebin turizm sektöründeki etkisini konaklama tesislerinden çok, tur operatörleri veya ulaştırma alanında görebiliriz. Doğa turları, trekking veya yürüyüş etkinlikleri bunun için güzel bir örnek olabilir. Birçok yerel ve küçük tur operatörü hafta sonları yerleşim yerlerinden ve şehir merkezlerinden çok uzak olmayan noktalara doğa turları düzenlemektedir. Bu turların maliyeti iki haftalık yaz tatiline kıyasla çok daha düşüktür. Bu turlar yalnızca yaz aylarında gerçekleşmez, sürekli olarak ve küçük gruplarla dahi yapılır. Dolayısıyla kitle turizminden çok alternatif turizm anlayışının bir ürünüdür.

Son olarak rekreasyon ve turizm etkinliklerinin kesişim noktasında duran ve giderek yaygınlaşan bir turizm türü spor turizmidir. Yamaç paraşütü, dağcılık, mağaracılık, uçurtma sörfü (kitesurf), snowboarding gibi yeni spor türleri aynı zamanda bu sporların yapılabileceği doğal ortamların ve iklim koşullarının bulunduğu gezilere ilgiyi de artırır. Bu nedenle spor turizmi dünyada ve Türkiye’de gelişmekte olan turizm alanlarından biridir. Bir sonraki bölüm spor turizmini rekreasyonel turizmin bir örneği olarak değerlendirecektir.

YENİ BİR TURİZM TÜRÜ OLARAK SPOR TURİZMİ

Rekreasyonel turizm kapsamında çeşitli rekreasyon etkinliklerinin turizm sektörüne dâhil edilmesinden söz edilebilir. Bu etkinliklerin turizme katkısı yaygınlıklarıyla ve kullandıkları doğal ve kültürel kaynaklarla da ilişkilidir. Dolayısıyla bütün bu etkinliklerin turizme katkısının eşit olduğunu söylemek mümkün değildir. Bu bölümde rekreasyonun en önemli alanlarından biri olduğu için ve turizme katkısı doğrudan gözlemlenebilir olduğu için spor turizmi üzerinde durulacaktır.

Spor Turizminin Belirleyicileri

Spor turizminin geçmişi, tarihsel olarak Antik Yunan'da olimpiyat oyunlarının ilk oynandığı döneme kadar gider. Ancak burada tartışma konusu yirminci yüzyılda yaygınlaştığı biçimiyle spor turizminin modern toplumdaki yeridir. Bu dönemde, çalışma sürelerinin erken sanayileşme dönemine kıyasla önemli ölçüde azalması ve gelir düzeylerinin artmasıyla birlikte bireylerin spor etkinliklerine ayırabileceği maddi kaynaklar ve zaman, artış göstermiştir. Bu neden yirminci yüzyıl daha önceki tarihsel dönemlere kıyasla spor turizminde en fazla gelişmenin ve çeşitliliğin görüldüğü dönem olmuştur. Bunun yanı sıra kara ve hava ulaşımının yaygınlaşması da spor turizminin gelişiminde önemli rol oynamıştır. Konaklama seçeneklerinin ucuzlaması ve sayısal olarak artışı insanların spor etkinlikleri için zaman ayırmalarına imkân sağlamıştır. Fiziksel koşullardaki gelişmelere ek olarak toplumsal değerlerde ve düşünsel temellerde de bazı gelişmeler spor turizminin genel kabulünde etkili olmuştur. Bunlardan birincisi demokratikleşme süreci ve spor algısının yalnızca seçkinlere ait olan bir etkinlik olmaktan çıkıp kitlelerce benimsenmesidir. Bu benimseme katılımcı veya izleyici biçiminde olabilir. İkinci olarak modern toplumun zamansal örgütlenmesinde spor, merkezî bir konum elde etmiş ve yerleşik bir unsur hâline gelmiştir. Bunun sonucunda dağcılık, tırmanma, bisiklet ve çeşitli su sporları kitlesel olarak benimsenen dallar hâline gelmiştir (Weed ve Bull, 2004).

Weed ve Bull spor ve turizm arasındaki ilişkiyi irdelerken beş başlık altında değerlendirme yapar. Buna göre,

- Spor katılımcısına faydaları
- Turist için faydaları
- Spor katılımcısı ve turistlere karşılıklı faydaları
- Ekonomik ve toplumsal kalkınma
- Spor-turizm bağlantısının olumsuz yönleri

Spor katılımcısı turizm altyapısı sayesinde kolayca ulaşamayacağı sportif faaliyetlere ulaşabilir. Öte yandan birincil amacı turistik gezi ve eğlence olan turistler, turizm tesisleri bünyesinde yer alan sportif etkinliklerde yer alarak bir yenilenme ve fiziksel gelişme sağlayabilirler. Bir başka örnek ise turistlerin sportif etkinliklerde izleyici olarak yer aldığı olimpiyat ve benzeri sportif etkinliklerin toplumsal çıktılarıdır. Bütün bu ilişkiler, kaçınılmaz olarak ekonomik ve toplumsal kalkınma sağlamaktadır. Bu faydalar hem yerel hem ulusal düzeylerde görülmektedir. Örneğin son yıllarda birçok dünya kenti olimpiyatlar, üniversite oyunları, futbol şampiyonaları veya tenis turnuvaları gibi uluslararası spor etkinliklerine ev sahibi olmak için birbiriyle yarışmaktadır. Ancak aynı zamanda kontrolsüz ve plansız bir spor turizminin yararı kadar zararı da olacaktır. Gereksiz yapılaşma, doğal kaynakların denetimsiz kullanımı, örneğin deniz sporlarının yaygınlaştığı bir yerde deniz suyu kirliliği, spor turizminin istenmeyen sonuçları arasında sayılabilir. Bu nedenle bütün bu unsurlar değerlendirilirken mutlaka bir fayda maliyet analizi çerçevesinde planlama yapılması gerekmektedir.

Dünyada ve Türkiye’de Spor Turizmi

Spor turizmi özellikle küreselleşme süreciyle birlikte, bütün dünyada önemli bir turizm türü olarak dikkat çekmektedir. Bunda ulaşım ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi, ucuzlaması ve yaygınlaşmasının payı büyüktür. Bu nedenle birçok turizm destinasyonu farklı amaçlarla spor turizmine önem vermekte ve en son noktada, küresel turizm piyasasındaki konumlarını güçlendirmeye çalışmaktadır. Dünyada çeşitli örnekler vermek mümkündür. Örneğin 2008 yılında Çin Halk Cumhuriyeti’nin başkenti Pekin’de düzenlenen olimpiyatlar, bu ülkenin küresel ekonomiyle entegrasyonunda önemli bir katkı sağlamış, özellikle komünist rejim nedeniyle uluslararası sistemde meşruiyeti sorgulanan ülkenin, dünya kamuoyu açısından olumsuz imajının ortadan kaldırılmasına yönelik katkı sağlamıştır. Spor turizmi aynı zamanda daha küçük ve kitle turizmine odaklanmış destinasyonlarda bir turizm çeşitliliği sağlamak için, işlevsel olarak kullanılmaktadır. Weed ve Bull, küçük bir ada devleti olan Malta’da spor turizminin çeşitlilik sağlamadaki katkısının altını çizmektedirler (Weed ve Bull, 2004)

Türkiye’de de spor turizmi giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Öncelikle Türkiye ulusal strateji olarak uluslararası kitle turizmine öncelik vermektedir. Bu da turizmin belli başlı destinasyonlarda yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Bu nedenle yerel yönetimler ve sivil toplum aktörlerinin öncülüğünde alternatif bir turizm anlayışı geliştirilmektedir. Dünyadaki diğer örneklerle kıyasla Türkiye’deki gelişmenin daha yavaş ve alan olarak daha sınırlı olduğunu söylemek mümkündür. Ancak bu kısıtların doğal kaynakların ve çevre unsurlarının etkin kullanımı açısından katkısı olacağı da açıktır. Birkaç örnek vermek gerekirse rafting, dağcılık, mağaracılık, trekking giderek yaygınlaşan spor turizmi örnekleridir. Türkiye coğrafyasının çeşitliliği birçok farklı yörede birçok farklı etkinliğin bir arada gerçekleşmesini mümkün kılmaktadır. Örneğin rafting Muğla’da Dalaman Çayı’nda, Artvin’de Çoruh Nehri’nde, Antalya Köprülü Kanyon’da ve Manavgat çayında, Düzce Melen Çayı’nda yapılmaktadır. Mağaracılık, Kırklareli Dupnisa Mağarası, Antalya Mavi Mağara, Düdensuyu Mağarası ve Karain Mağarası’nda etkin olarak yapılmaktadır. Bunların dışında Türkiye’de spor turizmi sayıları artmakta olan bisiklet kulüpleri, doğa yürüyüşü kulüpleriyle de gelişme göstermektedir.

Resim 3.3



Kaynak: <http://www.fethiyedays.com/tr/kano-rafting/>

BOŞ ZAMAN VE REKREASYONUN TURİZM PLANLAMASINDAKİ YERİ

Buraya kadar olan bölümde boş zaman ve rekreasyon kavramlarını tanımlayıp bu tür etkinliklerin turizmdeki yerini tanımlamaya çalıştık. Gerek boş zaman gerekse rekreasyon etkinliklerinin turizmle doğrudan ilişkili olduğu açıktır. Dolayısıyla turizm sektöründe etkin olan aktörlerin turizm piyasasında öne çıkan yeni talepleri doğru saptaması ve bunlara uygun bir turizm planlaması yapması kaçınılmazdır.

Turizm Piyasasında Yeni Talepler

Turizm piyasasında yeni talepler, alternatif turizm anlayışı bünyesinde yer almaktadır. Bu yeni talepler doğa turları, kültür turları ve genel olarak rekreasyonel turizm ve özel olarak spor turizmi alanında gelişmektedir. Bu taleplerin yeni olması yalnızca farklı boş zaman ve rekreasyon etkinliklerine dayalı olmasından kaynaklanmamaktadır. Aynı zamanda deniz-kum-güneş temelli kitle turizminin alışılmış iki haftalık yaz tatili anlayışından farklı olarak yakın mesafelere yönelen günübirlik veya hafta sonu gezileri olmaları nedeniyle, kitle turizminden zamansal ve mekânsal olarak da ayrılmaktadır. Bu farklılaşma turizm sektöründe bu yeni talepleri ve farklı turistik beklentileri karşılayacak yeni düzenlemeleri zorunlu kılar.

Turizm piyasasında öne çıkan yeni taleplere yönelik planlama ve yönetim etkinliklerinin nasıl gelişeceğini konuyla ilgili farklı aktörlerin bakış açısından değerlendirmek uygun olacaktır. Birinci olarak politik aktörlerin turizm planlamasındaki rolünü vurgulamak gerekmektedir. Politik aktörlerin etkinlikleri iki farklı düzeyde ortaya çıkar. Bunlardan birincisi merkezi yönetimlerin ulusal politikalarını uygulamaya koyan merkezi aktörlerdir; ikincisi ise politik otoritesi daha az olmakla birlikte yerel koşullar ve yerel halkın talepleri hakkında daha fazla bilgiye sahip olan yerel yönetimlerdir. Birinci durumda Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri söz konusuysa ikinci durumda belediyelerin etkinlikleri önemlidir. Dolayısıyla bu çok katmanlı ve çok aktörlü yapı içinde merkezi yönetimlerin ulusal turizm politikası içinde çeşitliliğe yer vermesi zorunludur. Piyasadaki yeni taleplerin değerlendirilmesi, bu taleplere uygun olan doğal kaynakların ve yerel unsurların kapsamlı bir envanterinin yapılması ve son olarak uzun dönemli bir turizm planlamasının yapılması zorunludur. Bunun yanı sıra, merkezi yönetimler arazi tahsis ve kredi destekleriyle turizmin gelişmesinde merkezi rol oynarlar. Söz konusu maddi desteklerin gelişmekte olan ve turizm piyasasında daha az payı bulunan spor turizmi veya rekreasyonel turizm alanında yapılması yeni dinamikler açısından önemlidir. Öte yandan yerel yönetimler, yeni turizm taleplerine yönelik, sahip oldukları doğal kaynakları ve potansiyeli iyi değerlendirmek ve farkındalık yaratmak zorundadır. Bu farkındalık iki yönlüdür. Birinci olarak yerel halkın turizmin faydaları konusunda bilinçlendirilmesi gerekmektedir. İkinci olarak spor turizmi veya rekreasyonel turizm potansiyelinin tanıtımı ile turizm talebinin hedeflenmesi gerekmektedir. İnternet bu tür bir tanıtım için birincil önem taşımaktadır. Kastamonu Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü'nün tanıtımı bunun için iyi bir örnektir. Ülkemizin önemli turizm merkezleri içinde yer almamasına rağmen, Kastamonu farklı turizm türleri ve özellikle spor turizmi ile turizm pastasından payını almayı hedeflemektedir.

İkinci olarak piyasa aktörleri, yani turizm sektöründe yatırımlarıyla sektörün yapısında belirleyici rol oynayan sermaye kesimi, yatırımlarını geliştirmekte olan turizm alanlarına yönlendirerek bu yeni turizm türlerinin tanıtımına, gelişimine ve ekonomik katkısına destek olabilirler. Kuşkusuz politik aktörlerin kamu yararı hedefi ile piyasa aktörlerinin kârlılık hedefi her zaman uyum içerisinde olmayabilir. Ancak politik aktörler ve piyasa aktörlerinin turizmdeki tamamlayıcı ilişkisi, onların iş birliği içinde hareket etmelerini sağlayabilir. Turizmin yeni talepleri karşılayacak biçimde gelişmesi, piyasa aktörlerinin kâr hedeflerini karşılamasının yanı sıra, ulusal ekonomiye ve kalkınmaya da katkıda bulunacağından söz konusu iş birliği kaçınılmazdır.

Üçüncü olarak bağımsız kurumların ve sivil toplum kuruluşlarının da spor turizminin ve rekreasyonel turizmin gelişiminde önemli işlevleri vardır. Üniversiteler, spor federasyonları, kültür dernekleri, çevre örgütleri, doğa sporları kulüpleri boş zaman ve rekreasyon etkinliklerinin yaygınlaşmasında ve tanıtımında doğrudan rol almaktadırlar. Bu konuda en önemli kavram rekreasyon liderliğidir. Rekreasyon konusunda toplumda öncü olacak çeşitli lider tipleri bulunmaktadır. Doğrudan hizmet veren liderler, danışman liderler ve yönetsel liderler farklı işlevleriyle ve görevleriyle rekreasyon yönetiminde etkin rol oynarlar (Tekin ve Zorba, 2001). Rekreasyonun toplumsal faydaları göz önüne alındığında konu ile ilgili farkındalık yaratmak için çeşitli etkinliklerin düzenlenmesi gerekmektedir. Bu etkinlikler konferanslar, festivaller veya yarışmalar olabilir. Dokuz Eylül Üniversitesi ve Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi 12-15 Nisan 2012 tarihlerinde 1. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi'ni düzenleyerek bu konuda öncü olmuştur. Türkiye Yelken Federasyonunun Muğla'nın Gökova beldesinde düzenlediği Türkiye Kiteboard Şampiyonası bunun için güzel bir örnektir. Bu şampiyona hem yerel halkın kiteboard sporu hakkında bilgi edinmesini sağlamış hem de kiteboard sporcularına Gökova'nın tanıtımını yapmıştır.

Resim 3.4



Kaynak: <http://kiteacademytr.com/tag/kitesurf/>

Gedik Pazarların Saptanması ve Geliştirilmesi

Genel olarak rekreasyonel turizm ve özel olarak spor turizmi, dünyada yeni yeni gelişen ve ülkemizde de gelişmekte olan turizm alanları arasında yer almaktadır. Dolayısıyla bu yeni etkinlik alanlarını **gedik pazar** olarak değerlendirdiğimizde turizm planlamasının bu yönde düzenlenmesi ve gerek kamu sektöründen gerekse özel sektörden kaynaklanan yatırımlarının bu alanlarda yoğunlaşması gerekmektedir. Kuşkusuz bu yoğunluğun güçlü yanı, bu alanlarda mevcut bir talebin olması, tehlikeli yanı ise bu alanlardaki aşırı metalaşmanın yol açacağı kaynak kaybı ve yozlaşmadır.

Boş zaman ve rekreasyon etkinliklerinin yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan gedik pazarların saptanması, etkin bir piyasa araştırmasıyla mümkündür. Bu araştırmanın yanı sıra, bu etkinliklerin gelişebileceği koşullara ve kaynaklara sahip olan bölgelerin belirlenmesi hem politik aktörler hem de araştırmacılar tarafından ele alınması gereken bir konudur. Bütün bunlar yapılırken çevreye duyarlı olma ve sürdürülebilirlik prensiplerinin turizm gelişmesinde önemli parametreler olarak saptanması gerekmektedir. Özellikle spor turizminde veya açık alan rekreasyon etkinliklerinde ölçsüz metalaşma kaynakların etkin kullanımını tehlikeye atarak yalnızca turistlerin değil, yerli halkın da sağlıklı ve kaliteli yaşam koşullarından yoksun kalmasına yol açacaktır.

Gedik Pazar: Gedik pazar (*niche market*) kavramı, piyasada belli bir ürüne yönelik talebin bulunduğu ancak bu talebin üreticiler tarafından karşılanmadığı durumu ifade eder. Gedik pazarlar genelde çok odaklanmış, küçük bir grubun talebini temsil etse de arzın kısıtlı olmasından dolayı yatırımcılara yüksek kâr oranı sunmaktadır.

Özet



Boş zaman kavramının turizmin gelişmesindeki rolünü tanımlamak

Boş zaman kavramı turizm etkinliklerinin zaman ve mekân açısından örgütlenmesinde doğrudan rol oynamaktadır. Sanayi Devrimi sonucu ortaya çıkan modern toplumda çalışma sürelerinin günlük, haftalık ve yıllık olarak düzenlenmesi sonucunda bireyler boş zaman etkinliklerini hafta sonlarında ve iki haftalık yaz tatillerinde değerlendirmek zorunda kaldılar. Turizm sektörü de buna paralel olarak yaz aylarındaki iki haftalık tatil süreleri için kitle turizmi, kısa süreli hafta sonu boş zamanları için ise alternatif turizm seçeneklerini yarattı.



Rekreasyon kavramının ortaya çıkışı ve gelişimini açıklamak

Rekreasyon kavramı, yenilenme anlamı taşımakta ve boş zamanlarda gönüllü olarak gerçekleştirilen fiziksel etkinlikleri kapsamaktadır. Açık ve kapalı alan etkinlikleri olarak ayrılan bu etkinliklerden özellikle açık alanda yapılanlar bireyin fiziksel ve ruhsal yenilenmesine fırsat sunmaktadır. Modernleşme ve kentleşme sürecinde giderek doğadan daha fazla kopan ve fiziksel etkinlikleri kısıtlanan bireyler için rekreasyon gündelik hayatın vazgeçilmez bir parçasıdır; birey ancak bu koşul altında yenilenme sürecini tamamlayabilir.



Rekreasyon kavramının turizmin çeşitlenmesindeki rolünü tanımlamak

Rekreasyonun farklı türleri bulunmaktadır: Açık alan, kapalı alan, terapötik, sağlık turizmi ve giderek yaygınlaşan spor turizmi başlıca türler arasında sayılabilir. Bütün bu rekreasyon türleri bireyin çalışma ve ev hayatının dışında, yaşamalarının ötesinde bir biçimde yapılmaktadır. Turizm sektörü konaklama, ulaşım altyapısı ve sunduğu tamamlayıcı hizmetler ile bireylerin rekreasyon etkinliklerinden faydalanmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla rekreasyon ve turizm arasında karşılıklı ve tamamlayıcı bir ilişki bulunmaktadır.



Turizmin gelişmesinde yeni yaklaşımların önemini açıklamak

Turizmin gelişmesinde boş zaman ve rekreasyon kavramlarına bağlı olarak ortaya çıkan yeni yaklaşımlar, alışılmış deniz-kum-güneş temelli kitle turizminin bireylerin turizm taleplerini karşılamakta yetersiz kaldığını göstermektedir. Bu nedenle turizm sektöründe boş zaman ve rekreasyon etkinliklerine yönelik yeni yaklaşımlar yeni turizm türlerinin de popülerlik kazanmasına yol açmaktadır. Bu yeni türler içinde rafting, dağcılık, mağaracılık, yürüyüş sporları ya da bisiklet sporları yer almaktadır.



Boş zaman ve rekreasyon kavramlarının turizm planlamasındaki katkısını tanımlamak

Boş zaman ve rekreasyon etkinlikleri turizm sektörünü besleyecek yeni talepler yaratmaktadır. Bu taleplerin en iyi şekilde değerlendirilmesi için turizm sektörünün gelişiminde etkin olan politik aktörler, piyasa aktörleri, bağımsız kuruluşlar ve sivil toplum kuruluşlarının iş birliği içinde hareket ederek turizm planlaması yapmaları gerekmektedir. Ancak bu planlama yapılırken boş zaman ve rekreasyon etkinliklerinin doğal ortamlara bağlı olduğu düşünülerek sürdürülebilirlik ve çevre koruma prensiplerine uyulması önem taşımaktadır.

Kendimizi Sıyalım

1. Sanayi Devrimi'nin yarattığı sosyal dönüşüm aşağıdakilerden hangisidir?
 - a. Boşanmaların artması
 - b. Sosyal hareketlerin zayıflaması
 - c. Zaman ve mekan düzeninin değişimi
 - d. Bireylerin evde çalışmaları
 - e. Sosyal dayanışmanın ortadan kalması
2. Aylak Sınıfın Teorisi başlıklı eseri kim yazmıştır?
 - a. Baudrillard
 - b. Veblen
 - c. Marx
 - d. Thompson
 - e. Weber
3. Aşağıdakilerden hangisi tüketim tercihlerinin ihtiyacın ötesinde bir ilgiyle belirlenmesi anlamına gelmektedir?
 - a. Tüketim toplumu
 - b. Toplumsal baskı
 - c. Mahalle baskısı
 - d. Tasarruf toplumu
 - e. Sınıflı toplum
4. Aşağıdakilerden hangisi boş zaman kavramının turizmdeki katkılarında biri **değildir**?
 - a. Öngörü sağlaması
 - b. Turizm talebini biçimlendirmesi
 - c. Turizm çeşitliliğinin yönünü belirlemesi
 - d. Turizm işçilerine boş zaman kazandırması
 - e. Turizm faaliyetlerinin zamanını çeşitlendirmesi
5. Aşağıdakilerden hangisi rekreasyon türlerinden biri **değildir**?
 - a. Terapötik rekreasyon
 - b. Açık alan rekreasyonu
 - c. Kapalı alan rekreasyonu
 - d. Sağlık turizmi
 - e. Parklar ve bahçeler
6. Aşağıdakilerden hangisi rekreasyon kavramının temel işlevlerinden biri **değildir**?
 - a. Fiziki sağlık gelişimi yaratır
 - b. Ruh sağlığı kazandırır
 - c. İnsana para kazandırır
 - d. Kişisel beceri ve yeteneğin gelişmesini sağlar
 - e. Yaratıcı gücü geliştirir
7. Aşağıdakilerden hangisi piyasada belli bir ürüne yönelik talebin bulunduğu ancak bu talebin üreticiler tarafından karşılanmadığı durumu açıklar?
 - a. Pazar alanı
 - b. Semt pazarı
 - c. Turizm pazarı
 - d. Gedik pazar
 - e. Pazarsızlık
8. Aşağıdakilerden hangisi yeni taleplerine yönelik planlama ve yönetim etkinliklerinde yer **almaz**?
 - a. Merkezi yönetim
 - b. Yerel yönetim
 - c. Finansal denetçiler
 - d. Piyasa aktörleri
 - e. Sivil toplum aktörleri
9. Aşağıdakilerden hangisi kamusal rekreasyon alanlarından biridir?
 - a. Miniaturk
 - b. Disneyland
 - c. Otel havuzları
 - d. Milli parklar
 - e. Hamamlar
10. Aşağıdakilerden hangisi boş zaman ve rekreasyon etkinliklerinin yaygınlaşmasında ve tanıtımında doğrudan rol alır?
 - a. Askeri birimler
 - b. Sivil toplum kuruluşları
 - c. Öğretmenler
 - d. Odalar ve borsalar
 - e. Barolar

Yaşamın İçinden

“

Sporun turizme katkısı büyük

Ege Üniversitesi Spor Hekimliği Ana Bilim Dalı Başkanı **Prof. Dr. Oğuz Karamızrak** uluslararası spor karşılaşmalarının Türkiye'nin tanıtımında çok önemli bir yere sahip olduğunu belirterek turizmin bu tarz etkinliklerle desteklenmesi gerektiğini belirtti.

İzmir'in ve Erzurum'un ev sahipliği yaptığı Universiade organizasyonunun bu bağlamda çok önemli bir vesile olduğunu belirten Karamızrak "Bu vesileyle ülkemize gelen ve Türkiye'yi tanıyan sporcuların bundan sonra da Türkiye'yi sportif veya turistik amaçlarla ziyaret edecekleri düşünülürse bu, ülke tanıtımı için çok önemli bir adımdır. İleride hem spor hem de turizm alanında meyveleri beraber toplamış olacağız." dedi.

Karamızrak şöyle konuştu: "Bu organizasyonlarda Türkiye'nin tanıtımını oldukça iyi yaptığını inanıyorum. Türkiye'ye davetli olarak gelenlerin, ülkelere memnun bir şekilde dönmeleri çok önemli. Her ülke misafirperverdir tabii ki ama Türkiye bu konuda diğer ülkelerden bir adım önde. Bunu hissettirebiliyoruz. Örneğin yakın zamanda İzmir'de bir Universiade organizasyonu gerçekleşti. Bu organizasyondan hemen sonra İzmir şehri için döviz girdisini beklemek yanlış... İzmir'e Universiade için gelen ve memnun kalan sporcuların, onların ailelerinin, antrenörlerinin, yöneticilerinin spor turizmi için tekrardan Türkiye'ye gelme potansiyeli içinde olduğunun farkına varmamız lazım. Erzurum Kış Olimpiyatları da o bölgede hem tesislerin kurulmasını hem de o yörenin tanıtılmasını sağladı. Eminim burası da önemli bir merkez hâline gelecektir. Yeter ki bakımdan, kaliteden vazgeçmeyerek tanıtımına hiç durmadan devam edilsin."

Üç tarafı denizlerle çevrili bir ülke olmasına rağmen Türkiye'de su sporlarının arzulanan noktada olmadığına altını çizen Karamızrak "Öncelikle etrafımız denizlerle çevrili olduğu için ilk başta su ile ilgili spor branşlarını öne çıkarmalıyız. Yüzme, su topu, rafting gibi. Bunun bir uzantısı olarak su ile bir bağlantısı olan triatlonlar söz konusu olmalı. Alanya'da bir triatlon alanı var. Bunlar yaygınlaştırılabilir. Yelkenciliğin bizde yeterince yapıldığını düşünmüyorum. Bu sporların yapıldığı yerlerin çoğalması ve gelişmesi ile birlikte katılım artacaktır ve böylece kabiliyetli kişileri yakalayıp başarıyı elde edebiliriz." dedi.

Türkiye'de futbolun büyük rağbet gördüğünün altını çizen Karamızrak "Bugün Türkiye'de liglerde oynayan

152 kadar takım var. Bu takımların her birinin yedekleri ve altyapısı ile beraber yüz oyuncusu olsa üst düzeyde futbol oynayan kişi sayısı olarak on beş binlere ulaşabilirsiniz. Ama yetmiş beş milyonluk bir ülkede bu az bir rakam. Dolayısıyla çeşitliği artırmak, insanların her birinin kapasite, beğeni ve keyiflerine göre sağlıklarını etkileyecek spor türleriyle ilgilenmeleri için önlerini açmak gerekiyor. Burada görev kulüplere, yerel ve merkezî yönetimlere ve üniversitelere düşüyor." diye konuştu.

Öte yandan dünya genelinde golf turizminin önemli bir yeri bulunduğunu ancak Türkiye'de bu sporun yeterince gündeme gelmediğini öne süren Karamızrak sözlerini şöyle sürdürdü: "20 yıl önce golf sporu yoktu. Ama son 20 senede Golf Federasyonunun çalışmaları ile golf sahalarının artmasıyla daha yaygın kullanım başlamıştır. İşte bunun gibi çalışmalar yurt dışı turizminin harekete geçmesine ve ciddi döviz girdisine imkân sağlayacaktır. Spor aktiviteleri yaygınlaştıkça bu iç piyasada da etkisini gösterecektir."

Kaynak: <http://www.livingtourism.com/roportaj-oguz-karamizrak.html> internet adresinden 12 Nisan 2012 tarihinde yazdırılmıştır.

”

Kendimizi Sınavalım Yanıt Anahtarı

1. c Yanıtınız yanlış ise “Boş Zaman Kavramının Tarihsel Gelişimi” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
2. b Yanıtınız yanlış ise “Boş Zaman Kavramının Tarihsel Gelişimi” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
3. a Yanıtınız yanlış ise “Boş Zaman Kavramının Tarihsel Gelişimi” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
4. d Yanıtınız yanlış ise “Boş Zaman Kavramının Turizm Çalışmalarındaki Yeri” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
5. e Yanıtınız yanlış ise “Rekreasyon Kavramının Ortaya Çıkışı” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
6. c Yanıtınız yanlış ise “Rekreasyon Kavramının Temel İşlevleri” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
7. d Yanıtınız yanlış ise “Gedik Pazarların Saptanması ve Geliştirilmesi” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
8. c Yanıtınız yanlış ise “Turizm Piyasasında Yeni Talepler” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
9. d Yanıtınız yanlış ise “Rekreasyon Kavramının Ortaya Çıkışı” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
10. b Yanıtınız yanlış ise “Turizm Piyasasında Yeni Talepler” konusunu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Tüketim toplumu bireylerin ihtiyacından daha fazla tüketmesi anlamına geldiği kadar, harcanabilir gelirden daha fazla harcaması ve borçlanması anlamına da gelmektedir. Kredi kartlarının yaygın kullanımı da bireylerin tüketim davranışını destekleyen piyasa araçlarıdır. Turizm sektöründe bireylerin aşırı lüks tatillere odaklanması, tatil sürecini destekleyecek ek tüketim harcamalarının ortaya çıkması (örneğin giyim, spor ekipmanları) doğrudan ve dolaylı olarak turizmin de tüketim odaklı gelişimine işaret etmektedir.

Sıra Sizde 2

Her ne kadar tüketim toplumu bireylerin boş zamanlarını değerlendirmesinde baskın çıksa da sağlıklı ve kaliteli bir yaşam için asıl gerekli olan bireylerin fiziksel etkinliklerde bulunarak hem bedensel hem de ruhsal bir yenilenme yaşamalarıdır. Doğa sporları, yürü-

yüş, açık hava etkinlikleri özellikle çalışma hayatlarını kapalı mekânlarda ve sınırlı hareketle geçiren kitleler için önemli seçeneklerdir. Bireylerin boş zamanlarında ev ve iş yaşamlarındaki fiziksel ve ruhsal kısıtları aşacak etkinliklerde bulunmaları kaliteli yaşam için bir ön koşuldur.

Sıra Sizde 3

Türkiye’de bireylerin rekreasyon tercihlerini belirleyen birincil etmen ekonomik koşullardır. Buna göre, çalışma süreleri sekiz saatin üstünde olan, çalışma hayatı düzensiz olan ve öncelikle maddi koşullarını iyileştirmeyi hedefleyen bireyler için rekreasyon ikinci plana düşer. İkinci olarak bireylerin sosyal ve kültürel ortamları, sosyalleşme biçimleri de rekreasyon tercihlerinde belirleyici olur. Rekreasyonun önemini ailede, arkadaş çevresinde veya iş ortamında öğrenen birey eline geçen fırsatları değerlendirebilir. Son olarak bireyin yaşam alanı, rekreasyon fırsatlarının yaygınlığı ve iklimin uygunluğu da bireyin tercihlerinde etkilidir.

Sıra Sizde 4

Toplumda rekreasyon etkinliklerinin artırılması için öncelikle tanıtım yapılması ve halkın rekreasyonun faydaları konusunda bilgilendirilmesi gerekmektedir. İkinci olarak kitlelerin rekreasyona katılımlarına yönelik alt yapı yatırımlarının yapılması gerekmektedir. Bu alt yapı yatırımları için en güzel örnek, belediyelerin son yıllarda parklara ve açık alanlara yerleştiği sabit spor aletleridir. Spor salonuna gitme imkânı bulunmayan bireyler için bu son derece etkin bir uygulamadır.

Sıra Sizde 5

Bireylerin spor etkinliklerinde yer alma biçimleri iki yönlüdür: Birincisi doğrudan katılımcı olarak ikincisi ise izleyici ve destekçi olarak. Doğrudan katılımcı olan birey spor etkinliklerinden hem fiziksel hem de ruhsal yönden yenilenmiş olarak çıkar. Öte yandan, izleyici olarak spor etkinliklerinde yer almak bireyi ancak ruhsal olarak yenileyebilir. Sanayi Devrimi sonrası futbolun özellikle Manchester, Liverpool, Sheffield gibi sanayi şehirlerinde gelişmesi ve kitleler tarafından en fazla desteklenen spor olması bu ruhsal yenilenmeye dayalıdır.

Sıra Sizde 6

Rekreasyon etkinliklerinin yaygınlaşmasında ve bu konuda farkındalık yaratılmasında en önemli aktör politik aktörlerdir. Piyasa aktörlerinin kâr hedefine ve sivil toplum kuruluşlarının çıkar odaklı örgütlenmelerine karşılık politik aktörler, yani devlet ve devletin alt kurumları kamu yararını kârdan ve çıkardan önde tutarak bütün toplumu ilgilendiren konularda karar alma ve uygulama otoritesine sahiptir. Bu nedenle, devlet mekanizmalarının etkin bir biçimde kullanılarak rekreasyon aktivitelerinin bütün toplumu kapsayacak biçimde geliştirilmesi gerekmektedir.

Yararlanılan Kaynaklar

- Aytaç, Ö. (2006). Tüketimcilik ve Metalaşma Kısacasında Boş Zaman, **Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 11(1): 27-53.
- Aytaç, Ö. (2002). Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar, **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 12(1): 231-260.
- Baudrillard, J. (2012). **Tüketim Toplumu**. Ayrıntı Yayınları.
- Karaküçük, S. (2008). **Rekreasyon Boş Zamanları Değerlendirme**. Gezi Kitabevi.
- Orel, F. D. ve Yavuz, M. C. (2003). Rekreasyonel Turizmde Müşteri Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma, **Çukurova Üniversitesi SBE Dergisi**, 11(11).
- Perrot, M. (1986). **On the Formation of the French Working Class**, in Katznelson, Ira, ve Aristide R. Zolberg (der.), *Working-Class Formation: Nineteenth-Century Patterns in Western Europe and the United States*, Princeton University Press.
- Rojek, C. (1984). Did Marx Have a Theory of Leisure?, **Leisure Studies**, 3: 163-174.
- Tekin, A. ve Zorba, E. (2001). Spor ve Rekreasyon Organizasyonlarında Etkili Liderlik, **Atatürk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi**, 1(2): 28-36.
- Thompson, E. P. (1982). Time, Work-Discipline, and Industrial Capitalism, in Giddens, Anthony ve David Held (der.), **Classes, Power and Conflict: Classical and Contemporary Debates**, University of California Press.
- Thompson, E. P. (2004). **İngiliz İşçi Sınıfının Oluşumu**. İletişim Yayınları.
- Tütüncü, Ö. (2008). Rekreasyon Yönetimi'ne Yönelik Üniversite Düzeyinde Bir Müfredat Geliştirme Önerisi, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, 19(1): 93-103.
- Veblen, T. (2005). **Aylak Sınıfın Teorisi**. Babil Yayınları, İstanbul.
- Warhurst, C., Eikhof, D. R. ve Haunschild, A. (2008) **Work Less, Live More? Critical Analysis of the Work-Life Boundary**. Palgrave Macmillan.
- Weed, M. ve Bull, C. (2004). **Sports Tourism: Participants, Policy and Providers**, Butterworth and Heinemann.

4

Amaçlarımız

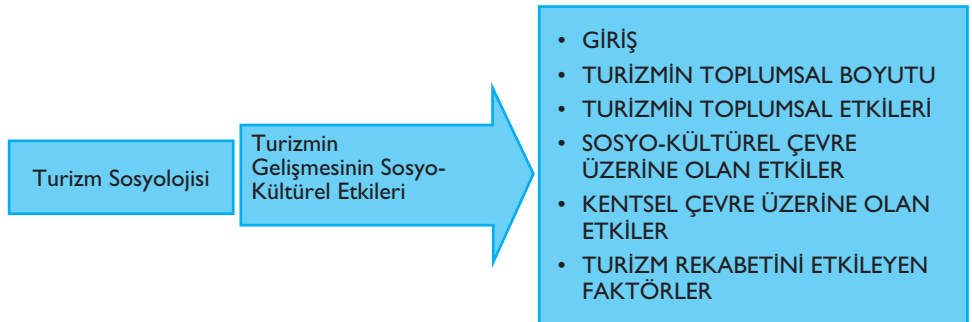
Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Turizmin toplumsal boyutunu anlatabilecek,
- Turizmin toplumsal etkilerini tanımlayabilecek,
- Turizmin sosyo-kültürel çevre üzerine olan etkilerini açıklayabilecek,
- Turizm gelişmesinin kentsel çevre üzerinde yarattığı etkileri analiz edebilecek,
- Turizmin rekabet koşullarını etkileyen faktörleri açıklayabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Turizm Sosyolojisi
- Turizmin Toplumsal Boyutu
- Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri
- Turizm ve Kentsel Çevre
- Turizmin Rekabet Edilebilirliği

İçindekiler



Turizmin Gelişmesinin Sosyo-Kültürel Etkileri

GİRİŞ

Bu kitabın önceki ünitelerinde tartışıldığı gibi, kitle turizminin ilk ortaya çıkışı XIX. yüzyılın sonlarında endüstrileşmenin hızla gelişip yaygınlaşması ile birlikte olmuştur. Bununla birlikte kitle turizminin gelişip yaygınlık kazanmaya başlaması açısından ilk kırılma noktası 1930'lu yıllar ikinci kırılma noktası II. Dünya Savaşı sonrası, özellikle 1950'ler sonrası olarak kabul edilir. Turizm olgusunun 1950'li yıllardan sonra yaygınlık kazanmaya başlaması açısından, Batı toplumlarında "refah" düzeyinin hızla artarak yaygınlaşması büyük önem taşımaktadır. 1980'li ve 1990'lı yıllar kitle turizminin gelişimi ile refah toplumu arasındaki ilişkiyi ortaya koyması açısından üçüncü kırılma noktasını oluşturur. 1980'li ve 1990'lı yıllarda ekonomik büyüme ve toplumsal refah; hem Batı toplumlarında daha da yaygınlaşmış hem de küreselleşmenin de etkisiyle Batı dışı toplumlarda da artmaya başlamıştır. Bunun kitle turizmine doğrudan etkisi ise turizmin büyük bir hızla yaygınlaşması şeklinde olmuştur. Dolayısıyla kitle turizminin yaygınlaşması açısından 1980'li ve 1990'lı yıllar üçüncü kırılma noktasını oluşturur. Bu bağlamda turizm tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de son 20-30 yılda hızla büyüyen bir ekonomik sektör ve yaygınlaşan bir toplumsal olgu durumuna gelmiştir. XX. yüzyılın son çeyreğinde, ulusların artan milli gelir ve refah düzeyleri ile birlikte büyük bir ivme kazanmış olan turizm ve bağlı etkinliklerin, XXI. yüzyılda daha da hızlı bir şekilde artacağı ve daha fazla sayıda insanın bulunduğu ülke dışına çıkarak başka ülkeleri ziyaret edeceği öngörülmektedir. Bu bağlamda 2020 yılına kadar, her yıl Avrupa'yı yılda 700 milyon turistin ziyaret etmesi beklenmektedir. Bu açıdan bir turizm ülkesi olan Türkiye'nin konumu büyük bir önem taşımaktadır. Giderek Avrupa'ya daha fazla yaklaşan ve Avrupa Birliği'nin üyesi olmayı hedefleyen Türkiye'nin, Avrupa'yı ziyaret eden turistler açısından bir ziyaret yeri olması doğaldır.

Tüm boyutları ile birlikte ele alındığında turizm devasa ve şaşkınlık verici boyutlara sahiptir. Turizm ve seyahat endüstrisi günümüzde, petrol ve otomobil endüstrisi ile birlikte dünyadaki en büyük üç ekonomik sektörü oluşturur. 1994 yılında dünyadaki iş gücünün yaklaşık % 6.5'i turizm sektöründe çalışmakta ve uluslararası düzeyde 528 milyon turist bu sürece katılmaktaydı ve bu sektör 321 milyar Amerikan doları düzeyinde bir ekonomik katma değer üretmekteydi. Buna karşın XXI. yüzyılın ilk on yıllarında seyahat eden turist sayısının bir milyarı aşması, dünya iş gücünün % 10'dan fazlasının bu sektörde çalışması ve turizmden elde edilen gelirin 1 trilyon doları bulması ve böylelikle turizm sektörünün dünyanın en büyük ekonomik sektörü olması beklenmektedir.

Turizmin kitleselleşmesi ile toplumsal refah arasında yakın bir ilişki vardır. Turizmin kitleselleşmesi açısından 1930'lu yıllar ilk ve II. Dünya Savaşı sonrası, ikinci kırılma noktasını oluşturur. Çünkü II. Dünya Savaşı sonrasında Batı toplumlarında toplumsal refah hızla artmış ve yaygınlaşmış ve bunun sonucunda toplumlar tatili bir ihtiyaç olarak hissetmeye başlamışlardır. Bu anlamda üçüncü kırılma noktasını 1980'li yıllar ve 1990'lı yıllar oluşturur. Bu yıllarda da bir yandan Batı toplumlarında toplumsal refah daha da derinleşir ve yaygınlaşırken diğer yandan Batı dışı toplumlarda da toplumsal refah yaygınlaşmaya başlamıştır. Bunun sonucunda tatil sadece Batılı toplumlar için bir gereksinim olmakla kalmayarak Batı dışı toplumlarda da bir toplumsal talep olarak yaygınlaşmaya başlamıştır.

XX. yüzyılın sonlarına gelindiğinde turizm artık bir milyardan fazla kişinin katıldığı, yüz milyonlarca kişinin çalıştığı ve trilyon dolarlık ekonomik büyüklüğe ulaşmış, dünyanın en büyük ekonomik aktivitelerinden birisi durumuna gelmiştir.

Turizmin küresel boyutunu tartışınız.

Tüm artan bu turizm faaliyetlerinin ekonomik boyutu kadar sosyal ve kültürel boyutu da özellikle önem taşımaktadır. Bu bağlamda tüm dünyadaki turizmin geliştiği bölgelerde olduğu gibi, Türkiye’de turizmin yoğunluklu olduğu Ege ve Akdeniz bölgelerindeki turizm etkinlikleri ve bu bağlamda ortaya çıkan sosyo-kültürel etkiler dikkat çekmektedir. Bu bağlamda özellikle Güney Ege ve Batı Akdeniz kıyıları Türkiye’de turizmin en hızlı bir şekilde geliştiği ve yaygınlaştığı yörelerdir. Bu yörelerdeki yerleşim yerleri hızla turizm kentlerine dönüşmekte ve temel sosyo-ekonomik aktiviteleri de büyük ölçüde turizme bağlı hale gelmektedir. Söz konusu turizm kentlerinde 20-30 yılda büyük değişiklikler ortaya çıkmıştır. Yaklaşık 30 yıl önce küçük birer balıkçı kasabası ya da tarım alanı olan söz konusu alanlar bugün uluslararası turizm pazarında önemli yerlere sahip bir turizm kenti konumuna gelmişlerdir. Dolayısıyla ekonomisi büyük ölçüde turizme dayalı olan söz konusu turizm kentlerinin geleceği de büyük ölçüde turizme dayalı olacaktır. Bundan dolayı söz konusu turizm kentleri, turizm gelişiminin çok boyutlu etkileri altındadır. Dolayısıyla turizmin gelişimi, ekonomisi büyük ölçüde turizme dayalı olan kıyı kentlerini büyük ölçüde ilgilendirmektedir.

Salt ekonomik değil aynı zamanda toplumsal ve çevresel boyutları da olan bir olgu olan turizm, tüm bu farklı boyutları ile ele alınması gereken bir olgudur. Sektörler sınıflamasında hizmet sektörü içinde yer alan turizm sektöründe, üretilen hizmetlerin üretilmesi ve tüketilmesi sürecinde birçok faktörün dikkate alınması gerekmektedir. Bu faktörlerin ayrı ayrı her biri ve toplam olarak hepsi birden üretilen hizmetin kalitesini ve verimliliğini belirlemekte, bu iki faktör de sonuç olarak turizm sektöründen üretilen ekonomik katma değeri belirlemektedir. Bu bağlamda bir “hizmet” (*service*) olan turizmin üretilmesi sürecinden, tüketilmesi sürecine kadar birçok faktör etkili olmakla birlikte, tüm söz konusu faktörleri doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen temel bir faktörden söz etmek olasıdır; o da turizmin insan ilişkileri boyutu ya da toplumsal boyutudur. Bu bağlamda, turizm sektöründe hizmeti üretenler (turizm sektörü çalışanları) ve tüketenler (turistler) arasında bir toplumsal mübadele ilişkisinden söz etmek olasıdır. Bu noktada, turizmden elde edilen gelir büyük ölçüde üretilen hizmetin kalitesine, üretilen hizmetin kalitesi de, turistler ile turizm sektörü çalışanları arasındaki toplumsal ilişkinin düzey ve kalitesine bağlı olmaktadır.

Bunun yanında turizm olgusu tüm dünyada büyük ölçüde biçim ve içerik değiştirmiş ve turistlerin talep ve beklentileri de değişmiştir. Bu bağlamda turizm açısından temel faktörler olan doğa, tarih, çevre, kültür ve sanat gibi faktörler vazgeçilmez birer nitelik kazanmışlardır. Doğal çevre, tarih ve kültürel değerler artık turizm açısından birer seçenek olmanın ötesinde vazgeçilmez nitelikte önem kazanmışlardır. Dolayısıyla doğal çevrenin korunması, turizmin doğal çevreye zarar vermeden hatta doğal çevre ile iç içe bir yapı ve içerik kazanması, turizmin sürdürülebilirliği bağlamında gündeme gelmiş olan olgulardır (Tourism and the Environment in Europe, 1995:7-9). Turizmin sürdürülebilirliği açısından ilk akla gelen örnek ise eko-turizm kavramıdır. Ekolojik turizm kavramı genel olarak ekolojik faktörlerin turizme dahil edilmesi gereğini ifade eden bir kavramdır. Başka bir deyimle, turizm olgusu tüm aşamalarında ekolojik dengeleri gözetecek, turizm için vazgeçilmez olan doğal kaynakların bir defalık kullanımını değil, sürdürülebilirliğini temel alacaktır. Sürdürülebilirlik açısından eko-turizm ilkeleri, yeni turizm alanları-

nın ve yeni turizm işletmelerinin planlanması ve belirlenmesinde olduğu kadar; var olan turizm alanlarının ve turizm işletmelerinin niteliklerinin değiştirilmesi açısından da temel bir ilke olarak kabul edilmektedir. Ülkemizdeki turizm sektörünün en önemli pazarını oluşturan Avrupa Birliği, tüm ekonomik sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de sürdürülebilirliği temel bir ilke olarak kabul etmiştir (Weale ve Williams, 1992; Hildebrand, 1992; Judge, 1992:3-5). Avrupa Birliği Bölgeler Komitesi 21 Kasım 2001'de İtalya'nın Florence kentinde yaptığı ve eko-turizmi tartıştığı toplantısında, Avrupa Birliğinde turizme ilişkin tüm yasal düzenlemelerini sürdürülebilirlik ve eko-turizm doğrultusunda değiştirilmesi yönünde bir eğilim ortaya koymuştur (Info regio/panorama, 2002a:11). Dolayısıyla, Avrupa Birliği ülkeleri ülkemizin ve özellikle bölgemizin en önemli turizm pazarını oluşturması açısından ve ülkemizin Avrupa Birliği aday ülkesi olması açısından, Türkiye'nin turizm yapısını söz konusu pazarın talepleri doğrultusunda değiştirmesi vazgeçilmez bir zorunluluk arz etmektedir. Ayrıca üyelik sürecinde Avrupa Birliği, Türkiye'den turizm yapısını ve altyapısını sürdürülebilirlik yönünde değiştirmesini isteyebilecektir. Bu bağlamda ülkemizdeki turizm kentlerinin turizm yapısının daha çevreye duyarlı ve sürdürülebilir bir yapıya dönüştürülmesi, ülkemizde turizmin geleceği açısından büyük bir önem taşımaktadır.

Turizm, en geniş anlamıyla modern toplum insanının boş zaman faaliyetlerinden biri belki de başlıcasıdır. Modern insanın fiilen üretim sürecinde bulunduğu zaman dilimi dışında, bulunduğu yerden başka bir yere gezip görme, dinlenme, eğlenme ve benzeri amaçlarla gitmesi olgusuna genel olarak turizm denir. Bu noktada bir toplumsal olgu olarak coğrafi hareketlilik olgusu gündeme gelmektedir. Bu bağlamda seyahat, turizmin önemli bir boyutunu oluşturmaktadır. Ancak kavramsal olarak turizm faaliyetini tanımlamak söz konusu olduğunda, konaklama seyahatten daha önemli bir yer tutmaktadır. Turizm genel olarak modern insanın boş zaman faaliyetlerinden birisi olarak değerlendirilmekle birlikte, daha geniş kapsamlı olarak değerlendirildiğinde sağlık ve iş amaçlı, özellikle kongre ve toplantı amacıyla düzenlenen geziler de genel olarak turizm kavramının tanımlaması içinde yer alırlar (Tuna, 2007:4).

Kavramsal boyutta turizmin tanımlanması, bu kavramın bileşenlerinin de ele alınmasını gerekli kılmaktadır. Turizm kavramı ekonomik yönden ele alındığında bir sektör olarak hizmet sektörü içinde yer alır. Bir hizmet olarak turizm, üretim ve tüketim boyutlarına sahiptir. Başka bir deyişle üretilen hizmetin bir üreticisi bir de tüketicisi vardır. Burada, üreticileri, turistik işletmelerin sahip ve yöneticilerinden her düzeydeki hizmetlisine kadar hizmet üreten tüm bireyler olarak anlamak gerekir. Tüketici boyutunda ise genel olarak turist dediğimiz (yerli ve yabancı turist) kişi ve kişiler yer alır. En basit anlamıyla turistler ile turizm sektörü çalışanları arasında bir ekonomik mübadele ilişkisi vardır. Turizm sektörü çalışanları bir hizmet üretirler ve turistler bu hizmeti para karşılığı satın alırlar.

Turizmin sadece ekonomik boyutuyla ele alınması eksik ve yanıltıcı olabilir. Dolayısıyla turizmi toplumsal boyutu ve toplumsal etkileri ile birlikte ele almak gerekir. Turizmin toplumsal boyutlarını ele alan bilim disiplini turizm sosyolojisidir.

Turizm barış zamanında gerçekleşen en büyük demografik yer değiştirme hareketidir. Bu anlamda turizm, para kazanma amacı gütmeyen bulunduğu yerden belirli bir süreliğine, gezip görmek, dinlenmek, eğlenmek, spor, sağlık, bilimsel ve dinsel amaçlarla ayrılmayı ve söz konusu amaçlar gerçekleştikten sonra geri dönmeyi kapsayan bir süreçtir.

Turizm sosyolojisi niçin gereklidir ve alan ve kapsamı nedir tartışınız.

Turizmin bu genel tanımı çerçevesinde bu ünite de özellikle üstünde durulacak faktör turizmin toplumsal boyutudur. Turizmin toplumsal boyutu bağlamında, turizm faaliyeti sırasında ortaya çıkan insan ilişkileri, turist memnuniyeti, turizm faaliyeti sonucu ortaya çıkan toplumsal ve kültürel değişimler ve bu değişimlerin yörenin toplumsal yapısı üzerinde yaptığı etkiler bu ünitenin kapsamı içinde yer alacak olan konular arasındadır. Bu bağlamda, bu ünite de yer alan konu başlıklarına kısaca değinmek gerekmektedir.



Turizmin sadece ekonomik boyutuyla ele alınması, turizmin değerlendirilmesinde eksik ve yanıltıcı olabilir; dolayısıyla turizmin toplumsal boyutuyla da ele alınması gerekmektedir. Turizm ekonomik bir olay ve olgu olmasının ötesinde ve belki de bundan çok daha önemli olarak toplumsal bir olay ve olgudur. “Toplumsal bir olay ve olgu olarak turizm, bireysel düzeyde, birbirini daha önce hiç tanımayan iki insanın yüz yüze gelmesi ve etkileşime geçmesini ifade eder. Grup ve toplum düzeyinde ve özellikle dış turizm gündeme geldiğinde ise iki farklı grup insanın, toplumun, ulusun, hatta daha geniş boyutta ele alındığında iki farklı kültürün bir araya gelmesi, temasa geçmesi söz konusudur. Toplumsal bir olgu olarak dış turizm söz konusu olduğunda, farklı dil, din ve kültüre sahip insanların geçici bir süre de olsa bir toplumsal ilişki üretmeleri söz konusudur” (Tuna, 2007:5). Turist ve ona hizmet eden kişinin birbiriyle temasında her iki kişinin farklı sosyo-kültürel geçmişi bu ilişkinin türünü ve yapısını etkiler. Bu noktada turist ile ona hizmet götüren kişinin oluşturduğu toplumsal ilişkinin sağlıklılığı olaya salt ekonomik açıdan bakıldığında dahi çok önemlidir. “Çünkü söz konusu olan bir hizmettir ve hizmete söz konusu fiyatın talep edilebilmesi için, hizmeti satın alanın hizmetten memnun olması gerekir. Sağlıklı bir turizm faaliyetinin oluşması, sağlıklı bir ekonomik mübadelenin oluşmasına, sağlıklı bir ekonomik mübadelenin oluşması da turistler ile turistlere hizmet götürenler arasında sağlıklı bir toplumsal ilişkinin oluşmasına bağlıdır. Bu bağlamda sağlıklı bir ekonomik mübadele ve toplumsal ilişkinin oluşmasında turistlere hizmet götürenlere, yani turizm sektörü çalışanlarına daha ağırlıklı bir görev ve işlev düşmektedir. Çünkü turistler ile turistlere hizmet götürenler arasında oluşan ekonomik-toplumsal ilişkide turistler tüketici, alıcı, müşteri; turistlere hizmet götürenler ise (turizm sektörü çalışanları) üretici, satıcıdır. Modern işletmecilik ilkelerine göre müşteri daima haklıdır ve talepleri karşılanmalıdır, özellikle, söz konusu olan turizm gibi bir karmaşık hizmet sektörü olduğunda müşteri daha fazla haklıdır ve bütün talepleri olabildiğince karşılanmalıdır” (Tuna, 2007:5).

TURİZMİN TOPLUMSAL BOYUTU

Turizm sosyolojisinde ağırlıklı olan eğilim, turizmin fiziksel ve ruhsal anlamda bir yeniden yaratma etkinliği olduğu yönündedir. Bu eğilime göre yeniden yaratma etkinliği modern endüstriyel toplum ile birlikte ortaya çıkmıştır. Turizm, değerlerin, yaşam deneyimlerinin, hatta öğrenme biçimlerinin değiş tokuşunu ifade eden bir sosyal ilişkiler ve etkileşim sistemidir.

Ekonomide ve fiziksel çevrede açıkça görünen etkilerinden başka turizm, yerel halkın sosyal ve kültürel değişimine de katkıda bulunur. Bu değişim, değer sistemleri, geleneksel yaşam tarzları, aile ilişkileri, bireysel davranışlar veya toplum yapısı üzerindeki değişiklikleri içerir. Turistler gittikleri yerde kaldıkları süre boyunca yerel halkla etkileşime girerler ve ilişkileri yerel bireysellikler, yerel toplumun yaşam nitelikleri, değer sistemleri, emek boyutları, aile ilişkileri, tutumları, davranış örüntüleri, ayinleri ve yaratıcı ifadeleri içinde değişir. Turistler ve yerel halk arasındaki kültürel ve ekonomik farklılıklar daha açık ve anlamlıdır.

Turist-yerel halk karşılaşması üç ana eksenle gerçekleşir:

- Turistin yerel halktan hizmet satın aldığı yerde turist ile yerel halk arasında ilişki gerçekleşir. Bu, otel, restoran, herhangi bir eğlence yeri ya da herhangi bir hediyelik eşya dükkanı olabilir.
- Aynı anda aynı yerde tesadüfen karşılaştıklarında, turist ile yerel halk arasında ilişki gerçekleşir. Turist ile yerli halktan birisi sokakta, plajda, tarihsel alanda, spor ya da mesire yerinde tesadüfen karşılaşabilir ve böylelikle etkileşime geçebilir.

- Turist ile yerli halktan birisi ilk kez tanıştıktan sonra bir kez daha görüşmek ister ve görüşürlerse, bu görüşme sırasındaki bilgi ve düşünce paylaşımında bulunurlar. Bu tür karşılaşma ya da görüşme turist ile yerel halk arasındaki gerçek bir sosyal ilişkiyi ifade edebilir.

Diğerlerine göre, son karşılaşma tipi daha az yaygın fakat sosyal ilişki açısından daha anlamlıdır. Bir başka deyimle turist ile yerel halk arasındaki ilişki ancak planlı ve istendik bir bir araya geliş sırasında gerçek bir sosyal ilişki biçimine dönüşür ve ancak bu bağlamda bir sosyo-kültürel alış-verişten söz edilebilir.

Bununla birlikte turist ile yerel halk arasındaki ilişki birtakım özellikler tarafından şekillenir:

- Geçici, eşitsiz, dengesiz ve mekânsaldır. Çeşitli kısıtlamalar tarafından sınırlanmıştır. Turist ile yerel halk ancak belirli zamanlarda ve belirli sürelerle karşı karşıya gelebilirler. Bununla birlikte turist ile yerel halk arasındaki ilişki eşitler arasındaki bir ilişki değildir. Turist yerel halka göre, ekonomik ve toplumsal anlamda daha güçlü olduğundan ilişkiyi domine eden (belirleyen) pozisyonundadır.
- Turist, gittiği yerde genellikle kısa süre kalır. Bu yüzden, yüzeysel ilişkileri, daha anlamlı bir ilişki içinde geliştirme fırsatı yoktur. Yukarıda değinildiği gibi, turist ile yerli halk arasındaki ilişki çoğunlukla belirli mekanlarda ve kısa süreliğine gerçekleştiğinden bu ilişkinin derinlikli bir sosyal ilişkiye dönüşme olasılığı çok sınırlıdır.
- Geleneksel kendiliğinden misafirperverlik, ticari aktiviteye dönüşür. Turist ile yerli halk arasındaki ilişkide, geleneksel konukseverlik biçimleri ticari olarak anlamı olan bir ilişki biçimine dönüşür.
- Turistlerin açıkça belli olan görece yüksek olan refah düzeyi, sıklıkla, yerel halk ile ilişkilerinde tahakkümcü ve sömürücü bir davranış biçimine yol açar.
- Yerel halkın davranışları turistlere benzemek için değiştirildiği zaman, turist-yerel halk ilişkisinin etkileri yıkıcı olur. Dildeki değişim, alkolizmin, suçun, fuhuşun, kumarın artması ve kültürün maddi ve maddi olmayan formlarının dönüşümü, bu yıkımın görünümleridir.
- Turistin fiziksel varlığına ve yerel halkla karşılaşmalarına rağmen, turizm endüstrisinin gelişmesi yaşam kalitesinin, sosyal yapının ve yerel halkın sosyal kurumlarının değişmesine katkıda bulunur. Hızlı ve yoğun turizm gelişmesi, farklı ve genellikle organik ve küçük çaplı değişimlerden daha az tercih edilen etkiler içerisinde sonuçlanır (Tuna, 2007).

Toplumların değerler sistemi toplumları tanımlamada kullanılır; ekonomik değerler, Batılı kapitalist toplumların temel değerleridir. Turizm, ekonomik değerleri taşır. Turizm, davranışları değiştirir. Turizm, sanayi toplumunun sıkıcı günlük yaşamına bir tepkidir. Turist, seyahat ederek ve turistik geziler yaparak sıkıcı günlük yaşamını ve sosyal ilişkilerini değiştirmek ister. Turistik gezilerle, hafızasını ve yaşam enerjisini yenilemek ister. Bu yüzden turizmin sosyal değerleri çalışma yaşamının sosyal değerlerinden farklılaşır.

Turizme sosyal değerler perspektifinden bakarsak, dini yakınlıkları, düşünce formlarını, sosyal çevreyi, kültürel formları, vatandaşlık, toplumsal cinsiyet ve turistik davranışı belirleyen yaşa bağlı faktörleri tanımlayabiliriz. Bu faktörlere bağlı olarak bazı değerler değişir.

- İnsanlar hayatlarından keyif almalıdır; tatil yapmak artık lüks değildir; modern yaşamın bir gerekliliğidir.

Turist ile yerli halkın karşılaşması üç boyutta gerçekleşebilir. Öncelikle turist ile yerli halk bir mal ve hizmetin satın alınması sırasında, herhangi bir mekanda tesadüfen ve öngörülmuş ve planlanmış bir şekilde bir araya gelerek etkileşime geçebilir.

Turist ile yerli halk arasındaki ilişkinin temel niteliği bunun eşitsiz, tahakküm içeren, kendiliğinden ve spontane olmasıdır. Çünkü turist ile yerli halk arasındaki ilişkide turistin sahip olduğu ekonomik ve toplumsal güç, turist ile yerli halk arasındaki ilişkiyi bir ticari ilişki, bir sosyal ilişki olmasının ötesinde bir patronaj ilişkisine dönüştürebilir. Bu ilişkide turist, patron ve tahakküm kuran konumundadır.

- İnsanlar, kentsel yaşamın güçlükleri ve kompleksliği nedeniyle doğal çevreye duyarlı olmalıdır.
- Sağlık problemleri ve fiziksel denge, öncelikli kaygı olarak görünmektedir. Bu kaygılar, beden ve zihin arasındaki uyumu sağlamaya yardımcı olur.
- Para biriktirme eğilimi azalır, buna karşın para harcama ve tüketim eğilimi artar.
- Benzer sosyal çelişkiler içeren bireysellik, gittikçe daha fazla değişim ve yaratıcılık ister.
- İnsanlar, duygusal heyecanlara karşı giderek daha duyarlı olur.
- El yapımı işler değersizleşir ve gizli eğilimler bilgi sahibi olmanın bir yolu olur.

Turizmin gelişimi ile birlikte dinin fonksiyonunda da değişimler olmuş, turistik ziyaretler ile dinsel ziyaretler iç içe geçmiştir. Dinsel yerlerin ziyaretinde aşağıda yer alan işlevlerin yerine getirildiği görülür.

- Kutsal objelere dokunmak,
- İçmek, koklamak veya yemek,
- Bağış yapmak,
- Kutsal yerlerden ayrıldığında bile, kutsal yerleri hatırlamak için hediyeler götürmek turistik ziyaretler sırasında gerçekleştirilen ritüeller olup turistik fonksiyonlarının yanı sıra dinsellik ve kutsallık fonksiyonlarını da yerine getirmektedir.

Turizm ve tatil, bir sosyal eylem problemi olmuştur. Buna karşın turizm, yüksek derece karmaşık, sanayileşmiş, kentleşmiş toplumlardan bir kaçış yoludur. Turizme bu perspektiften bakıldığında, turizm yer ve farklılıkları değiştirme ihtiyacının bir sonucudur.

TURİZMİN TOPLUMSAL ETKİLERİ

Ekonomide ve fiziksel çevrede açıkça görünebilir olan etkilerinden başka turizm, yerel halkın sosyal ve kültürel değişimine katkıda bulunur. Bu değişim, değer sistemleri, geleneksel yaşam tarzları, aile ilişkileri, bireysel davranışlar veya toplum yapısı üzerindeki değişiklikleri içerir.

Yukarıda turizmin etkilerinin ekonomik etkilerin ötesinde, çok geniş kapsamlı olarak toplumsal ve kültürel etkileri ile birlikte ele alınması gerektiğine değinildi. Dolayısıyla turizmin çok geniş kapsamlı olarak sosyo-kültürel etkileri de olan bir süreç olduğu ve ancak sosyo-kültürel etkileri ile birlikte değerlendirilerek anlaşılabilirliği belirtilmelidir. Bu bağlamda, bir turizm yöresinde turizmin etkisi ile ortaya çıkabilecek olan toplumsal değişiklikleri şu şekilde gruplandırmak mümkündür.

1. Demografik etkiler: Bir turizm yöresinde ortaya çıkan etkileri değerlendirmek için öncelikle demografik (nüfusbilimsel) etkilere bakmak gerekir. Turizmin etkisiyle öncelikle dışarıdan yöreye doğru yoğun bir mevsimsel göç dalgası görülür. Bu göç dalgası hem yöreye gelen turistler açısından hem de yöreye çalışmak için gelenler açısındandır. Çünkü turizm yöresinin nüfusu ortaya çıkan iş gücü talebini karşılayacak yapıda değildir. Önceleri sadece turizm mevsiminde görülen bu göç dalgası giderek kalıcılaşır. Bu bağlamda yörede kalıcı konutlar inşa edilmeye başlanır, yöreye turistik amaçlı gelenlerin bir kısmı, yöreye yerleşme eğilimi içine girerler. Diğer yandan çalışmak için yöreye geçici olarak göç edenlerden bir kısmı da giderek yöreye yerleşme eğilimine girerler. Bu bağlamda yörenin nüfusunda çok kısa sürede büyük artışlar görülür. Bu bağlamda yörede meydana ge-

Turizm yoluyla genellikle turistlerin sahip olduğu toplumsal kültürün, ev sahibi topluma doğru "aktığı" ve böylelikle ev sahibi toplumun toplumsal kültürünün daha fazla oranda değişime maruz kaldığı belirtilebilir.

len nüfus artışının niteliği de dikkat çekicidir. Turizm sektöründe çalışanlar açısından nüfus hareketine bakıldığında, yöreye göç ederek yerleşenlerin çoğunlukla genç nüfustan oluştuğu görülür. Bunun yanında nüfus hareketi açısından dikkat çekici bir başka faktör ise kadın nüfusunda görülen artıştır. Çünkü bir hizmet sektörü olan turizm, çalışan olarak özellikle gençleri ve kadınları tercih eder.

2. Ekonomik etkiler: Turizmin etkisiyle yörede ekonomik gelirin kısa sürede, çok yüksek oranda artış göstermesi ile birlikte tüketim ve üretim kalıplarında önemli değişimler gözlenir. Tüketim kalıplarındaki değişimler ele alındığında geleneksel, yöresel tüketim alışkanlıklarından vazgeçilerek ulusal ve uluslararası düzeyde var olan mal ve hizmetlerin tüketimine yönelik olarak aktif bir talep ortaya çıkar. Tüketim kalıplarında ortaya çıkan bu değişim, yeme içme alışkanlıklarından, giyim kuşama; kültürel tüketim kalıplarından, yaşama biçimi kalıplarına kadar çok farklı alanlarda görülebilir. Bu değişim eski dildeki ifadesi ile “tarz-ı hayat” İngilizce’deki ifadesi *life style* olarak adlandırılan köklü bir yaşam biçimi değişimi hatta bir ölçüde kültürel bir değişim olarak adlandırılabilir olan bir değişim türüdür. Bu bağlamda yerel yemek ve yeme içme biçimlerinin yerini, ulusal ve uluslararası düzeyde bilinen ve *fast food* (hızlı yeme) olarak adlandırılan yeme içme biçimleri alır ya da yerel yeme içme biçimleri uluslararası yeme içme biçimleri formuna bürünür. Yerel giyim kuşam, eğlence, insan ilişkileri biçimleri değişir. Bunların yerini, uluslararası düzeyde bilinen anonim yaşam biçimleri alır. Turizm yörelerindeki ekonomik yapıdaki değişimlere bağlı olarak tüketim kalıplarının yanı sıra, üretim kalıplarında ve faktörlerinde de değişimler görülür. Bu değişimler yeni iş yapma biçimlerine ve yeni teknolojilere uyum sağlayabilecek insan gücüne yönelik değişimlerdir. Turizmin gelişiminden önce ağırlıklı olarak tarıma bağlı iş yapma biçimleri, teknoloji ve kültür söz konusu iken turizmin gelişmesiyle birlikte, turizme bağlı sektörlerin gereksinim duyduğu bir kültür, teknoloji ve iş yapma biçimi ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, eğitim, meslek, dil bilgisi gibi alanlarda gelişmeler olmuş, yabancı dil öğrenmek ve turizmin gerektirdiği mesleksel becerileri kazanmaya yönelik eğitimler tercih nedeni olmaya başlamıştır.

3. Kültürel etkiler: Ziyaretçi kültürlerle etkileşim sonucunda toplumun kültür üretimi ve kültür tüketimi konusunda son derece önemli değişimler gözlenmiştir. Kültür üretimi ile ilgili olarak otantik sanatsal ve kültürel öğeler anlamını ve bağlamını yitirmiş, ulusal ve uluslararası kültür endüstrisinin sunduğu kültürel unsurlar tüketilir olmuştur. Yerel kültürel ve sanatsal unsurlar ise pazarlanabilir turistik objelere dönüştüğü anlamda ve oranda varlığı sürdürebilmiş, pazarlanabilir bir kültürel turistik obje haline gelemeyen yerel kültürel ve sanatsal ürünler yok olmaya yüz tutmuştur. Kültürel tüketim ile ilgili olarak da yaşam ile ilgili gelenek, görenek, örf ve adetlerde son derece önemli değişimler ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda öncelikle sosyo-kültürel normlarda değişimler görülmeye başlanmıştır. Geleneksel kültüre ait olan toplumsal beğeni duygularında değişimler meydana gelmiş, eskiden kabul görmeyen bazı davranışlar giderek kabul edilebilir hatta tercih edilir hale gelmeye başlamıştır. Bunu geleneksel insan ilişkilerinde, aile ilişkilerinde, kadın erkek ilişkilerinde görmek mümkündür. Daha önceleri genç ve yaşlı kuşaklar arasındaki ilişkiler saygı ve sevgiye dayanırken bu ilişkilerde kuralsızlık ve normsuzluklar ortaya çıkmaya başlamıştır. Turizmin gelişiminden önce kadın erkek ilişkilerinden görece bir sınırlılık söz konusu iken turizmin gelişmesiyle birlikte kadın erkek ilişkilerinde, evlilik dışı cinsellik de dahil olmak üzere sınırlamalar oldukça gevşemiş ve hatta bir ölçüde ortadan kalkmıştır.

Turizmin ev sahibi toplum üzerinde yarattığı toplumsal etkileri dört başlıkta incelemek mümkündür, bunlar:

1. Demografik etkiler (nüfus yapısındaki değişimler),
2. Ekonomik etkiler (ekonomik yapıdaki değişimler),
3. Kültürel etkiler (kültürel yapıdaki değişimler)
4. Çevresel etkilerdir (doğal çevrede meydana gelen değişimler).

Kültürel tüketim alanında ise gelenek ve görenekler çerçevesinde yaşanmakta olan düğün, dinsel törenler, yöresel sanat ve edebiyat konularında değişimler görülür. Yerel kültür unsurları önemini yitirir giderek ulusal ve uluslararası kültür unsurları tercih edilmeye başlanır.

Turizmin sosyo-kültürel etkileri ele alındığında, özellikle kültürel etkiler söz konusu olduğunda bir noktaya dikkat çekmek gerekmektedir. Turist ile yerli halk sosyo-kültürel bağlamda karşı karşı geldiğinde ya da kültür bilimsel bir dil ile ifade etmek gerekirse, yerli halk ile turist kültürel anlamda “temasa geçtiğinde”, kültürel anlamda eşitsiz bir ilişkiden söz etmek gerekir. Turistin sahip olduğu kültür, yerli halkın sahip olduğu kültüre göre; teknolojik ve ekonomik anlamda daha güçlüdür (ileri değil). Dolayısıyla bu kültürel temas sırasında turist ile yerli halk arasında ekonomik ve sosyal anlamda eşitsiz bir ilişki söz konusu olduğu gibi kültürel anlamda da eşitsiz bir ilişki söz konusudur. Bu eşitsiz ilişkide, daha güçsüz ve dayanaksız (direncsiz) olan yerli halkın kültürünün, turistin sahip olduğu kültür karşısında geri çekilmesi, içe doğru büzüşmesi ve hatta giderek yenilmesi ve yok olması söz konusudur. Bu bağlamda turistin sahip olduğu kültürel yaşam biçimi ve kültürel normlar yerli halkın büyük bir çoğunluğu tarafından adeta kayıtsız koşulsuz benimsenerek kabul edilir. Böylelikle yerli halkın sahip olduğu kültürel değerler büyük bir hızla kaybolma ve yok olma yoluna girer. Bu durumu ateşe koşan kelebeklere benzetmek mümkündür. Kelebeklerin ateşin çekiciliğe uçarak yanarak yok olması gibi, turizmin geliştiği yörelerdeki yerli halk da turistlerin sahip olduğu kültürel normlara hızla kendilerini kaptırarak kendi kültürel normlarını dolayısıyla da kimlik ve kişiliklerini gönüllü olarak yok etme eğilimi içine girerler. Bu durum turizmin kültürel etkileri açısından son derece dikkat çekici bir durum olarak ortaya çıkmaktadır.

4. Çevresel etkiler: Turizmin gelişmesiyle ortaya çıkan sosyo-kültürel etkiler bağlamında kısaca çevresel etkilere de değinmek gerekmektedir. Çevre geniş kapsamlı bir olgudur ve bunun bileşenleri sosyo-kültürel çevre, doğal çevre ve kentsel çevredir ve aslen çevrenin bu üç unsuru birbirinden ayırlamaz. Sosyo-kültürel çevre ekolojik bir doğal çevre içinde yer alır. Bu bağlamda doğal, tarihsel, kültürel ve coğrafi zenginlikler iç içe geçmiş durumdadır. Turizmin gelişmesiyle birlikte bu çevresel değerlerde bozulmalar görülür; tarihsel ve kültürel değerler ile fauna (hayvan varlığı) ve flora (bitki varlığı) tehlikeye girer. Bununla birlikte bu çevresel değerler aynı zamanda turizmin altyapısını oluşturduğundan bu değerlerin korunmasına yönelik bazı tedbirler de alınabilir.

Yukarıda ayrıntılı olarak açıklandığı gibi, turizmin toplumsal boyutunu ve sosyo-kültürel etkilerini aşağıda yer alan kısa ifadeler ile çarpıcı bir biçimde daha iyi vurgulamak mümkün olabilir.

- Turizm, insanların barış zamanında gerçekleştirdikleri en geniş kapsamlı yer değiştirme hareketi olarak tanımlanabilir. Özellikle yaz aylarına denk gelen turizm sezonunda yüz milyonlarca kişi bulunduğu yerden başka bir yere kısa süreliğine de olsa yer değiştirir.
- Turizm, kutsanmışlık ya da lanetlenmişlik olarak anlaşılabilir. Turizm, yarattığı ekonomik katma değer söz konusu olduğunda kutsanmışlık ile ifade edilebileceği gibi, yarattığı olumsuz sosyo-kültürel etkiler söz konusu olduğunda ise lanetlenmişlik olarak ifade edilebilir.
- Turizm, ticari ve sosyal bir alışveriş ya da kandırmaca olabilir. Turizm, turistler açısından bir hizmet alımı olduğu için bir ticari alışveriştir. Bununla birlikte satın alınan ürünün fiyatının olması gerektiğinden fazla olması kuşkusuz zaman zaman turistlerde kandırılmış olduğu duygusunu uyandırabilir.

- Turizm, ekonomik ve sosyal anlamda bir büyük gelişme ya da bir çöküş olabilir. Turizmin geliştiği yörelerde kuşkusuz çok önemli ekonomik katma değer sağlamakla birlikte, ekonomisi sadece turizme bağlı olan turizm bölgelerinde, turizm pazarında oluşabilecek dalgalanmalar yörenin ekonomisinde çöküşlere de yol açabilir.
- Turizm, ekonomik ve toplumsal sorunları çözebilecek olan bir mucize ya da yeni bir kölelik biçimi olabilir. Turizm, yarattığı ekonomik katma değer ile ekonomik ve toplumsal sorunlara çözüm üretebilir. Bununla birlikte turizm sektöründe çalışanların gelirleri, uluslararası turizm pazarındaki dalgalanmalara bağlı olarak yıllar itibarıyla reel olarak azalmaktadır. Bu durum sonuçta turizmdeki emek piyasası açısından bir sömürü anlamına gelebilmektedir.
- Turizm, gelecek için bir tür mucize ya da gelişme strateji olabilir. Uygun bir turizm politikası ve sürdürülebilir bir yapıyla turizm, toplumlar için bir gelişme stratejisi olabilir.
- Turizm, gelişmekte olan ülkelerin sosyo-ekonomik gelişmeleri için bir tür pasaport olabilir. Turizm, gelişmekte olan ülkeler için toplumsal ve ekonomik gelişmeyi sağlayacak olan bir gelişme yolu olabilir.
- Turizm, ekonomileri kötü yönetilen ülkeler için bir tür çözüm yolu ya da iyi planlanmış ve organize bir ekonomide, katma değeri olan bir ekonomik girişim türü olabilir.
- Turizmin gelişmesi ve bu alana yapılan yatırımlar gelişmekte olan ülkelerin alt sınıfları için daha olumsuz sonuçlar doğurabilir. Gelişmekte olan ülkelerin düşük gelirli ve özellikle yaşlı nüfusu turizmin iş emek piyasasında kendilerine yer edinmekte zorlanacakları için bu sınıflar için yoksulluk kaçınılmazdır.
- Turizm, emperyalizm ve yeni-sömürgeciliğin başka bir türü olup kapitalist dünyadaki eşitsizliklerin sürdürülmesine yol açan, dünyadaki ekolojik bozulmayı daha kötüleştiren ve hassas (kırılgan) eko-sistemlerin ve toplumsal sistemlerin yok olmasına yol açan bir işlev görebilir.
- Turizme bağımlılık ekonomik, sosyal ve siyasi bağımlılığa da yol açabilir. Ekonomileri büyük ölçüde turizme bağlı olan ülkeler ve toplumlar, toplumsal ekonomik ve siyasi anlamda da turizm pazarına, turizm pazarındaki dalgalanmalara ve turizmin pazar ülkelerinin siyasi ve ekonomik kararlarına bağlı duruma gelirler. Turizmde pazar ülke olan ülkelerde alınacak olan siyasi ve ekonomik kararlar, turizmde hizmet sağlayıcı ülke konumundaki ülkelerin ekonomilerini doğrudan etkileyebilir.

Turistler, yerli kültürleri yok eden güneş yanığı ten rengine sahip barbarlar mıdır? Tartışınız.



SIRA SİZDE

3

- Turistler, sadece deniz, kum, güneş ve cinsellik arayan, güneş yanığı ten rengine sahip ve yerel kültürleri yok eden bir tür barbarlar olarak değerlendirilebilir. Kitle turizmi bağlamında turistlerin temel talepleri deniz-kum-güneş olarak adlandırılacak bir yapıdadır. Böyle bir talep yapısına sahip turizm, yerel toplumsal, kültürel ve doğal değerleri dikkate almaz ve bu değerler açısından yıkıcı bir etkiye yol açabilir.
- Turist kimdir? Tüm turistleri aynı kategoride değerlendirmek gerekmez. Farklı arayışları ve hedefleri olan farklı turist tipleri vardır. Turistlerin bir kısmı sadece deniz-kum-güneş olarak adlandırılacak olan bir talep yapısını

da iken diğer bir kısmı ise yerel toplumsal, kültürel ve doğal değerleri keşfetme amacını güden bir talep yapısında olabilir. Dolayısıyla tüm turistleri aynı talep yapısında değerlendirmek mümkün değildir.

- Turizmi, aynı zamanda hem üreten hem tüketen, karşılıklı etkileşim halinde olan yapılar ve güçler sistemi olarak tanımlamak mümkündür. Turizm aslında, turizm sürecinde tüketilen mal, ürün ve hizmetlerin üretilmesi anlamında çok büyük ve karmaşık bir endüstridir. Ancak diğer endüstriyel sektörlerden farklı olarak turizm endüstrisinde üretilen mal değil hizmettir. Üretilen hizmet olduğu durumda da müşteri memnuniyeti bir kat daha önem kazanmakta ve müşteri memnuniyetini sağlamak son derece zor ve karmaşık bir süreç olmaktadır.
- Turizm, ulusal ekonomilerin, uluslar üstü bir yapıya doğru değişimini ve böylelikle sermayenin, uluslararası ticaretin ve uluslararası politik-askeri sistemin gelişmekte olan ülkelere doğru yayılımını da ifade eden bir “mega sistem” olarak tanımlanabilir. 1980’ler ve 1990’lardan sonra dünya ekonomisinin küreselleşmesi ile birlikte turizm de küreselleşmiş ve turizm faaliyeti ağırlıklı uluslararası olarak gerçekleşen bir faaliyet alanı haline gelmiştir. Bu bağlamda turizm diğer ekonomik, siyasi, askeri, sosyal ve küresel etkileşimlerin bir parçası, bileşeni haline gelmiştir.

Bununla birlikte turizmin etkide bulunduğu demografik, ekonomik ve de kültürel alanlar daha genel bir ifadeyle sosyal çevre olarak ele alındığında, turizmin etkide bulunduğu bu alanları doğal çevre ve sosyal çevre olarak iki başlık altında toplamak da mümkündür. Öte yandan sosyal çevrenin ancak doğal çevre üzerinde varlık alanı bulabilmesi, diğer bir ifadeyle doğal çevrenin sosyal çevreyi kapsayıcılığı, turizmin olumsuz etkilerinin giderilmesine yönelik uygulanabilecek politikalarda doğal çevreye tartışmasız bir öncelik kazandırmaktadır.

SOSYO-KÜLTÜREL ÇEVRE ÜZERİNE OLAN ETKİLER

Turizm gelişimin sosyo-kültürel çevre üzerindeki etkilerine, yukarıda kısaca değinildi. Ancak turizm gelişiminin sosyo-kültürel çevre üzerinde, özellikle geleneksel kültürel değerler üzerinde oldukça yıkıcı etkilere sahip olduğu ifade edilebilir. Bu etkiler şu şekilde oluşur (CE, 1993:22). Bu bağlamda turizmin gelişmesinin sosyo-kültürel çevre üzerinde olan etkilerine daha ayrıntılı olarak değinmek gerekmektedir.

- Sosyal yapının ve geleneksel ekonomik ilişkiler sisteminin değişmesine bağlı olarak yerel toplulukların kimlik ve geleneksel kültürlerinde birtakım sorunların yaşanması kaçınılmazdır. Yerel topluluklar kolaylıkla turist kültürünün çekiciliğine kapıldığından kendi toplumsal ve kültürel değerlerini zamanla kaybetme eğilimine girerler.
- Turizmin gelişmesiyle birlikte geleneksel zanaatların kaybolması da kaçınılmazdır. Turizmin gelişmesiyle birlikte ekonomi hızlı bir şekilde parasallaşır ve yoğun emek, buna karşın daha az katma değer üreten geleneksel el zanaatları giderek yok olma sürecine girer. Her şeyden önce geleneksel olarak üretilen mallara olan talepte bir azalma görülür. Çünkü geleneksel olarak üretilen ürünler ağırlıklı olarak tarımsal ekonomilerde kullanılır. Halbuki, turizmin gelişmesiyle birlikte tarım ana ekonomik faaliyet olmaktan çıkmıştır. Bunun yanında turizmin gelişmesiyle birlikte, pazar mekanizmalarında da değişimler ortaya çıkar. Geleneksel olarak uzun sürede ve daha yüksek değerlere mal olan ürünlerin yerini; kısa sürede, çok sayıda ve çok daha ucuza üretilen mallar alır. Bu değişim de geleneksel el zanaatlarının ortadan kalkmasına yol açar.

Küresel turizm, küresel düzeyde üretim, tüketim, pazarlama, faaliyetleri ile konaklama ve seyahatin yanı sıra toplumsal ilişkileri de kapsayan kompleks bir süreç olup “mega sistem” olarak adlandırılır.

Turizmin gelişmesiyle birlikte, yerel kültürler üzerinde uluslararası egemen kültürün baskısı altında kalır ve bu baskı giderek yerel kültürlerin yok olmasına kadar gidebilecek olan bir sürecin başlangıcı olabilir.

Turizmin gelişmesiyle birlikte geleneksel kültürün yanı sıra geleneksel mesleklerin ve geleneksel zanaatların da giderek yok olması söz konusu olur.

- Turizmin egemen ekonomik özelliğine bağlı olarak profesyonel fırsatlarda sınırlanmalar ortaya çıkar. Geleneksel olarak var olan iş ve meslek alanlarına olan talepler giderek azaldığından bu alandaki iş ve meslek alanlarında da gerileme görülür.
- Turizmden kolay kazanç elde etme düşüncesi profesyonel yaklaşımlar konusunda motivasyon düşüklüğüne yol açar. Turizmin geliştiği yörelerde turizmden hızlı ve kolay para kazanma düşüncesi, görece daha zor ve uzun bir zaman süreci, çaba ve sabır gerektiren belirli bir meslek elde ederek ekonomik kazanç elde etme yolunda bir isteksizliğe yol açar. Bunun sonucunda turizm yörelerinde yerli halka iş ve meslek öğrenmeye karşı oluşan bu isteksizlik, bu yörelerde iş ve meslek sahipliğinin dışarıdan göç edenler tarafından doldurulmasına yol açar. Bu da giderek iş ve meslek sahibi olmayan yerli halkın görece yoksullaşmasına yol açar.
- Turizmin gelişmesiyle birlikte turizm yöresinde, ulusal ve uluslararası büyük sermaye gruplarının yatırımları giderek artar. Bunun sonucunda bu sermaye grupları, turizm yöresinin geleceği konusunda giderek daha artan oranda söz sahibi olurlarken yerli halk giderek daha az söz sahibi olmaya başlar ve alan dışından karar vericiler karar verme sürecinde öncelik kazanırlar.
- Yerleşimciler ile turistler arasında ev satın alma veya ev kiralama konusunda rekabet oluşur. Turizmin gelişmesiyle birlikte gayrimenkul rantı hızla artar. Ev arazi ve iş yeri fiyatları yükselir ve bunun sonucunda özellikle ev ve iş yeri fiyatları yerli halkın satın alma gücünün üstüne çıkar. Gayrimenkule sahip olmak konusunda yerli halk ile rekabet ortaya çıkar ve bu rekabette yerli halkın turistler ile rekabet edebilmesi zordur.
- Turizmin gelişmesiyle birlikte, turizm alanlarına doğru göçün arttığına daha önce değinilmişti. Bu bağlamda yasal yollardan göçün yanı sıra yasa dışı yollardan göçte de bir artış görülür. Yasa dışı göçün yanı sıra, özellikle mafya, kara para ticareti yasa dışı işler ve faaliyet alanlarında artış gözlenir.
- Turizmin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan bir diğer sosyal sorun, sosyal güvenlik sorunudur. Turizmin mevsimselliğinden dolayı, turizm sektöründe sosyal güvencesiz çalışma oldukça yaygındır.

Turizmin gelişmesiyle birlikte, turizm ve bağlı işlerden kolay para kazanılabileceği düşüncesiyle profesyonel iş ve meslek ile çalışmaya karşı bir isteksizlik ve motivasyonsuzluk ortaya çıkar.

Turizmin gelişmesiyle birlikte yerli halk ile turistler arasında gayrimenkul satın alma konusunda bir rekabet ortaya çıkar. Turizm ile birlikte arazi rantının çok fazla yükselmesinden dolayı, gayrimenkul fiyatları yerli halkın satın alma gücünün üstüne çıkar ve yerli halk ile turistler arasındaki rekabet ortamında yerli halkın bu rekabete dayanabilmesi çok zor görünmektedir.

Turizmin gelişim aşamalarında ortaya çıkan olumsuz etkiler, daha geniş bir kitlesel pazarın hedeflenmesinden kaynaklanmaktadır. XIX. yüzyılda büyümeye başlayan geleneksel kaynaklardaki sosyal yapı, kendisini turizm modeline adapte etmiştir. Bu durumda yerel kültür, ya turist kültürünü içerir ya da turist kültürünün kendisi geleneksel yapının temel özelliklerini oluşturur. Turizm endüstrisinin gelişimiyle, bir yandan modern yaşam biçiminin ve genel olarak modernleşmenin giderek yaygınlaşması ve turizmin de etkisiyle modernite, modern olmayan ülke ve toplumları da etkisi altına almaya başlamıştır. Böylelikle, geleneksel yapı ve ilişkilerin giderek çözülmesi ya da “otantik” birer turistik objeye dönüşmesi turizmin modern olamayan ya da geleneksel toplumlar üzerindeki en yıkıcı etkisi olarak değerlendirilebilir. Bu noktada, turizm açısından “üretici” olan ülke ve toplumların, gelenekselliklerini ya da öz benliklerini korumak ile turizmin sağlayacağı ekonomik olanaklar arasında bir ikilemle karşı karşıya kaldıklarını söylemek mümkündür. Bu ikilemden çıkışın hiç de kolay olmadığı açıktır. Ancak söz konusu açmazdan kurtulmak ya da çıkış yolu bulmak olanaksız olmamakla birlikte; bu çıkış yolu son derece karmaşıktır. Bu noktada sadece turizmin yarattığı sosyo-kültürel sorunlara değinilmiş, bu sorunlar ile ekonomik kazanımlar arasındaki açmazdan çıkış ya da bu ikilemden bir dengenin oluşturulması daha ileriki bölümlerde tartışılmıştır.

Yatırım ve sosyo-ekonomik alanda beliren hızlı değişme, yerli girişimciler ile yerli olmayan girişimciler arasında bir çıkar çatışması ile yakından ilgili bir kültürel çatışmanın da ortaya çıkmasına yol açar. Bu ortamda, yerli olmayan girişimciler turizm alanında daha fazla yatırım yaparak daha fazla kazanma olanakları yaratırlar. Bu da yerel otoriteler ile yabancı yatırımcıları karşı karşıya getirir. Böyle durumlarda konut ve iş yeri fiyatları da yükselişe geçer. Yerli girişimciler ile yerli olmayan girişimciler arasındaki sosyo-ekonomik temelli fakat kültürel ve etnik görünümlü bu çatışma bazen çok ciddi, geniş kapsamlı toplumsal çatışmalara da dönüşebilmektedir.

SIRA SİZDE



Turizmin yerel toplum üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini karşılaştırmalı olarak tartışınız.

Turizmin gelişmesiyle birlikte olumlu anlamda ortaya çıkan ekonomik etkiler, yeni iş ve çalışma olanaklarının ortaya çıkması, gelir ve refah düzeyinin artması, alt yapı hizmetlerinin artması, eğitim olanaklarının artması şeklinde özetlenebilir.

Turizmin gelişiminin yukarıda sayılan olumsuz sosyo-kültürel etkilerinin yanında bazı olumlu etkileri de vardır. Bu olumlu etkiler şunlardır.

- Yerleşimcilerin gelir seviyesinin yükselmesi: Turizmin gelişmesiyle birlikte turizm yörelerinde yaşayanların gelir düzeylerinde genel bir yükselme görülür. Bunun sonucunda refah düzeyi artar, yaşam ve satın alma düzeyi yükselir.
- Turizmin gelişimiyle bağlantılı olarak gereğinden fazla çalışma ve ticaret fırsatlarının ortaya çıkması: Turizmin gelişimine bağlı olarak, turizm ve bağlantılı sektörlerde iş olanaklarında artış gözlenir. Hem çalışmak açısından hem de küçük sermayeler ile iş kurmak açısından turizm ve bağlı sektörler büyük olanaklar sunar.
- Diğer kültürler ile temasın artması: Turizmin gelişimi ile birlikte yerli halkın diğer kültürlerle teması ve böylelikle kültürel alışveriş söz konusudur. Bu, kültürel anlamda zenginleşmeyi sağladığı gibi, daha önce de değinildiği gibi yerli kültürlerin yok olmasına yol açabilecek potansiyeli de içinde taşımaktadır.
- Kültürel ve eğitimsel standartların yükselmesi: Turizmin gelişmesiyle birlikte eğitim ve okullaşma olanakları artar. Turizm yüksek nitelikli iş gücünü de gerekli kıldığından, yüksek düzeyde eğitim alma ve öğretim görme eğilimi artar. Eğitim alanına olan yatırımlarda genel olarak bir artış görülür.

Turizmin geç başladığı yerlerde sosyal çevredeki dengesizliğin/eşitsizliğin daha yaygın olduğu görülür. Turistik bölgelerde yaşayanlar yoğun bir şekilde farklı kültürlerden insanlarla -mevsimlik veya yıl boyunca- temas ve ilişki kurma şansına sahiptir. Bunun yanında turistik bölgenin, yeni iş alanları, gelir ve istihdam yaratması mümkündür.

KENTSEL ÇEVRE ÜZERİNE OLAN ETKİLER

Turizmin gelişmesinin etkilediği diğer bir alan ise kentsel çevredir. Turizmin gelişimi ile birlikte özellikle hızlı yapılaşma, kentsel dokunun hızla, olumsuz ve telafisi mümkün olmayacak bir şekilde değişmesine yol açmaktadır. Turizm gelişiminin kentsel çevre üzerinde ortaya çıkardığı olumsuz etkiler şunlardır (CE, 1993:25).

- Aşırı kentleşme: Turizmin gelişmesinin kentsel çevre üzerinde görülen en önemli olumsuz etkisi aşırı kentleşmedir. Turizm gelişimi öncesinde çoğunlukla kırsal, ormanlık ya da tarımsal alanlar olan turizm bölgeleri, turizmin gelişmesiyle birlikte oluşan hızlı yapılaşma ile birlikte hızla kentsel alanlara dönüşür. Bunun sonucunda kırsal, ormanlık ve tarımsal alanlar hızla yok olur. Doğal ortamlar ve doğal güzellikler ortadan kalkarak bozulmuş kentsel alanlara dönüşür. Genel olarak çevre doğal niteliğini kaybeder.

Turizmin hızlı bir gelişim göstermesiyle birlikte kentsel çevre üzerinde ortaya çıkan en önemli baskı, aşırı ve yasa dışı yapılaşmadır. Bunun sonucunda turizm kentlerinde kentsel estetik görünüm bozulur. Yollar yetersiz kalır, trafik sorunu ortaya çıkar.

- En büyük turizm bölgelerinin durağanlığı/anonimliği: Turizm bölgelerinde yerel mimariler ortadan kalkarak mimari anlamda bir anonimleşme, tek tipleşme görülmeye başlanır. Turizm bölgelerindeki yerel mimari standartlaşmaya ve yabancı modellerden örnekler alınarak yapılar inşa edilmeye başlanır.
- Bölgenin kapasitesinin aşılması: Turizm bölgelerinden, çok sınırlı alanlara çok fazla bina inşa edilerek çok fazla kapasite yaratılmaya çalışılır. Ancak bu, fiziksel taşıma kapasitesinin artmasına yol açar. Taşıma kapasitesinin artması ise çok ciddi çevresel risklerin ortaya çıkmasına yol açar.
- Ana yollardaki yoğun trafik yoğunluğu ve park alanları sorunu: Aşırı yapılaşma sonucunda aşırı trafik yoğunluğu yol ve park alanlarının yetersizliği sorunu ortaya çıkar.
- İlegal yapılar: Turizm bölgelerinden yüksek arazi rantından dolayı yasa dışı yapılaşma sorunu ortaya çıkar. Daha küçük alanlara, daha büyük oranda yapı inşa etme eğilimi artar. Bu eğilimler yasa dışı olmasına rağmen, yerel yönetimler bu eğilimlere göz yumarlar ve bundan dolayı yasadışı yapılaşmayı kontrol altına almak oldukça zordur.
- Kentsel çevrenin ayrışması ve kullanım azlığından dolayı turistik yapıların çürümesi: Kentsel çevre ile turizm alanlarının ayrışmasından dolayı, kentsel çevrede kalan bazı turizm yapıları kullanılmaz duruma gelir ve zamanla çürümeye terk edilir.
- Estetik bakımdan bozulma: Özellikle mimari alanda, ekonomik ve ticari kaygılarla estetik değerlerin göz ardı edilmesi estetik bozulmaya yol açar. Estetik değerden yoksun çirkin yapıların sayısı giderek artar ve bu da kentsel görünümün bozulmasına yol açar.
- Gürültü kirliliği: Özellikle eğlenceye yönelik turizm tipinin yaygın olduğu turizm yörelerinde, gürültü kirliliği büyük bir sorun olarak karşımıza çıkar. Gece geç saatlere kadar yüksek sesli müzik yayınının yapılması büyük gürültü kirliliği sorunu yaratmaktadır.

Turizm bölgelerinde gayrimenkul rantının hızla artması sonucunda arz ve talep arasında dengesiz bir ilişkinin ortaya çıkması, kent ve yapılaşma konusunda turizm alanları için olumsuz bir etkiye yol açar. Bu durum beraberinde çevresel sömürüyü de getirir. Çünkü en yüksek kâr hedeflenirken çevreyle uyumlu olmayan turistik amaçlı yapıların inşasına yönelim gösterilir. Sınırlı bütçeye karşılık yüksek taleplerin tatmin edilmesi için düşük nitelikte mimarinin ve standartlaşmamış binaların yapımı ön plana çıkmaktadır. Bunun sonucunda maksimum kâr amaç haline gelmekte, çarpık kentleşme ve tek düze yapılar turistik alanlarda artış göstermekte ve turizm uzun vadede zararlara uğratılmaktadır.

Turizmin gelişiminin kentleşme üzerinde bazı olumlu etkilerinden de söz etmek mümkündür. Bu olumlu etkiler şunlardır:

- Aynı büyüklükte fakat turizm ile ilgili olmayan kentlere göre, turizm kentleri, daha kaliteli özel ve kamusal hizmetler alma şansına sahiptirler. Turizm alanına yapılan yatırımlardan sadece turistler yararlanmaz, yerli halk da bu yatırım ve hizmetlerden yararlanabilir. Bu da turizm alanlarında yaşayan yerli halk için mukayeseli bir avantaj ortaya koyabilmektedir.
- Kentsel görünüme ilgi artar. Bu, değişik biçimlerde olabilir: örneğin atıkların toplanması, yerleşimcilerin kullandığı üst yapı ve ekipmanlarının artması yoluyla daha kaliteli kamusal hizmetler alınabilir.

Turizmin gelişmesiyle birlikte, yerel kültürler uluslararası egemen kültürün baskısı altında kalır ve bu baskı giderek yerel kültürlerin yok olmasına kadar gidebilecek olan bir sürecin başlangıcı olabilir.

- Yerel mimari özelliklerin çoğunun muhafaza edilmesi yolunda önlemler alınır. Yerel mimarinin korunması turizmin gelişmesi açısından önemi doğrultusunda, bu yapıların korunmasına yönelik önlemler alınır.
- Sağlam olmayan binaların ve ayrılmış kentsel alanların yeniden düzenlenmesi için gerekli önlemler alınır. Yıkılmaya yüz tutmuş eski binaların restorasyonuna yönelik gerekli önlemler alınır.

Turizmin gereksinimlerinden dolayı turizm kentlerine daha fazla altyapı yatırımları yapılır. Aynı büyüklükteki kent merkezleri ile karşılaştırıldığında, turizm kentleri, turist ve yerleşimcilerin harcamaları, kamu ve özel hizmetlerin genişlemesinde etkili olur. Turizm sezonunun yüksek olduğu dönemlerde dahi, bazı turistik hizmetler yerleşimcilere verilir ve ayrıca turizm faaliyetlerinin olmadığı zamanlarda da bu hizmetler yerleşimcilere vermeye devam edilir. Genellikle kamu sektöründen ziyade özel sektör daha fazla kazançlıdır.

TURİZM REKABETİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Turizmin belli doygunluk döneminden sonra, düşüş eğilimi yerine, yeniden yükseliş ya da “yeniden doğuş” eğilimine girebilmesi için çevresel rekabet koşullarını yaratması gerekmektedir. Bu, yukarıda özet olarak değinilen ve burada ayrıntılı olarak irdelenen, çevresel kaynakların yeniden üretilmesini de kapsayan, turizm yapısının yeniden üretilmesini gerekli kılmaktadır. Düşüş eğilimine giren bir turizm yöresinin yeniden yükseliş eğilimine girebilmesi için aşağıda belirtilen önlemlerin alınması gerekmektedir. (CE, 1993: 28).

- Doğal güzellikleri olan alanların geliştirilmesi, korunması ve bunlardan yararlanmak için gerekli önlemlerin alınması gerekir.
- İletişim ve ulaşım ağlarının geliştirilmesi gerekir.
- Turistik limanların inşa edilmesi gerekir.
- Yerli halkın konukseverliğini ön plana çıkarmak gerekir.
- Pazar amaçlı hedeflenen yerleşim alanlarının varlığı ön plana çıkarılmalıdır.
- Kentsel çevrenin geliştirilmesi ve korunması (bahçeler, parklar, temizlik ve tarihsel yerlerin yeniden canlandırılması) için gerekli olan önlemler alınmalıdır.
- Su arıtma sisteminin yeterince yapılandırılması gerekir.

Bu bağlamda, bir turistik yörenin yeniden canlandırılmasında, aşağıda belirtilen çevre ile ilgili faktörlerin deniz kenarındaki yerlerde rekabeti azalttığı ileri sürülmektedir:

- Deniz kirliliği
- Denizdeki alg ve ölü yosunlar
- Suç
- Kalabalık
- Gürültü kirliliği
- Turistik alanlara yakın yerlerin ayrışması
- Kırsal alanların ayrışması
- Bölgedeki yoğun yapılaşma
- Kentsel mekanın kötü koşulları.

Özet



Turizmin toplumsal boyutunu anlatmak.

Turizm öncelikle ekonomik katkıları ile dikkate alınan, yarattığı ekonomik katma değer, ve istihdam olanakları ile dikkat çeker. Bununla birlikte turizm aslında toplumsal bir ilişki, bir etkileşim ilişkisidir. Turizm faaliyeti, turistler ile turizm sektörü çalışanları arasındaki bir toplumsal ilişkidir. Turizmin gelişmesiyle birlikte, turizmin geliştiği yörede ekonomik iş olanakları artar, sosyo-ekonomik gelişme ve toplumsal refah düzeyi artar. Bununla birlikte yerli halkın sosyo-kültürel yapısı üzerinde bir baskı oluşur, geleneksel yapı ve geleneksel kültür zayıflamaya ve giderek ortadan kalkmaya başlar. Geleneksel toplumsal yaşam biçimi değişmeye ve dejenere olmaya başlar. Geleneksel yaşam biçiminin yerine bir toplumsal anonimlik, belirsizlik, normsuzluk ortaya çıkar. Dolayısıyla turizmi sadece yarattığı ekonomik katma değer ve istihdam olanakları ile değerlendirmek yeterli değildir. Turizmi ortaya koyduğu olumlu ve olumsuz toplumsal etkileri ile birlikte değerlendirmek gerekmektedir.



Turizmin toplumsal etkilerini tanımlamak

Turizmin olumlu ve olumsuz toplumsal etkileri söz konusudur. Ekonomik anlamda ortaya çıkan yeni olanaklarla birlikte, yeni iş ve çalışma şartları ortaya çıkar. Bununla birlikte gelir ve refah düzeyinde bir artış ortaya çıkar. Olumsuz etkiler olarak iş mesleklerde gerileme görülür. Turizmden kolay para kazanma eğilimi ortaya çıkarak iş ve profesyonel mesleklere karşı bir motivasyonsuzluk ve isteksizlik ortaya çıkar. Bu bağlamda turizmin gelişmesiyle birlikte birçok olumlu ve olumsuz etkiyi bir arada görmek mümkündür. Olumlu ekonomik etkilerin yanı sıra, olumsuz toplumsal etkilerin de dikkate alınması gerekir. Bunu sonucunda turizmin olumlu ekonomik etkilerini göz önüne alarak olumsuz toplumsal etkilerinin göz ardı edilmemesi gerekir.



Turizmin sosyo-kültürel çevre üzerine olan etkilerini açıklamak.

Turizmin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan olumsuz sosyo-kültürel etkilere özellikle dikkat çekmek gerekmektedir. Bunların başlıcaları, geleneksel sosyo-kültürel değer ve normların zayıflayarak yok olma yoluna girmesidir. Bunun ötesinde genel olarak toplumun geleneksel toplumsal ve kültürel yaşantısında bir bozulma ve gerileme görülür. Geleneksel toplumsal ilişkiler bozulmaya, bunun yerine bir dejenerasyon, bozulma, normsuzluk, kuralsızlık görülmeye başlanır. Geleneksel toplumsal ve aile ilişkileri bozulmaya başlar, aile içi ilişkilerde saygı ve sevginin yerini normsuzluk ve kuralsızlık alır. Kadın, erkek ilişkilerinde geleneksel norm ve kurallar ortadan kalkar. Genel bir ifade ile ifade etmek gerekirse turizmin gelişmesiyle birlikte, turizmin geliştiği yörelerde bir kültürel dejenerasyon ve bozulma görülür.



Turizm gelişmesinin kentsel çevre üzerinde yarattığı etkileri analiz etmek.

Turizmin gelişmesiyle birlikte kentsel çevrede görülen en önemli etkiler plansız ve aşırı yapılaşma, illegal yapılar, yol ve trafik sorunu, altyapı yetersizliği ve estetik kirliliktir. Turizmin geliştiği yörelerde arazi rantının kısa sürelerde aşırı yükselmesi sonucunda küçük alanlara taşıma kapasitesinin üstünde yapılar inşa edilmesi eğilimleri ortaya çıkar. Bu aşırı, plansız ve yasa dışı yapılaşma eğilimleri sürecinde kent estetiği bozulur.



Turizmin rekabet koşullarını etkileyen faktörleri açıklamak.

Turizmin hızlı gelişimi ile birlikte ortaya çıkan olumsuz etkiler, zamanla turizmin rekabet gücünü yitirmesine yol açar. Rekabet gücünü yitiren turizm yöresinin yeniden rekabet gücünü kazanabilmesi için ortaya çıkan olumsuz etkileri ortadan kaldırmaya yönelik tedbirler alınırsa turizm yöresi yeniden rekabet gücü kazanabilir. Hızlı turizm gelişmesinin sonucunda sosyo-kültürel, doğal ve kentsel çevrede ortaya çıkan bozulmaların düzeltilmesiyle turizm kenti yenden rekabet gücü kazanabilir.

Kendimizi Sınavalım

1. Aşağıdakilerden hangisi turizmin küreselleşmesinin göstergelerinden birisi **değildir**?

- a. Turizmden elde edilen gelirin büyüklüğü
- b. Turizmde çalışan sayısının çokluğu
- c. Turizme katılanların sayısı
- d. Turizmin yerelliği
- e. Turizmin örgütlenme yapısı

2. Aşağıdakilerden hangisi kitle turizminin ortaya çıkış tarihidir?

- a. XIX. yüzyıl başı
- b. XIX. yüzyıl sonu
- c. XX. yüzyıl başı
- d. XX. yüzyıl sonu
- e. 1950'li yıllar

3. Aşağıdakilerden hangisi turist ile yerli halkın karşılaştırmaya noktalarından birisi **değildir**?

- a. Restoranda yemek yerken
- b. Otel lobisinde
- c. Sokakta tesadüfen
- d. Plajda güneşlenirken
- e. Camide namaz kılarken

4. Aşağıdakilerden hangisi turist ile yerli halk arasındaki ilişkinin niteliğini **belirtmez**?

- a. Turist ile yerli halk arasındaki ilişki eşitlik temeline dayanır
- b. Turist ile yerli halk arasındaki ilişki eşitsizdir.
- c. Turist ile yerli halk arasındaki ilişki bir tür tahakküm ilişkisidir.
- d. Turist ile yerli halk arasındaki ilişki spontane bir ilişkidir.
- e. Turist ile yerli halk arasındaki ilişki yer ve zamanla sınırlıdır.

5. Aşağıdakilerden hangisi turizmin olumlu toplumsal etkilerinden birisi **değildir**?

- a. Gelir düzeyinin artması
- b. İş olanaklarının artması
- c. Refah düzeyinin artması
- d. Eğitim düzeyinin artması
- e. Gelir dengesizliğinin düzelmesi.

6. Aşağıdakilerden hangisi turizmin gelişimi ile birlikte iş meslek yaşamında ortaya çıkan etkilerden birisi **değildir**?

- a. Geleneksel mesleklerin yok olması
- b. Tarım ile ilgili mesleklerin yok olması
- c. Sanayi sektörü ile ilgili mesleklerin ortaya çıkması
- d. Hizmet sektörüne ilişkin mesleklerin ortaya çıkması
- e. Küçük sermayelerle iş kurmanın mümkün olması

7. Aşağıdakilerden hangisi turizmin gelişimi ile birlikte sosyo-kültürel yaşamda ortaya çıkan etkilerden birisi **değildir**?

- a. Geleneksel kültürel yapıların olumsuz yönde etkilenmesi
- b. Geleneksel aile içi ilişkilerin olumsuz yönde etkilenmesi
- c. Geleneksel iş ve mesleklerin ortadan kalkması
- d. Gelir düzeyinin yükselmesi
- e. Yeni iş olanaklarının azalması

8. Aşağıdakilerden hangisi turizmin etkisiyle kentsel çevrede oluşan olumsuz etkilerden birisidir?

- a. Aşırı yapılaşma
- b. Eski binaların restore edilmesi
- c. Park alanlarının genişlemesi
- d. Alt yapı sorunlarının çözülmesi
- e. Planlı kentleşme

9. Aşağıdakilerden hangisi turizmin gelişmesiyle birlikte kentsel çevrede ortaya çıkan sorunların temel nedenlerinden birisidir?

- a. Planlı yapılaşma
- b. Kent estetiğine önem verilmesi
- c. Yasa dışı yapılaşmaya göz yumulması
- d. Sürdürülebilirlik ilkesine önem verilmesi
- e. Yerli turizme öncelik verilmemesi

10. Aşağıdakilerden hangisi bir turizm yöresinin rekabet gücünü yeniden kazanmasına yol açabilir?

- a. Aşırı yapılaşma
- b. Sürdürülebilir bir turizm yapısı
- c. Park alanlarının turizm alanlarına dönüştürülmesi
- d. Alışveriş alanlarının artması
- e. Deniz kullanımının artması

Kendimizi Sınavalım Yanıt Anahtarı

1. d Yanıtınız yanlış ise “Giriş” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
2. b Yanıtınız yanlış ise “Giriş” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
3. d Yanıtınız yanlış ise “Turizmin Toplumsal Boyutu” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
4. a Yanıtınız yanlış ise “Turizmin Toplumsal Boyutu” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
5. e Yanıtınız yanlış ise “Turizmin Toplumsal Etkileri” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
6. c Yanıtınız yanlış ise “Turizmin Toplumsal Etkileri” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
7. e Yanıtınız yanlış ise “Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
8. a Yanıtınız yanlış ise “Turizmin Kentsel Çevre Üzerindeki Etkileri” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
9. c Yanıtınız yanlış ise “Turizmin Kentsel Çevre Üzerindeki Etkileri” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
10. b Yanıtınız yanlış ise “Turizmin Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler” konusunu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Turizm, gelişmiş ülkelerin yanı sıra gelişmekte olan ülkelerde de refah düzeyinin artmasıyla doğru orantılı olarak giderek yaygınlaşmış ve küresel düzeyde bir sosyo-ekonomik aktiviteye dönüşmüştür. Bu süreçte artan iletişim ve ulaşım teknolojileri ve bu teknolojilerin giderek ucuzlaşmasının büyük etkisi olmuştur. Küresel turizm bir milyardan fazla katılımcının yer aldığı, trilyon dolarlık bir ekonomik büyüklüğe ulaşmış ve yüz milyonlarca kişinin çalıştığı bir aktiviteye dönüşmüştür.

Sıra Sizde 2

Turizm sosyolojisi, turizmin toplumsal boyutuyla ilgilidir. Turizmi sadece ekonomik boyutuyla değerlendirmek yeterli değildir, bundan dolayı toplumsal boyutuyla birlikte değerlendirilmesi ve incelenmesi gerekir. Turizmin toplumsal boyutunun incelenmesi ise turizm sosyolojisi yoluyla yapılır. Turizmin gelişmesi sonucunda ortaya çıkan ekonomik etkilerin yanı sıra sosyo-kültürel etkilerin de incelenmesi ve ekonomik katma değer

göz önünde bulundurularak olumsuz sosyo-kültürel etkilerin göz ardı edilmemesi gerekir. İşte turizmin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan toplumsal etkilerin incelenmesi ancak turizm sosyolojisiyle mümkün olabilir ve bu etkilerin incelenmesi turizm sosyolojisinin konusu ve kapsamını oluşturur.

Sıra Sizde 3

Sadece kum-deniz-güneş merkezli turizm anlayışına sahip olan turistler yerli halkın sosyo-kültürel, çevresel ve kentsel değerlerine önem vermezler, bu değerlere karşı duyarsızdırlar ve bu değerleri göz ardı ederler. Özellikle kitlesel turizmin hızlı gelişimi yerli halkın kültürü üzerinde yıkıcı etkiler yaratabilir. Bu anlamda kitlesel turizmin sürecine katılan ve sadece kum-deniz-güneş üçlüsüne odaklanmış olan turist gruplarının yerli halkın kültürü üzerinde yaratacağı yıkıcı etkiden dolayı, mecazi bir benzeştirim ile bu turist grubu güneş yanığı ten rengine sahip barbarlara benzetilmiştir.

Sıra Sizde 4

Turizmin yerel toplum üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerinden söz edilebilir. Genellikle turizmin olumlu ekonomik etkilerine vurgu yapılarak olumsuz sosyo-kültürel etkileri göz ardı edilebilmektedir. Turizmin gelişmesiyle ortaya çıkan olumlu ve olumsuz etkiler karşılaştırıldığında, olumlu etkilerin maksimize edilmesi buna karşın olumsuz etkilerin minimize edilmesi gerekmektedir. Turizmin olumsuz etkilerini ortadan kaldırmanın bir yolu, yerel aktörlerin karar alma süreçlerinin dışında bırakılması ve böylelikle yerel çıkarların karar alma süreçlerinde göz önünde bulundurulması gerekliliğidir. Bu anlamda turizmin sürdürülebilirliği ve sosyo-kültürel ve doğal çevreye uyumlu bir turizm yapısı öne çıkmaktadır. Bu, mevcut turizm yapısının doğal çevreye uyumlu bir şekilde yeniden yapılandırılması gereğini ortaya çıkarmaktadır. Bu bağlamda ortaya çıkacak olan kavramlar bu kitabın ileriki ünitelerinde tartışılacak olan eko-turizm, doğal uyumlu turizm ve alternatif turizm gibi kavramlardır.

Yararlanılan Kaynaklar

- Altıparmak, M. (2002). Turizm Çeşitlendirilmesi, Sürdürülebilir Turizm ve Planlama, **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara
- Atabay, S. (2002). Ekolojik Yaklaşımlı Turizm Planlaması, **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara
- Akurgal, E. (1998). **Anadolu Uygarlıkları**. İstanbul.
- Baki, A. (1990). Turkey: Redeveloping Tourism, Cornell Hotel and Restaurant **Administration Quarterly**, 31 (2): 60-64.
- Bakırcı, M. (2002). Eko Turizm, **III. Turizm Şurası Bildirileri** Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara.
- Bal, C. (2002). Biyoçeşitlilik ve Turizm, **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara
- Baykara, T. (1999). **Rakamlar Marmaris ve Yöresi**. Marmaris Ticaret Odası Yayını, Marmaris.
- Baykara, T. (2001). **Rakamlar Marmaris ve Yöresi-II**. Marmaris Ticaret Odası Yayını, Marmaris.
- Bean, G. E. (1987). **Karia**. Çev: B. Akgüç, İstanbul.
- Beck, U. (2000). Risk Society revisited: Theory, Politics and Research Programmes, **The Risk Society and Beyond: Critical Issues for Social Theory**, Ed: Barbara Adam, Ulrich Beck ve Loost Van Loon, Sage Publications, London.
- Benton, T. (2001). Environmental Sociology: Controversy and Continuity, **Sosilogisk tidsskrift**,9:5-48.
- Benton, T. ve Craib, I. (2001). **Philosophy of Social Sciences: The Philosophical Foundations of Social Sciences**. Palgrave, Hampshire.
- Birkan, İ. (2001). **Sürdürülebilir Bir Turizm İçin Turizmde Vizyon**, Yıl: 1 Sayı:3 İstanbul.
- Ceylan, T. (1995). Sürdürülebilir Kalkınma, **Gelişme İktisadi**, Beta, İstanbul.
- Ceylan, T. (2001). Turizm ve Sürdürülebilir Gelişme, **Anatolia**,Yıl:12, Ankara.
- (CE) Commission of the European Communities, Directorate General XXIII-TourismUnit. (1993). **Taking Account of Environment in Tourism Development**, Bruxelles.
- Çağatay, O., Yurdaer, M. ve Kırış, R. (2002). Eko-Turizm için Mekansal ve Yerel Toplulukların Katılımının Planlanması (Akseki-ıbradı Havzası Örneği), **II-I. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara
- Çevik, F. (1999). Sürdürülebilir Turizme Hizmet Eden Çevre Dostu Konaklama işletmelerindeki Çevreci Uygulamalar, **Standard**, Sayı:476, Yıl:40, İstanbul.
- Dindar, M. (2002). Turizm ve Çevre ilişkileri, **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara
- Enz, C. A. ve Signav, J. A. (1999). Best Hotel Environmental Practices, **Cornell Hotel And Restaurant Administration Quarterly**, 40(5): 72-77.
- Giddens, A. (1990). **The Consequences of Modernity**. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. (1991). **Modernity and Self-Identity in the Late Modern Age**. Cambridge:
- Göymen, K. (2000). Tourism and Governance in Turkey, **Annals of Tourism Research**, 27(4): 1025-1048.
- Güvenç, B. (1979). **İnsan ve Kültür**. Remzi Kitapevi, İstanbul.
- Güvenç, B. (1992). **Türk Kimliği**. Kültür Bakanlığı Yayını, Ankara.
- Herodotos. (1973). **Herodot Tarihi**, Çev: M. Ökmen, İstanbul.
- Hildebrand, P. M. (1992) The European Community's Environmental Policy, 1957 to '1992': From Incidental Measures to an International Regime? **Environmental Politics**, 1(1): 13-43.
- Inforegio/panorama. (2002a). Sustainability - Holy Grail of Tourism in The 21. Century, **European Union Regional Policy, Cooperation Without Borders**, Office for official publications of the European Communities, Luxembourg. January, 2002/6
- Inforegio/panorama. (2002b). Tourism is Trump for Europe's Regions, **European Union Regional Policy, Cooperation Without Borders**, Office for official publications of the European Communities, Luxembourg. January, 2002/6
- İşıklı, Yılmaz. (2002). "Türk Turizmde Altyapı ve Çevre" **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara
- Judge, D. (1992). A Green Dimension of the European Community, **Environmental Politics**,1(1):1-9.
- KalDer, Türkiye Kalite Derneği, Müşteri Memnuniyeti Uzmanlık Grubu. (2000). **Müşteri Memnuniyeti Yönetimi**, Türkiye Kalite Derneği, İstanbul.
- Karaman, M. R. (2002). Eko-Turizm Yaklaşımında Verimli Toprakların Korunması ve Ekolojik Dengenin Önemi, **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara.

- Karamustafa, K. (2000). Marketing-Channel Relationships-Turkey's Resort Purveyors' Interactions with International Tour Operators, **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, 41(2): 21-31.
- Kirk, D. (1995). Environmental Management in Hotels, **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 7(6): 3-8.
- Kirk, D. (1996). **Environmental Management For Hotels: A Student's Handbook**. Butterworth Heinemann, Musselburgh.
- Koray, M. (1994). Turkish Tourism Development, **Tourism: The State of the Art**. A. V. Seaton ve diğerleri (Ed.), ss. 85-99, Chichester: Wiley.
- Kozak, M. ve Rimmington, M. (2000). Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain as an off-season Holiday Destination, **Journal of Travel Research**, 38(3): 260-269.
- Kuşluvan, Z. A. (1999). Eko-Turizm Kavramına Yapısal Yaklaşım ve Türkiye Açısından Bir Değerlendirme, **Turizmde Seçme Makaleler**-31, Tügev, İstanbul.
- Lanquar, R. (1999). **Turizm ve Seyahat Sosyolojisi**. İletişim Yayınları, İstanbul.
- McCormic, J. (1999). **Understanding The European Union, A Concise Introduction**, Mcmillan Press Ltd., London.
- Nurlu, E. Ve Erdem, Ü. (2002). Avrupa Birliği Kapsamında Turizm Sektöründe Çevresel Etki Değerlendirme, **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara
- Önder, M. (1995). **Türkiye Müzeleri**. İş Bankası Kültür Yayınları. Ankara.
- Özdemir, M. (1998). **Turizm Fiske Taşları**. Rekmay, Ankara.
- Öztürk, S. (2002). "Eko Turizm Destinasyonu Olarak İzmir", **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara.
- Pretty, J. ve Ward, H. (2001). Social Capital and the Environment, **World Development**, 29(2):209-227.
- Redclift, M. (2001). Environmental Security and the Recombinant Human: Sustainability in the Twenty-first Century, **Environmental Values**, 10: 289-299.
- Rosander, A. C. (1989). The Quest for Quality in Services, **The Quality Resources**, New York.
- Straban. (1987). *Strabon Coğrafya*, Çev: A. Pekman, İstanbul. Tourism and the Environment in Europea. (1995). **An Introduction along with reports on some European projects in tourism**, Tourism Division of the European Commission (DG XXIII), Alpenforschungsintitut gemn. GmbH Garmisch-Partenkirchen, Germany.
- Toskay, T. (1989). **Turizm: Turizm Olayına Genel Bir Bakış**. Der Yayınları, İstanbul.
- Tosun, C. (1999). An Analysis of the Economic Contribution of Inbound International Tourism in Turkey, **Tourism Economics**, 5 (3): 217-250.
- Tuna, M. (2007). **Turizm Çevre ve Toplum (Marmaris Örneği)**, Detay Yayınları, Ankara.

5

Amaçlarımız

Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Turizm ve kültür arasındaki karşılıklı ilişkiyi açıklayabilecek,
- Kültürün turizmin gelişmesindeki rolünü tanımlayabilecek,
- Turizmden kaynaklanan kültürel etkileşimi açıklayabilecek,
- Küresel turizmin kültür için yarattığı tehditleri tanımlayabilecek,
- Kültürün korunmasına yönelik önlemleri açıklayabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Kültür
- Otantik Değer
- Kültür Turizmi
- Kültürleşme
- Kültürel Kaynak
- Gelenek
- Toplumsal Ahlak
- Toplumsal Norm

İçindekiler



Kültür ve Turizm Etkileşimi

TURİZM VE KÜLTÜR İLİŞKİSİ

Turizmin Tanımı

Turizm ve kültür arasındaki karşılıklı ilişkiyi derinlemesine analiz edebilmek için öncelikle bu iki kavramın tanımını yapmak gerekir. Turizm, bu kitabın diğer ünitelerinde de anlatıldığı gibi, insanların farklı amaçlar için yaşam alanlarından farklı ulaşım araçlarını kullanarak seyahat etmeleri ve belli bir zaman dilimi geçirmeleri anlamına gelmektedir. Turizm çalışmalarında, herhangi bir gezinin turistik gezi olarak tanımlanması için gerekli olan koşullar tartışma konusu olmuştur. Örneğin kat edilen mesafeye göre ya da yaşam alanı dışında geçirilen süreye göre turistik etkinlikleri sınıflandırma eğilimleri bulunmaktadır. Ancak küreselleşme sürecinin sonucunda ortaya çıkan zaman-mekân sıkışması, bu tür ölçüm araçlarını anlamsız kılmıştır. Bunun yanı sıra, küresel turizm çerçevesinde insanların tek bir nedenden dolayı değil, farklı amaçlar için seyahat ediyor olması da turizmin tanımını genişletmiştir.

Farklı tarihsel dönemlerde, farklı nedenler, insanların turistik gezilere yönelmesine yol açmıştır. Ancak turizm sosyolojisinin konusu modern toplumdaki turizm anlayışı olduğu için, özellikle Fransız Devrimi ve Sanayi Devrimi sonrasında ortaya çıkan toplumsal dinamiklerin günümüz turizm anlayışı üzerinde belirleyici olduğunu söyleyebiliriz. Öncelikle Fransız Devrimi sonrasında öne çıkan düşünsel akımlar ve sosyal ilişkiler, uluslar arasındaki ilişkilerde etkili olmuştur. Değişen devlet yapıları, halkın yönetime katılması, eşitlik, özgürlük ve adalet anlayışının yayılması toplumlar arası etkileşimi artırarak turistik etkinliklerin de artmasına yol açmıştır. Ancak bu süreçte, Fransız Devrimi'nden daha fazla belirleyici olan, Sanayi Devrimi ile ortaya çıkan toplumsal dönüşümlerdir. Sanayi Devrimi ile birlikte kitle üretiminin artması, aynı zamanda kitlelerin kente göç ederek sanayi alanlarında çalışmasını beraberinde getirmiş, emeğini satarak kazandığı para ile geçimini sağlayan işçi sınıfı, bugüne kadar devam eden kitle turizmi anlayışının da öncüsü olmuştur.

Küreselleşmeyle birlikte kitle turizminin yanı sıra, farklı turizm taleplerine yönelik etkinliklerde de bir artış olmuştur. Bu farklılaşmanın birincil kaynaklarından biri, farklı kültürleri tanımaya yönelik meraktır. Bu anlamda kültür, tarihsel olarak turizmin gelişmesinde ve değişmesinde merkezî rol oynamaktadır. Turizmin küreselleşme sürecinde hızlı büyümesi, kültürel bir bakış açısından, artan hareketliliği-

Fransız Devrimi: 1789-1799 yılları arasında yaşanan devrim, Fransa'da monarşinin yerine cumhuriyetin geçmesine neden olurken dünya tarihi için de yeni düşünsel akımların yayılması açısından önem taşımaktadır. Eşitlik, özgürlük, adalet, egemenlik ve milliyetçilik kavramları bu devrimden sonra modern siyasetin vazgeçilmez unsurları olmuş, bu yenilikler modern toplumsal yapının oluşmasında önemli rol oynamıştır.

Sanayi Devrimi: 18. ve 19. yüzyıllar arasında teknolojik buluşların, özellikle buhar makinesinin gündelik hayatta kullanımı sonucu değişen üretim ilişkileri, sanayinin yaygınlaşmasını ve erken sanayileşen ülkelerde sermaye birikiminin oluşumunu sağlamıştır.

nin sonucu ortaya çıkan sosyal ilişkilerin ve kültür alışverişinin yoğunlaşması anlamına gelmektedir. Bu aynı zamanda kültürün metalaşması ve kitle tüketimine açılması anlamına da gelir (Urry 2002, Rojek ve Urry 1997). Turizm bu yönüyle yeni yerler keşfetmek ve yeni kültürler tanımak isteyen turistlere seçenekler sunarken ev sahibi toplulukları ekonomik getiri ve sosyal, kültürel yozlaşma arasında bir seçime zorlar.

Kültürün Tanımı

Giddens kültürü “belli bir grubun ayırt edici özellikleri olan değerler, törenler ve yaşam biçimleri” olarak tanımlar (Giddens, 2008). Kültür kavramı yalnızca sosyolojide değil, aynı zamanda antropolojide ve diğer sosyal bilimlerde de yaygın olarak kullanılan bir kavramdır. Turizm çalışmalarında kültür kavramı turizmin hem öznesi hem de nesnesi olarak anlamlıdır. Turizmin öznesi olarak kültür, farklı kültürlerle ev sahipliği yaparken, belli bir turizm türüne odaklanırken, turizme yönelik bir kabul ya da direniş gösterirken etkin bir biçimde turizmin gelişmesinde rol oynar. Turizmin nesnesi olarak kültürü değerlendirdiğimizde ise kültürün edilgen bir biçimde turizmle birlikte ortaya çıkan dönüşümlerden etkilendiğini, biçim değiştirdiğini, farklı kültürlerle etkileşim içinde bulunduğunu söyleyebiliriz. Bu noktada turizm, kültürün yeniden üretimini doğrudan etkilemektedir. Örneğin belli bir bölgede turizmin gelişmesi sonucu aile ilişkileri zayıflayabilir, bayramlaşma, kutlama veya taziye gibi toplumsal ritüeller gerçekleşmeyebilir; bütün bu gelişmeler kültürün sürekliliği ile ilgili olarak soru işaretleri yaratabilir.

Kültürel değerlerin bireylere aktarımında iki önemli toplumsal ilişki dikkat çekmektedir. Birinci ilişki toplum içinde yer alan bireyler arasındaki ilişkiye değinen sosyalleşmedir. Sosyalleşme, öncelikle en küçük sosyolojik birim olan aile içinde gerçekleşir. Ancak bunun yanı sıra toplumsal kurumlarda örneğin okullarda, çalışma hayatında, kamusal alanda da sosyalleşme süreci devam eder. İkinci ilişki ise farklı toplumların etkileşim içine girerek birbirlerinin kültürel değerleriyle karşılaştığı kültürel etkileşim ilişkisidir. Kültürel etkileşim, özellikle turizm ve kültür ilişkisini açıklamakta faydalı olacak bir kavramdır. Bu ilişki sonucunda insanların yalnızca farklı kültürlerle bakış açısı değil, aynı zaman da turizme bakış açısı da değişecektir. Bu konuya ilerleyen bölümlerde yeniden değinilecektir.

Turizm ve Kültür Arasındaki Zorunlu Bağ

Turizm ve kültür tanımlarını yaptıktan sonra, turizm ve kültür arasındaki zorunlu ilişkiyi irdelemek uygun olacaktır. Bu zorunluluğun iki boyutu aynı zamanda iki farklı bakış açısıyla analizi de beraberinde getirmektedir. Öncelikle kültür, gerek birtakım geleneksel etkinlikler, ritüeller gerekse belli bir yöreye özgü kültürel, maddi değerlerin turistlere yönelik olarak üretilmesi ve pazarlanması sonucu, turizmin birinci kaynaklarından biri hâline gelir. Bu noktada, söz konusu kültürel değerlerin turistlerin taleplerine uygun olarak sunulması, örneğin paketlenmesi, reklamının yapılması ve kapitalist piyasa ekonomisi içinde satılması söz konusudur. Dolayısıyla kültür, yalnızca görsel olarak sunulan birtakım el işi ürünleri ya da yöresel kıyafetler veya danslar değil, aynı zamanda turistlerin doğrudan tüketebilecekleri, para karşılığı satın alıp evlerine götürebilecekleri ürünleri de içermektedir. Bu anlamıyla kültür, turizmin gelişmesinde önemli bir kaynak olarak öne çıkmaktadır.

İkinci olarak belli bir bölgede turizmin gelişmesi, o bölgedeki kültürün de bu gelişme sonucu değişmesi anlamına gelmektedir. Örneğin kültürel etkinliklerin ya da ritüellerin turistlere yönelik sunumu, birtakım özgün ve doğal unsurların kaybi-

Kültürel Yeniden Üretim: Kültürel yeniden üretim kavramı, değer ve özelliklerin gelecek kuşaklara aktarılmasına değinen bir unsurdur. Kültür toplumsal yaşantı içinde öğrenilmiş bir değerler bütünü olduğu için toplumsal değişmeler bu öğrenme sürecini ve sonuçta kültürün yeniden üretimini de doğrudan etkileyecektir.

na yol açmaktadır. Buna ek olarak özellikle el emeğine dayalı olan ve özgün üretim teknikleri olan bazı el işi ve zanaatlar, turist talebini karşılamak amacıyla fazla üretilmekte, bu anlamda hem doğal kaynakları tüketmekte hem de el işi ürünlerin özgünlüğünü kaybetmesine yol açmaktadır. Bodrum'da sünger avcılığının süreç içinde yok olması bunun için bir örnektir. 1960'larda yaygın olan sünger avcılığı, 1980'lerde Bodrum'un küresel turizmin bir parçası hâline gelmesiyle fazlasıyla metalaşmış ancak doğal kaynaklara dayalı bu kültürel pratik, bugün Bodrum kıyılarında süngerin azalması sonucu yok olmaya yüz tutmuştur.

Turizm ve kültür arasındaki zorunlu ilişki bununla da sınırlı değildir. Sosyal ilişkiler açısından bakıldığında, turizm yerli halklar için iki yönlü bir gelişmedir. Bir yandan belli bir bölgede turizmin gelişmesi yeni istihdam alanları yaratması, modern ekonomik ilişkileri de beraberinde getirmesinden dolayı, yerli halklar için önem taşımaktadır. Özellikle turizmden önce geleneksel tarım ekonomisinin hâkim olduğu bölgelerde turizm yerli halk için modern toplumun bir parçası olmanın ilk adımı olarak algılanmaktadır. Bu insanlar gelir düzeylerinde, maddi koşullarında ya da sınıfsal konumlarında bir farklılık olmasa dahi, turizmde çalışmayı tarımda çalışmaya tercih etmektedirler. Öte yandan turizmle birlikte yaşanan modernleşme süreci toplumsal dayanışmada da bir dönüşüme işaret etmektedir. Bu noktada Fransız sosyolog Emile Durkheim'ın mekanik ve organik dayanışma kavramları açıklayıcıdır. Turizmin gelişmesinden önce geleneksel ekonomiye dayalı sosyal yapı içinde gönüllülük esasına dayalı toplumsal dayanışma örf, âdet ve geleneklerle düzenlenirken turizmin gelişmesinden sonra toplumsal dayanışma piyasa ilişkilerinin yaygınlaşmasıyla zorunlu hâle gelmiş ve örf, âdet ve gelenekler yerine hukuk ve bürokrasi tarafından sağlanan formel yapı ile düzenlenmiştir. Sonuç olarak giderek daha fazla piyasa ilişkilerine mecbur kalan bireyler, modern yapı içinde yaşamlarını sürdürürken geleneklerinden vazgeçme eğilimi göstermektedirler.

Hazel Tucker tarafından Göreme'de yapılan etnografik çalışma, yaşanan sosyal, ekonomik ve kültürel dönüşümleri hem yerel hem de ulusal düzeylerde karşılaştırmalı olarak değerlendirir (Tucker 2003: 85). Turistlerin yerel halkla ilişkilerinin etnografik analizi, ilişkinin "interaktif izlem" olarak tanımlanması kültürel dönüşümün tek yönlü değil, karşılıklı bir dönüşüm olduğuna işaret eder: "İnteraktif izlem; sosyal ve çevresel değişiklikleri içeren, turizmle birlikte ortaya çıkan yeni kültürel formları tanıyan ve kabul eden dinamik bir sürdürülebilirlik anlayışına olanak tanır" (Tucker 2003: 183). Burada önemli olan gelenek ve turizm arasındaki ikilemi korumacılıkla çözmek yerine, yeni küresel formları yerelin de katılımıyla kavramaktır.

Metalaşma: Herhangi bir malın veya hizmetin piyasada para karşılığı satın alınması için üretilmesine verilen addır. Geleneksel ekonomilerde hane içinde karşılanan birtakım ihtiyaçların gelişmiş ekonomilerde piyasa tarafından karşılanması ve paranın bir değişim aracı olarak yaygınlaşması metalaşmayı artırmıştır. Bugün yalnızca malların değil hizmetlerin de metalaşması söz konusudur.

Mekanik ve Organik Dayanışma: Mekanik dayanışma, geleneksel toplumlarda gönüllülük esasına dayalı olarak ortaya çıkan dayanışmadır. Burada dikkat çeken unsur, bireylerin temel gereksinimlerini kendi üretimleriyle karşılamaları, dolayısıyla toplumsal dayanışmaya mecbur kalmamalarıdır. Öte yandan modern toplumlarda görülen organik dayanışma, gereksinimlerini piyasadan para karşılığında karşılayan bireylerin dayanışmaya mecbur kalmalarını ifade etmektedir.



Emile Durkheim: Sosyolojinin ilk kuramcılarından olan Emile Durkheim (1858-1917), özellikle toplumsal iş bölümü ve buna bağlı olarak ortaya çıkan toplumsal dayanışma kavramlarıyla modern toplumun çözümlemesini yapmıştır. Bunun yanı sıra sosyolojinin bir bilim dalı olarak kendine ait bir yöntemi olmasını savunmuş, sosyolojik yöntemi ilk olarak karşılaştırmalı analiz yaptığı "İntibar" adlı eserinde kullanmıştır.

Kaynak: <http://skhole.fr/> adresinden alınmıştır.

Kültüre Yönelik Ekonomik ve Sosyolojik Yaklaşımlar

Ekonomistler için üretimin temel faktörleri toprak, sermaye ve emekten oluşmaktadır. Bu noktada kültür elle tutulur bir maddi varlık olmasa da ekonomistler tarafından üretimin temel faktörlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Ekonomik yaklaşım, kültürün doğal kaynakların bir parçası olarak toprağın kapsamı içinde yer aldığını savunmaktadır. Turizm ekonomisi içinde kültür alınıp satılan bir meta-ya dönüşmüştür. Buldan bezi, nazar boncukları, Ayder balı, Şile bezi ve her türlü el işi üretim buna bir örnektir. Piyasada satılan ve kârı maksimize etmeye yönelik her türlü üretim, ister istemez kitlesel üretime dönüşecek ve kültürel değerinden ödün verecektir.

İNTERNET



Geleneksel olarak el tezgâhlarında dokunan ve Denizli'nin Buldan ilçesine özgü Buldan bezinin metalaşmasına örnek için, <http://www.buldanbezi.net> ya da <http://www.buldantextile.com> örnek olabilir.

Emek Sömürüsü: Üretim ilişkilerinde paraya veya diğer üretim araçlarına sahip olmayan, yalnızca emeğini satarak üretime dâhil olan işçi kesiminin sermayedarın kar etmesi için hak ettiğinden daha az ücret alması emek sömürüsüdür. Bu durum kapitalist sistemin yapısal bir unsurudur ve süreç içerisinde işçi sınıfının yoksullaşmasına yol açar.

Ekonomik yaklaşım içinde turizmin ikinci boyutu emek boyutudur. Yerli halk turizm sektöründe çalışmaya başlayarak üretimin temel faktörleri içinde yerini alır. Ancak kapitalist üretim ilişkileri, kaçınılmaz olarak sermayenin kâr-lılığını hedeflerken emeğin değer kaybına yol açar, yerli halk da turizm sektöründe emeğini satarak çalıştığı sürece kapitalizmin yarattığı emek sömürüsünden payını alır. Özellikle yabancı sermaye yatırımlarına dayalı turizmin gelişmesinde, yerli halk kendi tercihinden bağımsız olarak turizm sektöründe çalışmaya yönelir.

Sosyologlar, ekonomistlerden farklı olarak turizmin gelişmesiyle ortaya çıkan toplumsal dönüşüme odaklanırlar. Bu toplumsal dönüşüm her zaman doğal ve sorunsuz bir geçiş olmayabilir. Geleneksel toplumdan modern topluma geçiş ahlaki değerlerin zayıflamasına, suçun artmasına, toplumsal dayanışmanın biçim değiştirmesine ve yerli halk ile turistler arasında bir kutuplaşma oluşmasına yol açar. Sosyolojik yaklaşım, toplumsal dönüşümü olumlu ve olumsuz yanlarıyla irdeleyerek toplumsal sorunların çözümüne yönelik politika ve planlama seçenekleri sunar. Ekonomik yaklaşımın tersine burada önemli olan kapitalist sistemin işlerliği, üretim faktörlerinin etkin kullanımı ya da kâr maksimizasyonu değil, bunlardan bağımsız olarak toplumsal düzenin sağlanması ya da korunmasıdır. Son yıllarda Türkiye'de en dikkat çeken örneklerden biri Mersin'de göçebe olarak yaşayan Sarıkeçililer yörük grubunun, göçebe yaşam biçimlerini sürdürmek için verdikleri mücadeledir. Göçebe yaşam biçimlerini ormanlık alanlarda kurdukları kıl çadırlarda sürdüren Sarıkeçililer, geçimlerini keçi sürülerinden sağlamakta, göç boyunca deve kervanları kullanmaktadır. Özellikle doğa sporları ve doğa turizmiyle ilgilenen grupların ilgisini çeken bu göçebe grup, sıklıkla medyada yer bulmakta, bu anlamda kültürel etkileşim içinde yer almaktadır. Ancak Sarıkeçililer için asıl sorun modern toplumsal hayatın yerleşik yapısının yaşam alanlarına yönelik yarattığı tehdittir.

Resim 5.1



Kaynak:

<http://www.haberyoruk.com>

Turizme yönelik ekonomik yaklaşımı sosyolojik yaklaşımla karşılaştırdığımızda, ne tür farklar dikkatinizi çekmektedir? Bu iki yaklaşımı uzlaştıracak bir orta noktayı nasıl tanımlarsınız?



SIRA SİZDE

Türkiye’de turizm üzerine yapılan çeşitli araştırmalar, turizmin yerel kültür üzerindeki etkisini analiz ederek bir neden sonuç ilişkisi çerçevesinde toplumsal değişimi açıklamaya çalışır. Fatma Mansur’un erken dönemde Bodrum üzerine yaptığı çalışma, yerli halkın yaşamında tanımlayıcı olan geleneksel yapıyı ve ekonomik faaliyetlerini anlatır (Mansur, 1972). Bodrum’daki gündelik hayatın etnografik anlatımı turizmin neden olduğu toplumsal dönüşümü anlamak açısından önemli bir kaynaktır. Fatma Mansur’un 1999 yılında çıkan çalışması, Bodrum’un turizme dayalı olarak geçirdiği toplumsal dönüşümü son otuz yıllık bir dönem içinde incelemeye alır. Bu çalışmanın bir başka özgünlüğü Ara Güler’in fotoğraflarıyla dönüşümün somut ve belgesel kanıtlarını da sunmasıdır (Mansur, 1999).

KÜLTÜRÜN, TURİZMİN GELİŞMESİNDEKİ ROLÜ

Yerel Kültürel Kaynaklar

Turizmde kullanılabilecek yerel kültürel kaynaklar çok çeşitlidir. Müzik, dans, sanat ürünleri ve özellikle el sanatları, yöresel yiyecek ve içecekler kültürel kaynakların bazılarıdır. Kültürel kaynaklar her zaman elle tutulur, somut kaynaklar olmak zorunda değildir. Örneğin bir mimari tarzı, giyim türü ya da el işi ürünler somut kültürel kaynaklar iken danslar, belli dönemlerde tekrar eden ya da yalnızca bir bölgeye özgü olan ritüeller, kutlamalar soyut kültürel kaynaklardır.

Kültürel kaynaklar, belli bir bölgede doğal koşullara ve doğanın sunduğu kaynaklara bağlı olarak çeşitlilik gösterir. Bir başka deyişle kültürel kaynaklar doğal kaynakların işlenmiş, değerlendirilmiş bir türevidir. Bu anlamda kültürel kaynakların aşırı tüketimi doğal kaynakların da yok olması anlamına gelirken kültürel kaynakların kontrollü tüketimi doğal kaynakların, dolayısıyla turizmin de uzun dönemde planlı bir biçimde gerçekleşmesini sağlayacaktır.

Kültürel kaynaklar turizmin gelişmesinde önemli rol oynamaktadır. Öncelikle turistlerin seyahat etmesindeki motivasyonlardan biri farklı kültürlerle duydukları meraktır. İkinci olarak somut kültür ürünleri, küresel turizmin tüketim taleplerini

karşılacak ürünler arasında yer almaktadır. Bunu daha önce kültürün metalaşması ile ilgili olarak değerlendirmiştik. Üçüncü olarak periyodik olarak düzenlenen kültürel etkinlikler belli bir bölgeye yönelik turist akışının miktarını ve zamanını belirler. Örneğin İrlanda'da Saint Patrick's Günü, Brezilya'da Rio Karnavalı ya da İtalya'da Venedik Karnavalı bu tür etkinliklere örnektir.

Otantiklik

Küresel turizmde turistlerin destinasyon tercihleri farklı beklentilere dayanmaktadır. Ancak otantik kültürel özelliklerin varlığı destinasyon seçiminde en belirleyici unsurlardan biridir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde turizm gelişmesi, büyük sermaye yatırımlarına veya kalifiye hizmet sunumu gerektirmeyen, doğal ve kültürel kaynakların etkin kullanımına dayanmaktadır. Belli bir bölgede turizmin gelişmesi öncelikle doğal kaynakların ve bu doğal kaynaklara bağlı olarak ortaya çıkan bir kültürün varlığına dayanmaktadır. Ancak bu kültür fark edildikçe, turizm destinasyonuna yönelik talep artar. Bu talep artışı daha fazla turizm altyapısı, daha geniş yollar, yatak kapasitesi daha fazla olan oteller ve işletmeler, yaygın bir İnternet ağı, finansal işlemlerin yapılabilmesi için bankalar ya da döviz büroları anlamına gelmektedir. Turizm, daha fazla insanın modern yaşamın koşullarından vazgeçmeden kültürel değerlere ulaşmasını sağlarken o kültürlerin sürdürülmesi için gerekli yaşam alanını ve toplumsal yapıyı da tehdit etmeye başlar.

Otantik tanımı kültürün özgün yapısına değinmektedir ancak otantik, değişmeyen öz anlamına gelmemelidir. Bir kültür dışsal etkiler olmadan da zaman için değişen koşullara uyumlu olarak değişecektir. Ancak dışsal aktörlerin güdümünde ve yerel halkın isteğinden, katılımından bağımsız olarak ortaya çıkan değişim kültürün öz değerlerini tehdit edecektir. Örneğin bir mevsim dönümünü ya da bir bağbozumunu karşılamak için yapılan kutlamalar turistlere yönelik bir festivale dönüştüğünde, bu etkinlikte yapılan törenler, danslar ya da müzikler sahnelenen bir mizansene dönüşmektedir. Bir başka örnekte kültür mirasını temsil eden müzeler veya koruma alanları benzer bir yapay kurguyu temsil etmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nin İngiliz sömürgeci olduğu dönemde başkenti olan Williamsburg bugün 18. yüzyıldan kalma 88 yapıyı barındıran bir tarih müzesi olarak Amerikan kültürün ilk örneklerini sunmaktadır. Ancak 18. yüzyıl üniformalarını giyerek tarihi bir canlandırma yapan insanlar bugünün bilgisi ve altyapısıyla o dönemi sadece yapay bir biçimde sunmaktadır.

Resim 5.2

Kaynak:

<http://www.history.org>



Bir Turizm Türü Olarak Kültür Turizmi

Turizmin bir alt kolu olan kültür turizmi, özellikle belli bir bölgenin kültürel yapısına odaklanmaktadır. Bu kültürel yapı, bölgenin coğrafyası, burada yaşayan toplumun tarihi, yaşam biçimleri, sanatsal üretimleri ve mimarisini kapsamaktadır. Kültür turizmi kentlerde ve kırsal bölgelerde farklılık gösterir. Kentlerde daha çok tarihî yerleşim yerleri, müzeler, opera binaları kültür turizminin uğrak noktalarıdır. Bunun yanı sıra, büyük kentlerde periyodik olarak düzenlenen kültürel etkinlikler de bu dönemlerde turist akınının ortaya çıkmasına neden olur. İstanbul Bienali ya da Sundance Film Festivali buna örnek olabilir. Kırsal bölgelerde kültür turizmi daha çok yerel halkların gelenekleri, ritüelleri ve yaşam biçimlerini kapsamaktadır. İzmir'in Selçuk ilçesine bağlı Şirince köyü kırsal alanlardaki kültür turizmine ideal bir örnektir. Şirince köyü gerek Efes harabelerine yakın olmasından dolayı gerekse eski bir Rum köyü olması ve ev eksenli şarap üreticiliğinin yapılmasından dolayı farklı kültürel özelliklere sahiptir.

Kültür turizminde en dikkat çekici uygulama biçimi günümüzde giderek yaygınlaşan kültür turlarıdır. Kültür turları, kitle turizminin mevsimsel ve grup olarak örgütlenmiş yapısıyla kültür turizminin yeni kültürleri tanımaya yönelik hedefini bir araya getirir. Kültür turlarında kitleler toplu taşımayla kültürel mirasın bulunduğu bölgeye gider, turistler için önceden tanımlanmış turist noktalarını ziyaret eder ve yine önceden belirlenen alışveriş noktalarından anı eşyaları satın alarak gezilerini tamamlarlar. Kültür turları turizmin kültürel değerleri nasıl piyasaya uyarladığının örneklerinden biridir.

Bienal: İki yılda bir yapılan ve düzenli olarak tekrar eden sanatsal ve kültürel faaliyetlerin bütününe verilen addır. 1987 yılından beri düzenli olarak yapılan Uluslararası İstanbul Bienali, Türkiye'deki en kapsamlı bienaldir.

Türkiye'nin kültür turizminde yükselen değerlerinden biri olan Mardin, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün tanıtımıyla turizm piyasasındaki yerini sağlamlaştırmaktadır, <http://www.mardinkulturturizm.gov.tr/ana-sayfa/1-34097/20120227.html>



İNTERNET

Kültür turizminin bir özel boyutu da Türkiye için çok önem taşıyan arkeolojik kazılara ve ören yerlerine yönelik kültür turizmidir. Farklı tarihsel dönemlerde birçok medeniyete ev sahipliği yapmış ülkemiz toprakları, sayısız arkeolojik kazı sonucu ortaya çıkmış ören yerlerine sahiptir. Bunlar içinde kazısı tamamlanmadığı hâlde ülkemizin en fazla turist çeken ören yeri Efes, dokuz katmanlı yapısıyla farklı uygarlıkların geçmişi hakkında veri sunan Truva ya da Hitit medeniyetinin bulgularını takip edebileceğimiz Alacahöyük sayılabilir. Arkeolojik bulgular insanlık tarihine ışık tutması nedeniyle turistler tarafından da ilgiyle takip edilmektedir. Dolayısıyla kültür turizminin bir uzantısı olarak arkeoloji alanında yapılacak yatırımlar, mevcut bulguların korunmasına yönelik uygulamalar kültür turizminin gelişmesi için önem taşımaktadır.

Türkiye'de var olmuş uygarlıklar üzerine daha detaylı bilgi için; Akurgal, Ekrem, Anadolu Uygarlıkları, Net Yayıncılık, 2007.



K İ T A P

TURİZM VE KÜLTÜR ARASINDAKİ KARŞILIKLI İLİŞKİ

Turizmin Kültür Üzerindeki Etkisi

Mowforth ve Munt, sürdürülebilir turizm tartışmaları içinde turistlerle yerel halk arasındaki karşılaşmayı incelerken üç farklı kültürel ilişkiden söz eder. Bunlardan birincisi turizm çalışmalarında daha fazla yer bulan kültürlenme (*acculturation*), farklı kültürlerin doğrudan toplumsal temas ya da farklı medya araçlarının kullanı-

myla karşılaşması sonucu ortaya çıkan adaptasyon, asimilasyon veya daha ılımlı toplumsal değişim türlerine değişir. İkinci olarak kültürel geçiş (*transculturation*), marjinal ve ikincil konumdaki kültürlerin hâkim metropol kültürlerinin ana unsurlarını, özellikle maddi unsurlarını benimseyerek ilişkide bulundukları yeni kültüre uyum sağlamaları anlamına gelmektedir. Üçüncü olarak yerel kültürün bir hayvanat bahçesine benzetildiği (*zooification*), yerli kültürlerin tıpkı hayvanat bahçesindeki hayvanlar gibi, tamamen otantik, ilkel ve değişmeyen bir yapıda sunulması anlamına gelmektedir. Özellikle Afrika'da ilkel dönemdeki kabile hayatını örnekleyen bir takım köylerin otantik kültür olarak sergilenmesi, turistlerin tıpkı bir hayvanat bahçesini gezercesine bu köyleri ziyaret etmesi, buna rağmen yerlilerle belli bir mesafeyi koruması buna örnek sayılabilir. Her ne kadar bu üç örnek de turizmin geliştiği yerlerde yaygın olarak görülse de literatürde en yaygın yer bulan örnek, kültürlenme örneğidir. Diğer iki kavrama kıyasla kültürlenme kavramı toplumsal değişimin karşılıklı oluşuna ve iki yönüne değinmesiyle daha geniş bir analitik zemine sahiptir.

Turizme Dayalı Toplumsal Değişim: Kültürel Etkileşim (Cultural Interaction)

“Farklı kültürlerin birbirini karşılıklı etkilemesi sonucunda meydana gelen kültür değişim süreçlerine kültürel etkileşim adı verilmektedir. Buna göre, kültürel etkileşim eşit şartlarda, alt kültür ve hâkim kültür etkileşimi şeklinde gerçekleşmektedir” (Talas 2010: 182). Kültürel etkileşim turizm çalışmalarında “ev sahibi-konuk yaklaşımı” olarak tanımlanabilecek antropolojik bir yaklaşımın konusu olmuştur. Bu yaklaşımda ev sahibi yerli halkı tanımlarken konuk da turistleri nitelendirmektedir (Smith, 1989). Kültürel etkileşim, öncelikle iki farklı kültürün bir toplumsal temas içinde bulunmasını öngörür. Bu temas, kültürün hem maddi hem de manevi unsurlarının değişimini beraberinde getirir. İkinci olarak bu toplumsal temas sonucunda, her iki toplum da hem kültürel hem de psikolojik açıdan değişim gösterir. Bu değişim olumlu da sonuç verebilir olumsuz da. Bu bölümde kültürel etkileşimi önce ev sahibi toplum açısından daha sonra turistler açısından değerlendireceğiz. Her iki toplum için de kültürel etkileşimin olumlu ve olumsuz sonuçlarını karşılaştıracacağız. Bu analiz sonucunda, kültürel etkileşimin turizm gelişmesinde ve turizm planlamasında vazgeçilmez bir unsur olduğunu vurgulayacağız.

SIRA SİZDE



Kültürel etkileşim iki yönlü bir toplumsal ilişkiyi kapsamaktadır. Bu ilişki sonucu, turistlerin yaşadığı kültürel değişimi, yerli halkın yaşadığı kültürel değişimle karşılaştırınız.

Rol çatışması: Rol çatışması toplum içinde yaşayan bireyin bir gruptaki rolünün bir başka gruptaki rolü üzerinde olumsuz etki yaratması ya da ikinci rolün gerçekleşmesini engellemesi durumudur. Özellikle mesleki roller ve ailedeki rol arasında rol çatışması yaygın bir örnektir.

Ev sahibi olan yerli halk açısından değerlendirdiğimizde turistlerin onların yaşam alanlarına gelmesi, üstelik bunun bir piyasa ilişkisinin sonucu olarak gerçekleşmesi, yerli halkın kültürel etkileşimi bir iş kaynağı ve belli hizmetlerin sunumu olarak algılamasına yol açmaktadır. Geleneksel yapı içinde konuğuna samimi bir karşılama ve konukseverlik örneği gösteren yerli halk, bu ilişkiyi turizm içinde yaşarken daha pragmatik ve hatta profesyonel yaklaşmak zorunda kalmaktadır. Bu durum bir yandan **rol çatışması** yaratmakta, diğer yandan söz konusu rol çatışmasını önlemek için daha fazla bir **duygusal emek** gerektirmektedir. Somut bir örnekle açıklamak gerekirse geleneksel düzen içinde, evinde misafir ağırlayan birey, bunu karşılık beklemeksizin, gönüllü olarak ve bir sosyal yakınlığın sonucunda yapar. Oysa bunu turizm çerçevesinde, daha önce tanımadığı ve sosyal yakın-

lığı bulunmayan insanlar için yaptığında bir başka deyişle aynı ağırlamayı bir iş olarak yaptığında üstelik bunu gönüllü olduğu zamanlarda değil çalıştığı tüm zamanlarda sürekli olarak yaptığında konukseverliğin sürmesi mümkün olmamaktadır. Geleneksel yapıdaki misafir ilişkisi, turizmde müşteri ilişkisine dönüşmektedir. Bu ilişkinin olumlu yanları, farklı kültürden insanların karşılaşması sonucu, yerli halkta farklı kültürlerle karşı hoşgörünün artması, yerli halkın turizmin ekonomik getirilerine bağlı olarak turistlere olumlu yaklaşmasıdır. Ancak, turizm gelişimi yerel yapıyı tehdit edecek boyuta geldiğinde örneğin turist sayılarının artması, buna bağlı olarak turizm altyapısının gelişmesi durumunda yerli halkta yabancı düşmanlığı artmakta ve hatta yerel halk modernleşmeye ve turizme karşı bir direniş kimliği de geliştirmektedir.

Kültürel etkileşimi turistler açısından değerlendirdiğimizde durum biraz daha farklıdır. Yerli halkın iş ve hizmet sunumu olarak değerlendirdiği ilişki, turistler için eğlence, dinlence ve tüketim sürecidir. Bu eşitsiz koşullar altında turistler birtakım hizmetleri talep eder ve karşılığında para öderler. Sosyal ilişkinin ekonomik boyutu ilişkinin dengesizliğinin kaynağıdır. İki tarafın beklentilerinin bir dengede uzlaşması sonucunda kültürel etkileşim her iki taraf için de olumlu sonuçlar verecektir. Ancak, ev sahibinin yabancı düşmanlığı veya bir direniş göstermesi turistlerin yerel halka dair ön yargı geliştirmesine ve turizm gelişmesinin de zarar görmesine yol açacaktır.

KÜRESEL TURİZM VE YEREL KÜLTÜR ÇATIŞMASI

Gelişmiş Ülkelerde Küresel Turizmin Yarattığı Tehditler

Küresel turizmin yarattığı tehditler, gelişmiş ülkelerde ve gelişmekte olan ülkelerde farklılık göstermektedir. Gelişmiş ülkelerde öne çıkan sorunlar, bu toplumların hâlihazırda modern toplumlar olması ve modern örgütlenme ve yasal çerçevelere sahip olmalarından dolayı daha kolay kontrol edilebilir. Gelişmiş ülkelerde yaşanan birinci sorun, turist akınlarının artmasıyla yerli halkın birtakım kültürel pratiklere ulaşamaması ve kendi yaşam alanlarından ya da kültürel etkinliklerinden dışlanması durumudur. İkinci sorun, turizmin merkezde yoğunlaşması ya da çevreye yayılması arasındaki ikilemdir. Turizmin merkezde yoğunlaşması, özellikle kent turizmi içinde görülür. Kentin belli bir kesiminin turistlere yönelik altyapı ve etkinliklerin odak noktası olması yerel yapının turist akınından daha az etkilenmesi anlamına gelmektedir. Bunun için İstanbul'da Sultanahmet bölgesi örnek verilebilir. Öte yandan, turizmin çevreye yayılması turistik etkinliklerin kent merkezinden çok, çevredeki doğal ve kültürel etkinliklere yönlendirilecek biçimde planlanması durumudur. Bunun için İzmir iyi bir örnektir. İzmir'de kent merkezi daha az turist alırken Selçuk, Efes, Çeşme, Urla gibi ilçeler daha çok turist almaktadır.

Gelişmiş ülkelerin deneyimlerini değerlendirmek için Batı Avrupa ve Kuzey Amerika'dan vereceğimiz örnekler açıklayıcı olacaktır. Paris dünyada yıllık olarak en fazla turist çeken turizm destinasyonudur. Kent nüfusu yaklaşık 12 milyon iken yıllık turist sayısı 30 milyona yaklaşmaktadır. Bu turistlerin yarısından fazlası yabancı turistlerdir. Örneğin Paris'in sembolü sayılan Eiffel Kulesi'nde bir anda binlerce turist dört farklı giriş kapısının önünde kuyruklar oluşturmaktadır. Bu durumda Paris'in yerli halkının kendi kültürel değerlerine ulaşması giderek zorlaşmaktadır.

Duygusal emek: Çalışanların, çalışma alanlarının koşullarına uygun biçimde duygusal tavırlar sergilemeleri duygusal emek anlamına gelmektedir. Özellikle hizmet sektöründe yer alan ve hizmet ürününün tüketiminde doğrudan yer alan çalışanlar, gerçek duygularını kontrol etmek ve sundukları hizmete uygun duygular sunmak zorundadırlar. Bir garsonun müşterinin taleplerine ve beklentilerine uygun olarak güler yüzlü ve kibar olması, kendi kişisel konumundan bağımsız davranması buna bir örnektir.

Ön yargı: Gündelik hayatta da sıklıkla kullandığımız bir terim, belli bir grubun üyelerine yönelik genel ve taraflı bakış açısı anlamına gelmektedir. Ön yargı, bir grubun üyelerini tanımadan oluşur, grubun homojen ve tek tip bir yapıya sahip olduğuna dayanarak değer yargısı yaratır.

Gelişmekte Olan Ülkelerde Küresel Turizmin Yarattığı Tehditler

Gelişmekte olan ülkelerde yaşanan birinci sorun, turizmin gelişmesini tamamlamasından kaynaklanmaktadır. Buna göre, turizme dayalı modernleşme ve turizm sektörünün mevcut tüm kaynakları ve alanları kullanarak yaygınlaşması, yerel kültürü şiddetli bir biçimde tehdit etmektedir. Tarımsal alanlar turizme yönelik otel, restoran ve eğlence yerlerine dönüşmüş; daha önce tarımda çalışan nüfus artık taksi şoförü, garson, otel çalışanı olarak çalışmaya başlamıştır. Turizmin bölgeye yönelik emek göçünü tetiklemesiyle birlikte geleneksel aile yapısı parçalanmış, benzer bir biçimde para ilişkisinin belirleyici olması geleneksel hane yapısı içindeki dayanışmayı da zayıflatmıştır. Örneğin para kazanmaya başlayan çocuklar aileleriyle yaşadıkları evden ayrıлып tek başlarına oturmayı tercih etmektedir. Kültürel değerlerin gerektiği gibi korunmaması, farklı kültürlerin istilasını kaçınılmaz kılmaktadır. Turist talebi, yerel kültürel arzdan baskın çıkmaktadır. Bu nedenle restoranlarda yerli halkın daha önce bilmediği yemekler sunulmakta, buna yönelik ürünler ithal edilmektedir. Örneğin Fethiye’de, Hint mutfağından Çin mutfağına kadar çeşitli seçenekleri bulmak mümkündür. Bu çeşitlilik küreselleşmenin bir uzantısı olsa da yerel kültürün geri planda kalmasına neden olmaktadır.

SIRA SİZDE



Küresel turizmin kültürel değerlere yönelik tehditlerini Türkiye’den örnek vererek tartışınız.

İkinci bir sorun, turistler ve yerli halk arasında hem sosyal hem de ekonomik olarak gözlemlenen kutuplaşma sorunudur. Çoğu zaman turistler için turizm destinasyonunda sunulan mallar ve hizmetler yerel halka sunulmamaktadır. Yerli halk turistlere sunulan hizmetlerden faydalanan alım gücünden yoksun olmaktadır. Bu sorunun bir başka boyutu turistlerin beklentilerini karşılayamayan çalışanlar söz konusu olduğunda, çalışanların yabancı çalışanlarla ikame edilmeleridir. Dünyanın farklı bölgelerinde işletmeleri olan Club Med, otellerinde sıklıkla Fransız çalışanları istihdam ederek kendi kültürel değerlerini muhafaza etmeyi hedefler, bu durum sömürgeciliğin yeniden inşası olarak da değerlendirilebilir (Turner ve Ash, 1976).

Üçüncü olarak turizmin gelişmesiyle birlikte suç oranlarında da artış görülmektedir. Bunun bir nedeni geleneksel toplumdan modern topluma geçişte geleneksel dayanışma mekanizmalarının ve toplumu bir arada tutan örf, âdet ve geleneklerin zayıflamasıdır. İkinci bir nedeni, turistler ve yerli halk arasındaki ekonomik farkların gözle görülür olması ve yerli halktan doğan tepkidir. Suçun artması sonucunda turistler ve yerli halk hem sosyal olarak, hem mekânsal olarak birbirilerinden ayrılmaktadır. Böyle bir turizm yapısı, turizmin başlangıçta dayalı olduğu kültürel yapıdan kopmasına da neden olmaktadır. Birçok turizm destinasyonunda turistler yankesicilere karşı uyarılmakta, yine de sıklıkla kalabalık turizm destinasyonlarında bu sorunun önüne geçilememektedir.

Son olarak turizmin gelişmesiyle turizm destinasyonlarında kültür çatışması gözlemlenmek mümkündür. Bu noktada yerli halk turistlere karşı olumsuz bir tavır geliştirmektedir. Zaman zaman bu olumsuz tavır bir direnişe de dönüşmektedir. Kurvaziyer turizminin önemli noktalarından biri olan Kuşadası, sıklıkla eşcinsel turistlerin bulunduğu gemilerin limana alınmaması ya da turistlerin gemiden indirilmemesi haberleriyle medyada yer alır. Bu durum geleneksel yapının, gelen turistlerin kimliklerini bir tehdit unsuru olarak algılamasından kaynaklanmaktadır. Kül-

tür çatışmasının boyutu, gelen turist sayısına, yerli halk ve turistler arasındaki sosyal ve ekonomik farklara, yaşam biçimlerinin benzeşmesine ve her iki grubun birbirinin normlarını belli oranda kabul etmesine dayalı olarak değişmektedir.

Küresel turizmin kültüre yönelik tehditlerini önlemek için hangi aktörler ne tür uygulamalar yapmalıdır, tartışınız.



SIRA SİZDE

YEREL KÜLTÜRÜ KORUMAYA YÖNELİK ÖNLEMLER

Yerel kültürü korumaya yönelik önlemleri değerlendirirken sürdürülebilirlik kavramı ile başlamak yararlı olacaktır. İlk olarak literatürde, “sürdürülebilir kalkınma” şeklinde yer bulan kavram, daha sonra turizm çalışmalarında “sürdürülebilir turizm” biçiminde ifade edilmiş, bu noktada doğal ve kültürel kaynakların gelecek nesiller için de yetecek biçimde kullanımını ifade etmiştir. Sürdürülebilir turizm anlayışının en önemli kazançlarından biri, bu yönde politika önerilerinde bulunması ve korumaya yönelik çeşitli araçları tanımlamasıdır. Mowforth ve Munt’a göre sürdürülebilirliğin araçları aşağıdaki gibidir:

- Bölgesel Koruma: Belli bir bölgenin milli park ya da koruma alanı ilan edilerek korunması.
- Sektörel Denetim: Bir bölgeden işletme sayısı, işletme büyüklüğü yayılımı konusunda düzenleme yapılması.
- Ziyaretçi Yönetim Teknikleri: Fiyatlandırma ya da motorlu taşıtların giriş çıkışı ile turist sayılarının denetimi.
- Çevresel Etki Ölçümü: Fayda - maliyet analizi ve çeşitli denetim teknikleri ile kaynak kullanımının kontrolü.
- Taşıma Kapasitesi Hesaplamaları: Bir bölgenin kaldırabileceğinden daha fazla turist almasını öngörmeye yönelik hesaplamalar.
- Danışma ve Katılım Teknikleri: Yerli halkın karar verme sürecinde dâhil olarak kendi taleplerini dile getirdiği çeşitli teknik yöntemler.
- Davranış Kuralları: Belli bir turizm bölgesinde mevcut yapının korunmasına yönelik davranışın önceden kurallarla belirlenmesi.

Bu yöntemlerin farklı biçimlerde de olsa Türkiye’de uygulandığını görmekteyiz. Örneğin Fethiye Ölüdeniz’e bilet alınarak girilmesi, İstanbul Büyükkada’ya taşıt sokulmaması ziyaretçi yönetim tekniklerinden bazılarıdır. Pamukkale’de travertenlerin içinde yapılan otellere denetim getirilmesi, sektörel denetim için örnektir. Türkiye’de birçok turizm destinasyonunda kültürel değerlerin korunmasına yönelik olarak sivil toplum kuruluşlarının etkinliklerini görmek mümkündür.

Coltman, turizm gelişmesiyle beraber yerel kültürün de dengeli bir biçimde korunması için sosyal taşıma kapasitesi kavramının altını çizer (Coltman, 1987). Buna göre, turizm gelişmesinin bir bölgenin sosyal taşıma kapasitesine göre denetim altında tutulması yerel halk için sağladığı faydaların ve sebep olduğu sorunların dengelenmesini sağlayacaktır. D’Amore, turizm planlamasına yönelik dokuz maddelik bir rehber sunar (D’Amore 1983). Buna göre,

- Yerel halkı turizmin sosyoekonomik katkıları konusunda bilgilendirecek kampanyalar yapılmalı,
- Turizm gelişmesi yerli halk tarafından belirlenen hedef ve önceliklere göre şekillendirilmeli ve turizm sektörü yerine yerli halk ne kadar değişim istediğine karar vermeli,
- Turizm bölgesine yönelik promosyonlarda yerli halk söz sahibi olmalı çünkü bu promosyonlar ne tür turistlerin geleceğini ve turist sayılarını etkilemektedir.

Fayda - maliyet analizi:

Yapılacak bir yatırımın etkinliğini ölçmek için kullanılan bu analiz yönteminde, yatırım projesinin topluma en düşük maliyetle en fazla faydayı sağlaması hedeflenmektedir. Bu noktada toplum için sosyal ve ekonomik beklentiler analitik bir çerçevede uzlaştırılmakta, yatırımlarda gereksiz harcamalar önlenmektedir. Bu analitik çerçeve, hem özel sektör hem de kamu sektörü yatırımlarında yaygın olarak kullanılan bir yaklaşımdır.

Sivil Toplum Kuruluşu: Sivil toplum kuruluşu, devlet ve piyasa örgütlenmesinin dışında kamusal alanda faaliyet gösteren, kâr amacı gütmeyen ve üyeliği gönüllülük esasına dayalı olan kurumsal yapıdır. Bu yapılar belli bir çıkar ve hedef etrafında örgütlenir, bu hedeflerini gerçekleştirmek adına lobi faaliyetleri ve ikna toplantıları gerçekleştirirler. Daha fazla farkındalık yaratmak için gösteriler, imza kampanyaları ya da benzeri toplu aktivitelerle bulunurlar.

- Turizme yönelik yerel fırsatların bütünlüğünü ve kalitesini korumaya yönelik çalışmalar hem kamu sektörü hem de özel sektör tarafından koordine edilmeli,
- Yerli halkların turizm gelişmesinden etkilendiği durumlarda bu halklar da planlama sürecinde dâhil edilmeli,
- Yerli sermaye, emek ve girişimcilik turizm gelişmesine dâhil edilerek turizm üzerinde yerel halkın kontrolü sağlanmalı,
- Turistik etkinliklerde yerel halkın katılımına yönelik fırsatlar yaratılmalı,
- Turizm destinasyonları kendi tarihlerini, yaşam biçimlerini ve coğrafi yerleşimlerini temsil eden temalar ve etkinlikler planlamalı,
- Yerel büyüme sorunlarını önlemeye yönelik çalışmalar turizm etkinlikleri başlamadan önce yapılmalıdır.

Sonuç olarak turizmin ekonomik etkileri kadar kültürel etkileri de önem taşımaktadır. Ancak ekonomik kalkınmanın kültürel koruma ile bir denge noktasında buluşması hem turizmin faydalarının maliyetinden fazla olmasını sağlayacak hem de bu faydaların daha uzun bir süre devam etmesini, gelecek nesillere de ulaşmasını sağlayacaktır. Bu bağlamda dikkat çeken, ekonomi ve kültür arasındaki dengeğin oluşması için farklı politika seçeneklerinin sunulmuş olmasıdır. Bu farklı politik seçeneklerinin başarıya ulaşması, eş zamanlı olarak ve çok yönlü bir biçimde uygulanmalarına ve turizm çerçevesinde yer alan tüm aktörler tarafından benimsenmelerine bağlıdır.



Özet



Turizm ve kültür arasındaki karşılıklı ilişkiyi açıklamak

Kültür, turizmin gelişmesindeki en temel kaynaklardan biridir. Somut ürünleri ve soyut biçimleriyle kültür, turizmin özgün bir değer yaratmasını sağlar. Ancak bu ilişkinin bir başka yansıması turizmin gelişmesiyle birlikte kaynak olarak kullandığı kültürü de değiştirmesidir. Burada ortaya çıkan ikilem turizm gelişmesine karşılık otantik kültürün korunması durumudur. Bu noktada ekonomik ve sosyolojik yaklaşımların çatışma içinde olduğunu görürüz. Turizm gelişmesinin ekonomik getirileri kültürel yozlaşmanın sosyal sonuçlarıyla çatışmaktadır.



Kültürün turizmin gelişmesindeki rolünü tanımlamak

Kültür, turizmin gelişmesinde merkezî bir rol oynar. Çeşitli yerel etkinlikler, karnavallar, bağbozumları veya hasat festivalleri turizmin zamansal ve sayısal organizasyonunu belirler. Özgün yaşam biçimleri ve otantik değerler turistlerde merak uyandırması nedeniyle turizm talebini belirler. Kültürlerin turizm aracılığıyla tanınması bir kar topu etkisiyle daha fazla turist akınına, daha fazla ekonomik gelire, daha fazla turizm gelişmesine yol açar. Bunun yanı sıra doğal kaynaklar kültürel yaklaşımlarla birleştğinde turizm için daha fazla anlam ifade eder. Deniz tek başına bir doğal kaynaktır ancak Mavi Tur ile bir kültür pratiğine dönüşmektedir. Kültür, turizmin doğal kaynakları değerlendirmesi için bir araçtır.



Turizmden kaynaklanan kültürel etkileşimi açıklamak

Kültürel etkileşim, birden fazla kültürün karşılaşması sonucu ortaya çıkan sosyal ilişkiler bütünüdür. Kültürel ilişkilerin sonuçları yerel halk için ve turistler için farklıdır. Turistler için kültürel etkileşimin sonuçları daha kısa bir süre geçerlidir. Oysa yerel halk kültürel etkileşime daha fazla maruz kaldığı için daha kalıcı bir etkiyle karşı karşıyadır. Kültürel etkileşimin sonuçlarının olumlu ya da olumsuz olması yaşam biçimlerindeki farka, yaşam standartlarındaki yakınlığa ve tarafların birbirlerine karşı ön yargı yaratıp yaratmamasına bağlıdır.



Küresel turizmin kültür için yarattığı tehditleri tanımlamak

Küresel turizmin kültür için yarattığı tehditler olarak otantik değerlerin kaybı, kültürün üretiminde kullanılan doğal kaynakların yok olması, yerel kültüre karşı küresel kültürel unsurların baskın bir biçimde yayılması sayılabilir. Otantik değerlerin kaybı kültürün geri gelemeyecek biçimde yozlaşması, kültürün anlam ve biçim bakımından değişmesi anlamına gelmektedir. Doğal kaynakların yok olması, Bodrum'da sünger avcılığının yok olması örneğinde olduğu gibi, kültürel etkinliklerin maddi koşullarının ortadan kalkması anlamına gelmektedir. Küresel kültür unsurlarının baskın olması ise markalaşmanın yaygınlığı, uluslararası zincirlerin yerel kültürü tehdit etmesi olarak değerlendirilebilir.



Kültürün korunmasına yönelik önlemleri açıklamak

Kültürün korunmasına yönelik önlemler sürdürülebilirlik anlayışına paralel olarak değerlendirilmiştir. Koruma sahalarının oluşturulması, etkin bir planlama sürecinin takip edilmesi, yerel halkın ve temsilci örgütlerinin planlama ve karar verme mekanizmalarına dâhil edilmesi, sektörel düzenlemelerle işletmelerin korumaya desteklerinin sağlanması, davranış kuralları ve buna ek olarak kültürel korumaya yönelik yasal çerçevenin ve yaptırım mekanizmalarının oluşturulması bu önlemler içinde yer almaktadır.

Kendimizi Sınayalım

1. Aşağıdakilerden hangisi insanların farklı amaçlar için yaşam alanlarından farklı ulaşım araçlarını kullanarak seyahat etmeleri ve belli bir zaman dilimi geçirmeleri anlamına gelmektedir?

- a. Seyahat
- b. Konaklama
- c. Turizm
- d. Yer değiştirme
- e. Tur

2. Aşağıdaki kuramcılardan hangisi toplumsal işbölümü ve buna bağlı olarak ortaya çıkan toplumsal dayanışma kavramlarıyla modern toplumun çözümlemesini yapmıştır?

- a. Marx
- b. Hegel
- c. Webber
- d. Hayek
- e. Durkheim

3. Aşağıdakilerden hangisi modern toplumlarda görülen gereksinimlerini piyasadan para karşılığında karşılayan bireylerin dayanışmaya mecbur kalmaları sonucu ortaya çıkan dayanışmadır?

- a. Toplumsal dayanışma
- b. Organik dayanışma
- c. Mekanik dayanışma
- d. Yapısal dayanışma
- e. Geleneksel dayanışma

4. Aşağıdaki toplumsal olaylardan hangisi kitle turizmi anlayışının oluşmasına öncülük etmiştir?

- a. Marksist devrim
- b. Sanayi devrimi
- c. Küba devrimi
- d. Meksika devrimi
- e. Fransız devrimi

5. Aşağıdakilerden hangisi “belli bir grubun ayırt edici özellikleri olan değerler, törenler ve yaşam biçimleri” olarak tanımlanır?

- a. Mekan
- b. Sosyallik
- c. Kültür
- d. Tarih
- e. Zaman

6. Aşağıdakilerden hangisi turizmin gelişmesinin olumsuz etkilerindendir?

- a. Bölgede gelirin artması
- b. Bölgede refahın artması
- c. Bölgedeki bireylere iş olanaklarının sağlanması
- d. Bölgedeki toplumsal ritüellerin gerçekleşmemesi
- e. Bölgede yeni iş imkanlarının yaratılması

7. Aşağıdakilerden hangisi kültürel değerlerin bireylere aktarımındaki önemli toplumsal ilişkilerden biridir?

- a. Bireyselleşme
- b. Yapısallaşma
- c. Sosyalleşme
- d. Zenginleşme
- e. Toplumsallaşma

8. Aşağıdakilerden hangisi turizmin birinci kaynaklarından biridir?

- a. Kar
- b. Yatak sayısı
- c. İnsan kalitesi
- d. Kültür
- e. Fiyat

9. Aşağıdakilerden hangisi metalaşma sürecini artırmıştır?

- a. Yerel üretimin yaygınlaşması
- b. Paranın yaygınlaşması
- c. Geleneksel üretimin yaygınlaşması
- d. Yerel işçilerin varlığının yaygınlaşması
- e. Yerel ekonomilerin yaygınlaşması

10. Aşağıdakilerden hangisi iki yılda bir yapılan ve düzenli olarak tekrar eden sanatsal ve kültürel faaliyetlerin bütününe verilen addır?

- a. Dıenal
- b. Bienal
- c. Zıenal
- d. Düenal
- e. Trienal

Yaşamın İçinden

“

‘İnsan Safarisi’ kabilelere tehdit

Hindistan’a bağlı Andaman Adaları’nda turizmin yeni adı ‘insan safarisi’ oldu. Kabilelerin arasına karışan turistler, yemek karşılığında yerlileri dans ettirip kendilerine ‘tatil anısı’ yaratıyor.

ÇAĞIL M. KASAPOĞLU

“Hadi kızım, göster amcalara dansını!” Hindistan’ın yerlileri işte bu talimatla başlıyor yarı çıplak bedenleriyle dans edip el çırpmaya. Kameraları ve fotoğraf makinelerini kendilerine yönelten, ‘insan safarisine çıkmış’ zengin turistlere ‘ne olmadıklarını’ hatırlatmak için kıvranıyor bedenleri. Bengal Denizi’nde Hindistan’a bağlı Andaman Adaları’ndaki Jarawa Kabilesi işte bu ‘insan avcısı’ yasa dışı safari turlarının merkezi hâline geldi. The Observer gazetesi, 7 Ocak’taki makalesi ve safariden çekilen görüntüleriyle kabilelerin nasıl sömürüldüğüne dikkat çekip Survival International adlı yerel halkları koruyan örgütün yıllardır duyurmaya çalıştığı suistimali tekrar gündeme taşıdı. Observer’in ortaya çıkardığı ve iki ay önce Andaman ve Nicobar Adaları’nın başkenti Port Blair’de çekildiği tahmin edilen görüntülerde turistler muz ve bisküvi fırlattıkları yerlilere karşılığında ‘dans etmeleri’ talimatını veriyor. Jarawa Kabilesi’nin hayatlarına tecavüz eden turistler öyle ‘insancıl ki’ üstüne bir de “Yemekleri paylaşın” diyor.

Ana yol geldi mertlik gitti

Survival örgütüne göre, Afrika’ya 55 bin yıl önce göç eden ilk insan nesli olduğu tahmin edilen Jarawa yerlilerinin sayısı 320. Kabilenin dış dünyayla tanışması ise 1998’de yaşadıkları bölgeye uzanan ana yolun inşasına dayanıyor. Ayağı kırılan kabilenin Enmai adlı genç üyesi tedavi için ana yolu takip edip hastaneye yatırılınca ormanın dışındaki hayattan çok etkileniyor ve dönüp bunu anlattığı diğer yerlilerin geleneklerini sorgulamasına neden oluyor. Bu tanışma da beraberinde, alkol ve tütün kullanımı, cinsel istismar ve salgın hastalıkları getiriyor. Bağışıklık sistemlerinin ‘dış dünyadaki’ hastalıklara alışık olmaması nedeniyle kabile üyelerinin sağlığı da tehlikeye giriyor.

Hindistan Anayasa Mahkemesi, kabile hayatının korunması için 2002’de bu yolun kapatılması yönünde karar alsa da Hint hükümeti buna yanaşmıyor. Yol kullanılıyor. Yasağa rağmen, bir kültürün yok olması tehdidinden çekinmeyen Hint polisi de birkaç yüz dolar rüşvetle turistlerin safari aracını kabilelere yönlendiriyor.

Hindistan’a Avrupa’dan da tepki var. Britanya milletvekili Mike Crockart, üç vekilin desteği ile birlikte Avam Kamarası’na sunduğu bir önerge ile Hindistan hükümetine ‘ana yolun kapatılması’ çağrısı yapılmasını talep etti. Antropologlar ise kabilenin dış dünyayla ortak yaşamaya zorlanmasının ‘soykırım’ olacağını savunuyor. İnternet sitesinden ‘insan avcılarına’ seslenen Survival Müdürü Stephan Corry ise öfkeli: “Bu hikâye leş gibi sömürgecilik ve utanç verici. Hayvanat bahçesi gibi insan bahçesini andırıyor. Görünen o ki bazılarının yerlilere tutumlarında zerre kadar ilerleme yok. Jarawa Kabilesi, birilerinin talimatıyla dans edecek sirk atı değildir.”

Jarawa’lar kimdir?

Afrika’ya göç eden ilk insanlar oldukları tahmin edilen Jarawa yerlilerinin serüveni 55 bin yıl öncesine dayanıyor. İsimlerini, Hintçede ‘Orman yerlileri’ anlamına gelen Jarawa’dan alan yerlilerin sayısının 320 olduğu düşünülüyor. Erkekler balık, domuz ve kertenkele avlarken kadınlar bal ve dut topluyor. Survival örgütü, kabilenin korunması için 1993’ten beri mücadele veriyor. Kabileye ulaşan yolun kapatılması için 2002’de mahkeme kararı çıktı ama ‘kendi geleceklerini kendilerinin tayin etmesinden yana’ olan Hükümet kararı uygulamıyor.

(...)

Kaynak: Radikal gazetesinden 12.2.2012 tarihinde yazdırılmıştır.

”

Okuma Parçası

'OTANTİK' NEREDE ARANIR?

Bugün turizm sektöründe uluslararası bir iş bölümü hâkimdir; İspanya daha çok denizi ve güneşi, İsviçre kayak olanakları ve İngiltere ise tarihi ile pazarlanmaktadır (Urry, 1990:108). 'Geleneksel' kültürlerini koruyarak yaşayan 'yerlileri' ve keşfedilmemiş bakir toprakları ile 'otantik' ve 'egzotik' olarak pazarlanan yerler, daha çok Asya, Afrika ve Pasifik Adaları'ndaki ülkeler ve bölgelerdir. Bu da bizi 'otantik' olana yönelik arayışın Oryantalist bir karakteri olduğu düşüncesine yaklaştırır. Doğu ile Batı, ilkel ile modern ve doğa ile kültür arasında kurulan ikili karşıtlık, turizmdeki temsillerde ve turistlerin imgeleminde hâlen canlılığını korumaktadır. Doğu Afrika broşürlerini incelediği makalesinde Edward M. Bruner Afrikalıların, Fabian'ın terimleriyle 'zamansal olarak' nasıl 'geriye itildiklerini' gösterir. Batılı turiste, egzotik Üçüncü Dünya ülkesinde hayatının sonuna kadar unutamayacağı ve tamamen yenilenmiş ve değişmiş olarak döneceği bir tatil vaad edilmektedir. Turist bu kadar kısa zamanda değişebilme kapasitesine sahipken Afrika'daki 'yerli', geçmiş zamanda kalmış ve uygarlıkla hiç tanışmamış gibi gösterilmektedir. Sömürgecilik, bağımsızlık savaşları, milliyetçilik, yeni ulusların doğuşu, iktisadi kalkınma, turizm ve modern teknolojiye rağmen Afrikalı sanki hiç değişmemiştir ve tarih öncesi ve 'ilkel' bir seyir nesnesi olarak pazarlanmaktadır (239-40). Doğu'nun Batı'nın geçmişi ile özdeşleştirilmesi, Aydınlanma'nın düz çizgisel zaman anlayışına dayanmakta ve Doğu'ya değişim ve dönüşümü yakıştıramayan bu anlayış, iki kültür arasında hiyerarşik bir ilişki kurmaktadır. Afrikalıların, Batılı turist tüketimine sundukları kültürel performanslar da Batılıların kafalarındaki imgeyle örtüşür niteliktedir (244). Bu noktada, Afrikalıların bu şekilde pazarlanışının turistlerin de onları aynı şekilde algıladığı anlamına gelmeyeceği itirazı dile getirilebilir. Turistler, 'geçmişte yaşayan otantik Afrikalının gerçeklikle örtüşmeyen bir reklam sloganı olduğunun farkında olabilirler ve reklamı yapılan yere saf ve değişmeden kalmış bir kültür bulma amacıyla da gitmiyor olabilirler. Ancak reklamlar, hâkim kültürel söylemi yansıtan ve yeniden üreten araçlar olarak turist talepleriyle örtüşmek durumundadır. Bire bir örtüşmeden söz edemesek bile reklamların, yaygın beklentilere seslendiğini rahatlıkla iddia edebiliriz. Aynı şey gezi dergilerindeki temsiller için de geçerlidir. Türkiye'de sayıları son yıllarda artan *Atlas*, *Tatil*, *Gezi* ve *Outdoor* gibi dergilerdeki Oryantalist temsiller, hem okuyucuların imge-

lemindeki Batı-dışı kültür kavrayışını yansıtmakta hem de bu kavrayışı pekiştirmektedir.

Bunca tarihsel olaya ve dış dünyayla her zaman var olan ve bazen hâkimiyeti de içerebilen ilişkilere rağmen, bir kültürün değişmeden kalmış olabildiğinin imkânsızlığı yargısı, bizi, 'en önce saf bir kültür vardı ama zamanla yok oldu' nostaljisine de götürmemelidir. Hiçbir toplum, dış dünyayla (ya da spesifik olarak sömürgeci Batı'yla) karşı karşıya gelmeden önce tekil bir kimlik veya gelenekler kümesine sahip değildi. Gelenek, statik değil aksine hep değişen bir şeydir. Antropolog Renato Rosaldo'nun (1989) bir toplumun değişmesinde rol almış sömürgeci, misyoner ve etnograf gibi insanların o toplumun müdahaleden önceki hâlini özlemeleri olarak tanımladığı *emperyalist nostalji* kavramının pekâlâ turizm için de açıklayıcı olabileceğini düşünüyorum. Emperyalist nostalji bir paradoksa dayanmaktadır: birisi bir yerdeki yaşamı değiştirir ve sonra da hiçbir şeyin eskisi gibi olmadığından şikâyet eder. Rosaldo'ya göre bu nostalji hissi hiç de masum değildir, aksine 'geleneksel'in, 'otantik'in yok oluşuna üzülen insanların oradaki dominasyon süreçlerinin içerisinde yer aldıkları gerçeğini gizleme ideolojik işlevine sahiptir (70). Turistlerin bir yerdeki varlığı oradaki toplum üzerinde dönüştürücü etkilere sahip olabilir. En tipik turist davranışlarından biri, gidilen yerin turistikliğinden ve turizmle beraber otantikliğini kaybetmiş olmasından şikâyet etmektir. Kendilerinin oradaki varlığını 'aslında ben bir gezginim, Japonlar turist' diyerek meşrulaştırmaya çalışanlar, turist ile gezgin arasında kurulan ayrımın sorgulanabilirliğinin* ve turist olarak oradaki dönüştürücü rollerinin farkında değillerdir. Ziyaret edilen yerin 'bozulmamış' hâline özlem duymak ideolojik bir şeydir. Susan Stewart'ın nostalji ile ilgili şu cümleleri gayet açıklayıcıdır:

"... nostalji her zaman ideolojiktir: peşinde olduğu geçmiş, bir anlatı olmak dışında hiçbir zaman var olmamıştır ve bu geçmiş bizi, her zaman kendini hissedilen bir eksiklik olarak yeniden üretmekle korkutur. Tarihe ve onun görünmeyen orijinlerine düşman ve yine de o orijinde yaşanmış bir tecrübenin saf bağlamının peşinde olan nostalji, ütopyacı bir yüze bürünür; bu yüz, gelecek bir geçmişe, sadece ideolojik bir gerçekliği olan bir geçmişe yönelmiştir" (Stewart: 23).

Kaynak: Asena Günal, Otantik Olanı Aramak, Birikim, 111-112, Temmuz Ağustos, 1998.

Kendimizi Sınavalım Yanıt Anahtarı

1. c Yanıtınız yanlış ise “Turizmin Tanımı” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
2. e Yanıtınız yanlış ise “Turizm ve Kültür Arasındaki Zorunlu Bağ” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
3. b Yanıtınız yanlış ise “Turizm ve Kültür Arasındaki Zorunlu Bağ” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
4. b Yanıtınız yanlış ise “Turizmin Tanımı” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
5. c Yanıtınız yanlış ise “Kültürün Tanımı” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
6. d Yanıtınız yanlış ise “Kültüre Yönelik Ekonomik ve Sosyolojik Yaklaşımlar” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
7. c Yanıtınız yanlış ise “Kültürün Tanımı” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
8. d Yanıtınız yanlış ise “Kültüre Yönelik Ekonomik ve Sosyolojik Yaklaşımlar” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
9. b Yanıtınız yanlış ise “Turizm ve Kültür Arasındaki Zorunlu Bağ” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
10. b Yanıtınız yanlış ise “Bir Turizm Türü Olarak Kültür Turizmi” konusunu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Ekonomik yaklaşım farklı düzeylerde ekonomik faydanın en yüksek düzeye getirilmesini hedeflemektedir. Bu yaklaşım bireysel düzeyde çalışanları, yapısal düzeyde ise işletmeleri, yerel ekonomileri ve son olarak bütün ülke ekonomisini kalkınmayı hedeflemektedir. Ancak bu yaklaşımdaki temel kısıt sosyal ve kültürel unsurları dikkate almaması, örneğin yerel halkların turizm konusundaki görüşlerini, gelecek kaygılarını ya da kültürlerini muhafaza etmeye yönelik taleplerini göz ardı etmektedir. Ayrıca ekonomik yaklaşımın sürdürülebilirlik gereksinimini ikinci plana atması, doğal ve kültürel kaynakların kısa zamanda tüketilmesi ne yol açarak turizm gelişmesinin de ömrünü kısaltmaktadır. Dolayısıyla turizmin ekonomik faydalarını çevreyi, kültürü ve insan hayatını koruyacak biçimde planlamak ve sınırlandırmak bir denge kurulmasını sağlayacaktır.

Sıra Sizde 2

Kültür, toplumun bütününe kapsayan değişken bir yapı unsurudur. Kültürün değişmesi yalnızca turizmin gelişmesine veya turist akını gibi dışsal faktörlerden değil aynı zamanda yerel nüfus artışından, ekonomik ilişkilerin değişmesinden ya da teknolojinin yaygınlaşmasından da kaynaklanır. Bu bağlamda otantik kalmak değişmemek anlamına gelmemelidir. Otantik olan değişmeyen özü ve özgünlüğü ifade etmektedir. Değişmeyen öz, uygulamalar veya kültürün üretimi ortadan kalksa bile temsili bir kültür mirasının korunması ile bu değerlerin tarihsel bir yaklaşımla muhafaza edilmesi, örneğin müzelerin yaygınlaştırılması ile mümkün olabilir.

Sıra Sizde 3

Öncelikle turistlerin kültürel değişimine baktığımızda, değişime ve öğrenmeye daha açık olduklarını söyleyebiliriz. Turistlerin seyahat etmelerinin birincil nedeni yeni bir kültüre duyulan ilgidir. Bu ilgi, bilgiye dönüşüğünde turistler daha fazla hoşgörü geliştirebilir, bu durum belli bir destinasyona tekrar gelmelerini sağlar. Ancak turistlerin kültürel deneyimlerinin olumsuz olması ön yargı yaratmalarına neden olabilir. Yerel halk açısından baktığımızda durum farklıdır. Kültürel etkileşim onların işlerinin bir sonucudur. Dolayısıyla eşitsiz bir ilişki içerisinde para karşılığı hizmet sunmaktadırlar. Turistlerin talepleri veya yerel kültüre uyumsuz davran-

nışları yerel halk arasında tepki ve hoşnutsuzluk yaratabilir. Turistlerden farklı olarak yerel halk kültürel etki-kileşime daha fazla ve daha farklı kültürlerle maruz kaldığından daha çok sıkıntı yaşayabilir.

Sıra Sizde 4

Türkiye’de küresel turizmin yarattığı en büyük tehdit küresel kültürel unsurların yerele daha baskın gelecek biçimde yaygınlaşması ve yerel kültürü tehdit etmesidir. Örneğin Fethiye’de balıkçılık yaygın olmasına ve yerel mutfak olmasına karşın Çin, Amerikan, Hint mutfağının yaygın alternatifler olarak çıkması yerel kültürün turizmdeki konumunu olumsuz etkilemektedir. Benzer bir biçimde Alanya’da yerel kültür ve el sanatlarının pazarlanması yerine uluslararası markaların yerel piyasada daha fazla yer alması turistlerin tüketim tercihlerinin yerelden küresele kaymasına neden olmaktadır. Küresel tercihlerin yerele karşı yaygınlaşması, bir turistin yerel mutfaka kıyasla uluslararası *fast food* zincirlerini tercih etmesine ve yerelin gelir ve değer kaybına yol açmaktadır.

Sıra Sizde 5

Küresel turizmin kültüre yönelik tehditlerini önlemek için devlet, piyasa aktörleri ve sivil toplum kuruluşlarına düşen çeşitli toplumsal sorumluluklar bulunmaktadır. Devlet hem merkezî yönetim hem de yerel yönetimler düzeyinde farklı politika seçeneklerine işlerlik kazandırarak yerel kültürleri korumalıdır. Sürdürülebilirlik uygulamaları, koruma alanlarının oluşturulması, halkı bilinçlendirmeye yönelik kampanyalarla yerel kültürün önemine dair farkındalık yaratılması gerekmektedir. Piyasa aktörleri, yani farklı büyüklükteki turizm işletmeleri, ekonomik çıkarlarını uzun vadeli olarak planlamalı ve kültürel değerlerin korunmasına yönelik politikalarda uzlaşmacı davranmalıdır. Büyük işletmeler için bir başka seçenek sosyal sorumluluk projeleri ile yerel halkları ve kültürü desteklemeleridir. Son olarak sivil toplum kuruluşları, yerel halkın örgütlenmesinde ve taleplerini dile getirmelerinde merkezî rol oynayacaklardır. Sonuçta yerel kültürün korunması ancak bütün bu farklı aktörlerin üzerlerine düşen sorumluluğu gerçekleştirmesiyle mümkün olacaktır.

Sıra Sizde 6

Türkiye için en önemli ve uygulanması gereken önlem, turizm planlamasıdır. Türkiye’nin küresel turizmle bütünleşen ilk destinasyonları Bodrum, Marmaris ve Kuşadası idi. Bu üç örnek de gerek kontrolsüz yapılaşma

gerekse doğal ve kültürel kaynakların kısa zamanda yok edilmesiyle dünya turizm piyasasındaki merkezî konumlarını kaybettiler. Bugün bu üç destinasyondaki binaları yıkmak, göçü geri çevirmek ya da denizi temizlemek ve canlandırmak mümkün değildir. Ancak henüz yapılaşmanın sınırlı olduğu, turizm gelişiminin başında olan destinasyonlar doğru planlama ile kaynaklarını etkin bir biçimde kullanabilir, turizmin faydalarını bu yolla en yüksek düzeye taşıyabilirler.

Yararlanılan Kaynaklar

- Coltman, Michael M. (1989). **Introduction to Travel and Tourism: An International Approach**, Van Nostrand Reinhold Pub.
- D’Amore, L. (1983). **Guidelines to Planning in Harmony with the Host Community**. In P.E. Murphy (Ed.), *Tourism in Canada: Selected issues and options* (pp. 135-159). Victoria, BC: University of Victoria, Department of Geography.
- Fridgen, J. D. (1991). **Dimensions of Tourism**, Educational Institute Books.
- Giddens, A. (2008). **Sosyoloji**, Kırmızı Yayınları.
- Mansur, F. (1972). **Bodrum: A Town in The Aegean**, E.J. Brill.
- Mansur, F. (1999). **Dün-Bugün: Bodrum**, Adam Yayıncılık.
- Mowforth, M.ve I. Munt, (2000). **Tourism and Sustainability: New Tourism in the Third World**, Routledge.
- Rojek, C. ve J. Urry, (2002). **Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory**, Routledge.
- Smith, V. L. (der.), (1989). **Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism**, University of Pennsylvania Press.
- Talas, M. (2010). **Sosyoloji**, Nobel Yayınları.
- Tucker, H. (2003). **Living With Tourism: Negotiating Identities in a Turkish Village**, Routledge.
- Turner, L.ve J. Ash. (1976). **The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery**, St Martin’s Press.
- Urry, J. (2002). **The Tourist Gaze**, Sage.

6

Amaçlarımız

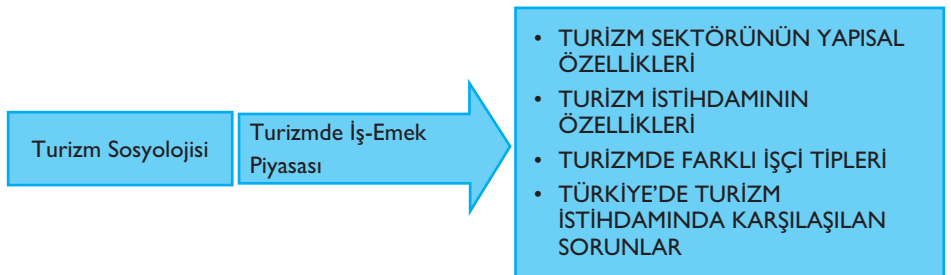
Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Turizm sektörünün yapısal özelliklerini tanımlayabilecek,
- Turizmde çalışmanın özel koşullarını açıklayabilecek,
- Farklı işçi tiplerini tanımlayabilecek,
- Türkiye’de turizmde öne çıkan istihdam sorunlarını açıklayabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Küresel Turizm
- Mevsimsellik
- Mekânsallık
- Kayıt Dışılık
- Esneklik
- Yerel İşçiler
- Yerel İşletmeciler
- Göçmen İşçiler
- Kent İşçileri
- Doğrudan İstihdam
- Dolaylı İstihdam

İçindekiler



Turizmde İş-Emek Piyasası

TURİZM SEKTÖRÜNÜN YAPISAL ÖZELLİKLERİ

Küresel Turizmin Yapısı

Günümüz turizminin en belirgin yapısal özelliği küresel bir nitelik taşıyor olmasıdır. İletişim ve ulaşım teknolojilerinin gelişmesi, maliyetlerinin düşmesi ve dolayısıyla yaygınlaşması, artık daha fazla yerleşim alanının turizm destinasyonu olarak öne çıkmasına ve daha fazla insanın turist olarak daha uzun mesafelere, daha farklı turizm aktivitelerine yönelmesine yol açmıştır. Bunun sonucunda turizm piyasasının genişlediğini, bu piyasa içindeki rekabetin arttığını da söylemek mümkündür.

Söz konusu küresel turizm piyasası içinde farklı turizm işletmeleri çeşitli turizm ürünleriyle turistlerin ilgisini çekmeye çalışmaktadır. Bu noktada işletme büyüklüğü, bir başka yapısal özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir yandan, küreselleşmeyle birlikte dünyanın neresinde olursa olsun aynı hizmet standardını ve aynı ürünleri sunan marka işletmelerden söz edebiliriz. Büyük otel zincirleri, fast food ya da restoran zincirleri, bunları tamamlayan eğlence merkezleri turistlerin yeni bir destinasyonda yabancılik çekmeden kalmalarını, bir şekilde kendilerini evde hissetmelerini sağlamaktadır. Öte yandan, daha otantik ve bozulmamış bir turizm anlayışına sahip turistler, turizm destinasyonlarının yerli halkı tarafından sunulan hizmet ve ürünleri tercih etmektedirler. Bu noktada yerel yemekler, yerel konaklama seçenekleri ya da eğlence olarak yerel festivaller ya da müzik tercihleri bu ikinci tür turistlerin taleplerini karşılamaktadır. Bu işletmeler, yerli halk tarafından kuruldukları için daha çok küçük çaplı, sezonluk çalışan ve piyasa içinde rekabeti güçlü olmayan ekonomik birimlerdir. Dolayısıyla, turizm sektöründe farklı talepleri karşılayacak az sayıda büyük ve daha fazla küçük işletmelerin bulunduğunu söylemek mümkündür. Turizmin küreselleşmesiyle birlikte burada anlatılan büyük ve küçük işletmeler de etkileşim içine girdiler. Bu etkileşim, küçük işletmelerin hizmet standartlarını rekabetçi bir biçimde geliştirmelerini sağlarken büyük işletmelerin de otantik unsurları kapsayıcı pazarlama yaklaşımları geliştirmelerine yol açtı. Bu dönüşümlerin kuşkusuz emek açısından da yapısal sonuçları ortaya çıktı.

Otantik: Kelime anlamıyla “Eskiden beri mevcut olan özelliklerini taşıyan” anlamını taşıyan otantik sözcüğü turizm bağlamında bir destinasyonun bozulmamış özgün kültürel özelliklerine değinmektedir. Ancak turizmle birlikte bu özgün kültürün metalaşması, yani piyasada satılan bir ürüne dönüşmesi özgünlüğünü tehdit etmektedir. Otantik kavramı turizmin en tartışmalı unsurlarından biridir.

Turizm sektöründe yer alan büyük ve küçük işletmeleri hizmet standardı, ürün çeşitliliği ve kültürel özellikler açısından karşılaştırınız.



SIRA SİZDE

Günümüz turizminin bir başka belirgin özelliği ise çeşitliliğidir. Turizmin bir sosyal etkinlik olarak ortaya çıktığı tarihsel sürece baktığımızda, en yaygın turizm türünün deniz turizmi olduğunu söyleyebiliriz. Sanayi Devrimi sonrasında kitlelerin tarım yerine sanayide istihdam edilmesi, yıllık tatil zamanının da belirli bir süreyle ve yılın belirli bir zamanıyla sınırlanmasına yol açtı. Bu süreçte deniz turizmi, deniz-kum-güneş üçlemesiyle tanımlanan geleneksel biçimini aldı. Bugün, artan iletişim ve ulaşım olanakları, yeni turizm destinasyonlarının da katılımıyla farklı turizm seçenekleri sunmaktadır. Örnek olarak inanç turizmi kutsal mekânların ziyareti, sağlık turizmi sağlık sorunlarının tedavisine yönelik, termal vb. kaynakların kullanımı, gastroturizm farklı yerel lezzetlerin denenmesine yönelik bir turizm anlamına gelmektedir. Dolayısıyla bugün turizmde belirleyici olan çeşitlilik artan turizm destinasyonları kadar turistlerden gelen farklı taleplerle de ilişkilidir. Ancak sayısal olarak bakıldığında, deniz-kum-güneş üçlüsüne dayalı klasik turizm anlayışı en yaygın turizm türü olarak birincil konumunu devam ettirmektedir.

K İ T A P



Smith, Valene L. Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism (University of Pennsylvania Press. 1989) adlı kitapta turizm üzerine etnolojik çalışmalara ilişkin ayrıntılı bilgiye ulaşabilirsiniz.

Farklı turizm türleri kadar farklı turist türleri de turizmdeki çeşitliliği artırmaktadır. Bireylerin ekonomik durumu, eğitim düzeyleri, bireylerin yaşı, sosyal ve kültürel birikimleri turizm konusundaki tercihlerini de belirlemektedir. Örneğin gelir düzeyi kısıtlı öğrenciler yaygın olarak sırt çantalarıyla küçük bütçeli tatilleri tercih ederken gelir düzeyi yüksek olan genellikle orta yaşlı bireyler, kişiye özel hizmetlerin sunulduğu butik tatilleri tercih ederler. Bu farklılık, turizm piyasasındaki çeşitliliği artıran unsurlardan biridir.

Buraya kadar anlatılan yapısal özellikler dışında, turizm sektörünün işleyişindeki özgün koşullar turizm istihdamının özelliklerini de belirler. Bir başka deyişle, bir emek piyasası olarak düşünüldüğünde turizm sektörünün kendine has çalışma koşulları bulunmaktadır. Bu özgün koşulları tek tek değerlendirerek turizm sektöründe çalışma hayatına dair bir öngörü elde etmek mümkündür.

Turizm Hizmetlerinin Çeşitliliği

Turizm sektörü, belli bir tatil süresi boyunca turistlerin yaşamsal ihtiyaçlarının yanı sıra eğlence ve rekreasyon taleplerini de karşılamayı hedefler. Bu farklı ihtiyaç ve talepleri karşılamak için de bünyesinde farklı hizmet ve ürünleri barındırır. Yaşamsal ihtiyaçları karşılamaya yönelik olarak turizm ulaşım, barınma, yeme içme, temizlik hizmetleri sunar. Bunun yanı sıra, eğlence, gezi ve dinlenmeye yönelik özel hizmetler de turizm sektörünün iş alanının bir parçasıdır. Bunca farklı üretim alanlarını kapsayan turizm sektörü içinde tek tip bir turizm çalışanı tanımlamak oldukça zordur. Örneğin ulaşım alanında çalışan birinin ihtiyaç duyacağı vasıflar, yeme içme alanında çalışan birinden farklı olacaktır. Daha açıkça, bir şoför, bir kat görevlisi ve bir garson turistlere farklı hizmetler sunmaktadırlar.

Mevsimsellik

Her ne kadar küreselleşmeyle birlikte yeni turizm çeşitleri ortaya çıksa da, daha önce de belirtildiği gibi turizm hala deniz-kum-güneş temelli kitle turizmi ağırlıklıdır. Bu nedenle turizm sektörünün en önemli özelliklerinden biri de mevsimsel olmasıdır. Dünya nüfusunun büyük kesiminin kuzey yarı kürede yaşaması, küresel

turizmin özellikle yaz aylarında artış göstermesi anlamına gelmektedir. Turizm destinasyonları açısından bakıldığında, turizm sezonu doğrudan iklimle, özellikle hava sıcaklığı ile ilgilidir. Türkiye’de birçok turizm destinasyonu turizmin mevsimselliği için örnek olabilir. Örneğin Antalya, iklimin sıcak olması ve deniz suyu sıcaklığının yılın büyük bir bölümünde denize girmeye elverişli olması nedeniyle ülkemizin en gelişmiş turizm merkezlerinden biridir. Öte yandan Kuzey Ege destinasyonları, örneğin Ayvalık ya da Assos, yaz mevsiminin kısa sürmesinden dolayı daha kısa bir turizm sezonuna sahiptir. Bu nedenle Antalya’da turizm işletmeleri dokuz ay açık kalırken Kuzey Ege’dekiler ancak beş ya da altı ay açık kalabilirler. Turizm sektörünün mevsime göre belirlenen yapısı, turizm çalışanlarının istihdam süresi açısından da belirleyici olacaktır. Bu konu bir sonraki başlıkta tekrar değerlendirilecektir.

Mekânsallık

Turizm sektörü, mevsimsel olmasının yanı sıra, mekânsal olarak birtakım turizm kaynaklarının bulunduğu yerlerde gelişmektedir. Turizmin kaynakları deniz-kum-güneş ya da benzer doğal kaynaklar olabildiği gibi, tarihi veya kültürel kaynaklar da olabilir. Bu tür kaynakları turizmin taşınmazları olarak düşünmek mümkündür. Bir başka deyişle, turizm sektörü yalnızca doğal ve kültürel kaynakların bulunduğu yerlerde gelişeceğinden bir sanayi sektörü gibi bir bölgeden başka bir bölgeye taşınmaz. Bir tekstil ya da bir ayakkabı fabrikası, değişen sosyal ve ekonomik koşullara bağlı olarak yer değiştirebilir, yeniden inşa edilebilir. Oysa bir otel ya da bir tatil köyü, bulunduğu yerin doğal ve kültürel kaynaklarından gelen çekiciliğinden faydalanacağı için bir başka yere taşınmaz. Mevsimsellik ile birlikte mekânsallık da turizm sektörünün yapısal kısıtlarından biridir. Bu iki kısıt, turizmde yenilik ve değişim açısından belirleyici olmaktadır.

İklim ve mekân turizm gelişiminde belirleyici ise, bu turizmin yalnızca ılıman iklimli kıyı bölgelerinde gelişeceği anlamına gelir mi?



SIRA SİZDE

TURİZM İSTİHDAMININ ÖZELLİKLERİ

Turizm konulu bilimsel araştırmaları bir bütün olarak değerlendirdiğimizde, turizm literatürü içinde emek çalışmalarının oldukça az çalışılmış bir alan olduğu dikkat çekmektedir. Bunun yanı sıra, literatürde emek genel olarak bir üretim girdisi olarak değerlendirilmekte, bu nedenle emeğin sosyal yapısı, turizmdeki üretim ilişkilerinin toplumsal sonuçları, turizmde çalışanların çalışma koşulları ve sosyal ve ekonomik konumlarındaki dönüşümler göz ardı edilmektedir. Bu noktada insan kaynakları yaklaşımı ile emek yaklaşımını birbirinden ayırmakta fayda vardır. İşletme biliminin bir alt kolu olan insan kaynakları yaklaşımı, turizm istihdamını emeğin üretkenliği, ücretlendirme, vasıf oluşumu ve kariyer gelişimi açısından değerlendirmektedir. Buna karşılık emek çalışmaları daha çok sermaye ve emek arasındaki sınıf ilişkisi, emek sömürsü, kapitalist üretim sonucu ortaya çıkan eşitsizliğin sosyal sonuçları ile ilgilenmektedir. Turizm sosyolojisi içerisinde de turizm istihdamının sosyal belirleyicilerine değinmek kaçınılmaz olacaktır.

Bir hizmet sektörü olan turizm sektöründe emek, diğer hizmet sektörlerinden farklı özelliklere sahiptir. Turizmde çalışanlar, barınma, yeme-içme ve eğlence gibi kişisel hizmetlerin sunumundan sorumlu olduklarından, bu hizmetlerin hem üretim hem tüketim aşamasında yer alırlar. Urry, bu noktada turizmde hizmetlerin üretimi süreci kadar sunumunun da önem taşıdığını vurgular (Urry, 2002). Tüketi-

İnsan Kaynakları Yönetimi:

Bir işletme bünyesinde çalışanların verimliliğini, etkinliğini ve genel olarak çalışma potansiyelini maksimum düzeyde kullanarak emek maliyetlerini en aza indirirken kârı en yüksek düzeye çıkarmayı hedefleyen bir bilimsel yaklaşımdır. Bu yaklaşımın içinde iş analizi ve iş tanımları, planlama, işe alma sürecinin düzenlenmesi, eğitim, kariyer geliştirme, ücret politikaları gibi konular stratejik önem taşımaktadır.

ci ile doğrudan bir ilişki kurdukları için harcadıkları emeğin duygusal ve estetik bir boyutu vardır. Riley, Ladkin ve Szivas'ın çalışması turizm istihdamının özgünlüğünü açığa çıkaran önemli çalışmalardan biridir. Yazarlar, belli bir işte çalışmanın davranışlara yansıdığını ve birtakım psikolojik sonuçları olduğuna işaret etmektedir. Turizmdeki psikolojik sonuçlar, herhangi bir işte çalışmaktan kaynaklanan ücret beklentisi ya da otorite ilişkisinin sonuçlarından farklı olarak üretim ve tüketim aşamalarının kesişiminden ve bu kesişim noktasında emeğin merkezi konumundan kaynaklanır. Bütün bu özgün unsurlar, turizmi emek-yoğun bir çalışma alanı yapar. Bir başka deyişle, turizmde emeğin yerine sermaye, teknoloji ya da maki-neleşme gibi seçenekleri koymak mümkün değildir. Bu durum, turizm hizmetle-rinde emeğin merkezi konumuna işaret eder.

Turizm istihdamı, küreselleşmeyle birlikte üretim sürecinde öne çıkan değişikliklerden etkilenmektedir. Özellikle hizmet sektörünün büyümesiyle birlikte yaygın olarak görülen bu özellikler, turizm sektöründe çalışma koşullarını büyük ölçüde tanımlamaktadır. Küreselleşmenin emek üzerindeki etkisini beş temel noktada özetlemek mümkündür. Birinci olarak, esnek uzmanlaşmanın hâkim üretim modeli olarak gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde uygulanması, emeğin daha az sosyal güvence ve iş güvencesi elde etmesine neden olmuştur. Buna bağlı olarak üretimin dünya piyasalarındaki talep dalgalanmalarından doğrudan etkilenmesi istihdamın genel olarak düzensizleşmesine, özel olarak turizmde ise mevsimselleşmesine yol açmıştır. Küresel piyasalarda yer alan bütün ekonomik sektörlerde olduğu gibi turizmde de kayıt dışı istihdam emek maliyetlerini azaltan bir strateji olarak yaygınlaşmıştır. Bütün dünyada giderek zorlaşan istihdam koşullarına razı geldikleri için ve daha ucuza çalıştıkları için kadınlar ilk sıradaki ucuz emek kaynağı haline gelmiştir. Türkiye’de turizm gelişimi tarihsel ve bölgesel olarak analiz edildiğinde kadın istihdamını artıran bir yönü olduğu gözlemlenmektedir. Son olarak küreselleşmeyle birlikte sermaye ve emek arasındaki uzlaşının çözülmesi ve devletlerin sermaye yanlı politikaları örgütlü emek hareketlerine ket vurmuştur. Bütün dünyada sendikal hareket hem üye sayıları hem de mücadele kazanımları açısından gerilemiştir. Turizm burada kısaca özetlenen bütün bu gelişmelerden doğrudan etkilenmiştir. Kayıt dışı ve düzensiz istihdam sektörün mevsimlik işleyişiyle yapısal bir durum haline gelmiş; turizm hizmetlerinin ev hizmetlerine benzemesi nedeniyle de kadın istihdamı artmıştır. Sendikalaşma açısından değerlendirdiğimizde dünyadaki ve Türkiye’deki diğer örneklerle benzer bir biçimde turizm sektöründe sendikalaşma toplam işçi sayısının %1 düzeyinin altındadır. Kurulan yeni sendikalar veya sendikalara yeni katılımlar sektörün büyüme hızı göz önüne alındığında bu oranı iyileştirmemektedir.

Kaba bir değerlendirmeye Türkiye’de turizm sektöründe doğrudan ve dolaylı olarak istihdam edilen yaklaşık iki milyon emekçinin çalıştığını söylemek mümkündür. Ancak bu noktada turizm istihdamının ölçümüyle ilgili bazı sıkıntılar gerekçek bir veriye ulaşılmasını engellemektedir. Öncelikle, çalışanların mevsimlik çalışması, zaman zaman ücretsiz aile işçiliği örneğinde olduğu gibi kayıt dışı olarak çalışmaları, bunun yanı sıra düzensiz çalışmadan dolayı iş değiştirme oranlarının çok yüksek olması, bir başka deyişle istihdamın süreklilik göstermemesi toplu veri elde edilmesini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle, daha küçük bölgelerde daha küçük örneklemeler üzerinden ölçülen **uyarılmış istihdamı** saptamak Türkiye gibi büyük bir turizm sektörüne ve farklı destinasyonlara sahip bir ülke için daha da zorlaşmaktadır.

Doğrudan ve dolaylı istihdam: Turizmde doğrudan istihdam barınma, yeme-içme ve eğlence gibi turizm hizmetlerinde çalışanları içermektedir. Buna ek olarak turizm hizmetlerini destekleyen ulaşım, temizlik, gıda üretimi, toptancılık gibi alanlarda çalışanlar turizmde dolaylı istihdam için örnek olmaktadır.

Uyarılmış istihdam: Doğrudan ve dolaylı istihdamdan farklı olarak belli bir bölgede turizmin gelişmesi ve ekonomik büyüme, farklı mal ve hizmetlere yönelik talebi artırdığı için genel bir ekonomik canlanma yaratır, bunun sonucunda turizme bağlı uyarılmış istihdamdan ortaya çıkar.

Türkiye’de turizm istihdamının önemini daha iyi anlamak için istihdam rakamlarına bakmakta fayda olacaktır. Aşağıdaki tablo, Türkiye’de son on yılda turizm istihdamındaki artışı göstermektedir.

	Doğrudan İstihdam	Doğrudan ve Dolaylı İstihdam
2000	543.3	1565.6
2001	538.8	1793.9
2002	535.2	1758.6
2003	568	1852.8
2004	521.5	1853.7
2005	474	1794.3
2006	495.4	1747.3
2007	441.4	1710.4
2008	461.1	1756.1
2009	459.1	1773.6
2010	477.4	1834.0

Tablo 6.1

Türkiye’de Turizmde Dayalı Doğrudan ve Dolaylı İstihdam (000)

Kaynak: World Travel and Tourism Council, <http://www.wttc.org>.

Uluslararası turizm verilerinde dünya ve Türkiye rakamlarını karşılaştırmak için, World Travel and Tourism Council, <http://www.wttc.org>.



İNTERNET

Turizm emek piyasasında yer alan işleri sınıflandırmamız gerekirse, **birincil iş-gücü piyasası** ve **ikincil iş-gücü piyasasını** birbirinden ayırmamız uygun olacaktır. Birincil iş-gücü piyasasında daha çok pazarlama, yönetim, organizasyon, muhasebe ya da insan kaynakları gibi işletme hizmetlerini kapsayan daha fazla eğitimli ve vasıflı iş-gücü gerektiren işlerden söz etmek mümkündür. Bu tür işlerde çalışanlar turizmin mevsimlik özelliklerinden ya da esnek istihdamından etkilenmez. Genellikle yıl boyu çalışırlar, iş güvenceleri ve sosyal güvenceleri süreklilik gösterir. Bu grubu turizm beyin gücü olarak değerlendirmek yanlış olmaz. İkincil iş-gücü piyasasında ise turizm hizmetlerini doğrudan üreten, çoğu zaman eğitim düzeyi sınırlı ve vasıflarını çalışma sırasında kazanan bir grup yer alır. Turizmin mevsimlik, esnek ya da kayıt dışı ve düzensiz istihdam biçimleri bu grubu doğrudan etkiler. Bu nedenle ikincil iş-gücü piyasasında iş güvencesi veya sosyal güvence sınırlıdır. Bu grup turizmin kol gücüdür, sektör içinde en zorlu koşullarda çalışan kesimdir. Güvencesiz çalışmanın yanı sıra, özgün bir vasıfları olmaması nedeniyle kolayca vazgeçilebilir, ikame edilebilir bir gruptur.

Küreselleşmeyle birlikte yaygınlaşan standart dışı istihdam biçimlerinde olduğu gibi bu alanda da çalışma koşulları emek sömürüsüne bir örnek teşkil etmektedir. Öncelikle yasal standartların üstünde çalışma saatlerine karşılık ücretler asgari düzeydedir, fazla mesai ödemesi söz konusu değildir. Bunun yanı sıra sunulan turizm hizmetlerinin standartlarına kıyasla işçilere sunulan çalışma koşulları, örneğin yemekler, barınma imkânları, dinlenme süreleri emeğin kendini yeniden üretmesine imkân tanımamaktadır. Bu anlamda turizm istihdamı, modern kapitalist üretim içinde emeğin **yabancılaşmasına** neden olmaktadır.

Esneklik

Küresel ekonomide kullanılan en yaygın üretim modeli esnek uzmanlaşmadır. Üretimin dünya piyasasındaki talebe göre değişkenlik göstermesi, çalışanların da

Birincil ve İkincil Emek Piyasaları: Emek çalışmalarında emek piyasasında yer alan işler iş güvencesi, ücretler, işin niteliği ve çalışma koşullarına göre sınıflandırılırlar. Buna göre birincil emek piyasası yüksek vasıf ve eğitim gerektiren iş alanlarının yer aldığı yüksek ücret ve güvence sağlayan işleri kapsar. İkincil emek piyasası vasıfsız ya da yarı vasıflı emeğe yönelik düzensiz ve esnek çalışma koşullarına sahip düşük ücretli işleri kapsar. Küreselleşme süreci özellikle gelişmekte olan ülkelerde ikincil emek piyasasının genişlemesine yol açmıştır.

Yabancılaşma: Karl Marx tarafından tanımlanan yabancılaşma kavramı, sermaye ve emek arasındaki eşitsizliğe dayalı kapitalist üretim sürecinde insanın kendi emeğine, sosyal konumuna ve içinde bulunduğu sosyal ilişkilere yabancılaşması, bir başka deyişle insanın kendi doğasından kopması olarak açıklanmaktadır. Sermaye tarafından belirlenen bir düzen içinde sürekli kendi gelecek hedeflerinden ve beklentilerinden uzak bir biçimde üretmek zorunda kalan emek, bir zaman sonra bu üretimin sosyal sonuçlarına yabancılaşmaktadır.

üretimin bir bölümünden başka bir bölümüne kaydırılabilmesi anlamına gelir. Turizm sektöründe, turist sayılarının arttığı yaz aylarında çalışan sayısı da hizmetleri karşılamak için artış gösterir. Büyük otellerde sürekli doluluk yaşandığı bu dönemlerde, hem çalışan sayısı artar hem de çalışma süreleri uzar. Küçük işletmelerde, örneğin turizmde yaygın olarak görülen aile işletmelerinde ise, artan turist sayısı aile bireylerinin işletmeye çalışarak destek vermesiyle karşılanır. Tam tersi bir durumda, yani turist sayısının azaldığı sezon sonu veya kış aylarında, çalışanlar ya uzun süreli izne gönderilir ya da ücretleri azaltılır. Çalışma koşullarındaki talebe dayalı değişkenlik esneklik olarak tanımlanmaktadır.

Esnek uzmanlaşmaya dayalı üretimde esneklik, istihdamın da çalışan sayısına, çalışma süresine ve ücretlere göre esnek olmasını beraberinde getirir. Munck, üretim sürecindeki unsurların yanı sıra coğrafi esnekliğin de esneklik kavramını bir bütün olarak anlamamız için gerekli bir boyut olduğunu savunur. Coğrafi esneklik, üretim sürecinin küresel düzeyde ucuz emeğin belirlediği biçimde yer değiştirebilmesini ifade eder (2002:72). Turizm sektöründe de çok uluslu turizm şirketlerinin belli bir bölgede yatırım kararlarını belirleyen unsurlardan biri o bölgede ucuz emek rezervinin bulunmasıdır. Esnekliğin en önemli özelliği hangi yönüyle uygulanırsa uygulansın sermaye yanlı bir sistem olması ve emek yönlü bir ilgisinin olmamasıdır.

Kayıt Dışılık

Dünyada ve Türkiye’de turizmde çalışmanın en belirgin özelliklerinden biri kayıt dışı çalışmanın yaygın olmasıdır. Kayıt dışı istihdam, çalışanların sosyal güvenlik sistemine kayıtlı olmamasından dolayı iş güvencesi ve sosyal haklardan yoksun kalmaları, işverenin ise çalışan sayısını düşük göstererek prim ve vergi sorumluluğundan kaçınması anlamına gelmektedir. Turizm sektöründe esnek istihdam, çalışanların mevsimlik olarak çalışmaları, profesyonel işe alma süreci yerine kişisel ilişkilerle belirlenen işe alma süreci kayıt dışı çalışmayı destekleyen unsurlardır.

Kayıt dışı istihdam büyük işletmelere kıyasla daha çok küçük işletmelerde görülmektedir. Turizmdeki küçük işletmeler çoğu zaman turizm destinasyonunun yerli nüfusu tarafından kendi kaynakları üzerinde inşa edilmiş pansiyon, küçük otel, restoran ya da kafe türü işletmelerdir. Bu işletmeler çoğu zaman çalışan istihdam etmek yerine aile üyelerinin çalışmasıyla iş gücü ihtiyacını karşılamaktadır. Dolayısıyla küçük yerel işletmelerde ücretsiz aile işçiliği yaygın bir kayıt dışı istihdam biçimidir. Aile üyelerinin sigortasız çalışmalarının yanı sıra ücretsiz çalışmaları da yaygın bir durumdur. Burada kayıt dışı istihdamın ücretsiz aile emeğiyle aynı anlama gelmediğini vurgulamak gerekir. Kayıt dışı istihdam daha çok kişisel ilişkilerin belirleyici olduğu aile işletmelerinde görülür ancak başka işletmelerde de görülmesi mümkündür.

Kayıt dışı istihdamın bir başka boyutu da özellikle turizm destinasyonuna bir başka yerden göç eden işçilerin kayıt dışı çalışmalarıdır. Yeni gelenlerin işe alımda belirleyici olan kişisel ilişkilerin ve sosyal ağların dışında kalmaları iş gücü piyasasında güçsüz bir konuma itilmelerine sebep olmaktadır. Özellikle göçmen işçilerin kayıt dışı çalışması birtakım sosyal sorunlara yol açmakta, turizm sektörü açısından da istikrarlı bir çalışma ortamını tehdit etmektedir.

Kayıt dışı ekonominin ya da kayıt dışı istihdamın yarattığı en önemli sorunlardan birisi ölçüm sorunudur. Bu ölçüm sorunu, turizm sektörünün ekonomik göstergelerinin netleşmesi ve turizm planlaması yapılması açısından sorun yarattığı kadar, turizm istihdamı hakkında sağlıklı verilere ulaşılmasını da engellemektedir.

Turizmin sosyal ve ekonomik getirileri göz önüne alındığında kayıt dışı ekonominin ve istihdamın vergilendirilmemesi, turizm gelirlerinin yeniden dağıtımı açısından da sorun yaratmaktadır.

Düzensizlik

Küreselleşmeyle birlikte yaygınlaşan esnek üretim, yarı-zamanlı, parça başı ve ev eksenli istihdam gibi farklı istihdam biçimlerinin de daha fazla kullanılmasını beraberinde getirdi. Bu istihdam biçimlerinin ortak özelliği süreklilik göstermemesi, piyasadaki talebin değişkenliğine göre işverenin emek giderlerini kısmasına imkân tanınmasıdır. Turizmde de benzer bir düzensiz istihdam eğilimi gözlemlemek mümkündür. Örneğin sezonun ortalama altı ay sürdüğü bir destinasyonda oteller çalışanlarını da bu süre zarfında istihdam ederler. Ancak sezonun en yoğun olduğu aylarda yeni işçi alıp diğer zamanlarda bu işçileri çıkarabilirler. Küçük işletmeler, örneğin aile işletmeleri, genellikle aileden ya da yakın çevrelerinden kişilerin istihdamıyla bu tür acil emek ihtiyaçlarını karşılayabilirler. Sonuç olarak esneklik ve sektörün mevsimsel yapısı istihdamı da büyük oranda düzensiz kılmaktadır.

Kayıt dışılık ve düzensizlik daha çok büyük işletmelerde mi yoksa küçük işletmelerde mi görülür?



SIRA SİZDE

Mevsimsellik

Turizm sektöründeki düzensiz istihdamın bir başka boyutu da sektörün mevsimsel yapısıdır. Mevsimsellik, turist sezonunun görece olarak daha kısa olması ve turist sayılarındaki dalgalanmalar olarak tanımlanabilir (Honkanen, 2006). Bu nedenle turizmde çalışanlar yalnızca turizm sezonu boyunca çalışırlar. Turizm sezonundaki mevsimsellik, kurumsal mevsimsellik ve doğal mevsimsellik olarak ikiye ayrılır (Butler, 1994). Kurumsal mevsimsellik, turist gönderen ülkelerin alışılmış tatil zamanlarına değinir, burada daha çok dini bayramlar, yaz ayları ve bunun yanı sıra okulların tatil zamanları belirleyici olur.

İkinci olarak turizm sezonu turist çeken ülkelerdeki iklime ve doğal şartlara göre belirlenir. Bu durumda yerel ekonominin gidişatı tamamen doğal mevsimselliğe dayanmaktadır. Bunun yanı sıra, büyük işletmelerin daha fazla olduğu destinasyonlarda turizm sezonunu uzatmaya yönelik promosyon veya kampanyalar, turizmde çalışma süresinin de uzamasında etkili olur. Belli bir destinasyonda kültürel kaynakların varlığı da turizm sezonu açısından belirleyici olabilir. Bütün bunlar birleştğinde turizm sezonunu, dolayısıyla turizmdeki istihdam süresini de belirler. Metropollerde mevsimsellik daha az etkili olurken kitle turizminin yaygın olduğu yerlerde daha belirleyici olmaktadır. Buna bağlı olarak örneğin İstanbul'da turizm istihdamı yıl boyunca devam ederken Antalya'da bu süre yaklaşık dokuz aya, Fethiye'de ise altı aya kadar iner. Turizmde çalışanlar, geri kalan süre zarfında kendilerine yeni bir gelir kapısı bulmak zorunda kalırlar. Turizm genellikle doğal kaynakların korunduğu daha az gelişmiş ve kentleşmiş alanlarda geliştiği için turizm çalışanlarının sezon dışı istihdam alanı çoğu zaman tarımdır. Göçmen işçiler de sezon dışında memleketlerine döndüklerinde yine tarımsal faaliyetlere dönerek geçimlerini sağlarlar.

Kadın Emeginin Yaygınlığı

Küreselleşmeyle birlikte bütün dünyada kadın istihdamı artmaktadır. Bunun bir nedeni kadınların esnek çalışma koşullarına daha kolay uyum sağlamaları, bir baş-

ka nedeni ise kadın emeğinin daha ucuz olmasıdır. Kayıt dışı ve güvencesiz çalışma koşullarını kolaylıkla kabul etmeleri kadın istihdamını desteklemektedir. Bunun sonucunda kolaylıkla işten çıkarılırsalar da genellikle hanede birincil gelir kaynağı olmadıkları için işsizlikleri de hane açısından karşılanabilir bir durumdur.

Turizmde kadın istihdamını destekleyen iki farklı koşul bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, turizmde sunulan hizmetlerin büyük oranda hane içinde kadının sorumluluğunda yer alan ev işleriyle paralellik göstermesidir. Barınma, yeme-içme, temizlik gibi işler hane içinde doğrudan kadınlar tarafından karşılanan işlerdir. Dolayısıyla, turizm sektöründe aynı işlerin istihdam yaratması kadınların sektöre katılımını kolaylaştırmaktadır. İkinci olarak yerel düzeyde öne çıkan küçük işletmelerin çoğunlukla aile işletmeleri olması, aile fertlerinin emeğinden faydalanması kadının istihdamını artırmıştır. Her ne kadar bu tür istihdam doğrudan kişiye özel bir ücret yaratmasa da hane gelirini artırdığı için kadın emeğini merkezi bir konuma taşımaktadır.

Turizmde işlerin dağılımına bakıldığında cinsiyete dayalı bir iş bölümünden söz etmek mümkündür. Kadınlar daha çok ev işleriyle benzerlik gösteren temizlik, çamaşır, yeme-içme işlerinde çalışırken erkekler daha çok ulaşım, tamirat, tesisat ve bahçe işlerinde çalışırlar. Hanedeki yapıya benzer olarak kadınlar iç mekândaki işlerden sorumluyken erkekler daha çok dış mekân işlerine bakarlar. Kadınlar genellikle vasıf veya teknik bilgi gerektirmeyen işlerde düşük ücret karşılığı çalışırlarken işlerinde yükselme olasılıkları oldukça azdır.

Turizmde kadın istihdamının artması farklı toplumsal yapılarda sosyal dönüşümlere neden olmaktadır. Öncelikle çalışma hayatında cinsiyete dayalı iş bölümünün varlığı kadının geleneksel patriarkal yapı içindeki ikincil konumunu pekiştiren bir unsurdur. Kadınların düşük ücretler karşılığı çalışmaları, yükselme potansiyelinin azlığı çalışma hayatındaki ikincil konumun göstergeleridir. Bunun yanı sıra, kadının turizmde çalışması hanedeki konumunda da yeniliklere yol açmaktadır. Kadının haneye gelir getirmesiyle karar verme süreçlerine doğrudan katılımı olumlu bir gelişmeyken evdeki iş bölümünün cinsiyete dayalı yapısından dolayı kadının evdeki **ikinci vardiya**sı olumsuz bir sonuçtur. Sonuç olarak turizm istihdamı mevcut cinsiyet eşitsizliğini ortadan kaldırmasa da tarıma kıyasla daha iyi çalışma koşulları ve hanedeki işlere kıyasla kadınlara kendi hayatlarını kontrol etme imkânı sunduğu için bir toplumsal gelişme yaratmaktadır.

Julie Scott, Kuzey Kıbrıs'ta yaptığı etnografik çalışmada kadın istihdamı ve işletme büyüklüğü arasındaki ilişkiye bakarak aslında kadın istihdamının da turizm istihdamına paralel bir çeşitlilik gösterdiğine işaret etmektedir. Kuzey Kıbrıs turizmi, gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi daha çok geleneksel varlıklar üzerinde inşa edilen ve ekonominin lokomotifleri olarak değerlendirilen bir sektördür. Kuzey Kıbrıs'ta turizmin gelişmesi kadınlar için önemli bir istihdam kaynağı olsa da turizm büyük oranda erkeklerin denetimi altındadır. Kadınlar eğitim, deneyim ve vasıf açısından daha önce anlatılan düşük ücretli, düşük vasıflı işlerde çalışırlar; kat görevlileri ve temizlikçiler çoğu zaman kadındır. Bu nedenle kadınların daha fazla turizmde çalışıyor olması toplumsal cinsiyet rollerini dönüştürmek yerine mevcut yapıyı destekler biçimde örgütlenmektedir. Özellikle küçük aile işletmeleri kadınları sınırlı iş alanlarında değerlendirirken buna karşılık büyük işletmeler giderek sayıları artan eğitilmiş kadınlar için beyaz yakalı işlerde yükselme imkanı sunmaktadır. Çalışmanın bir başka sonucu da turizm istihdamına dayalı toplumsal dönüşümün çok yavaş olduğu, toplumda kadının çalışmasına yönelik geleneksel değer yargılarının ancak uzun bir süreç sonunda değişeceği. Kuzey Kıbrıs üzerine yapılan bu

İkinci Vardiya: Çalışan kadınların hane içinde sorumlu oldukları temizlik, yemek, çamaşır ve benzeri işler evdeki ikinci vardiya olarak tanımlanmaktadır. İkinci vardiya kavramı, kadınların çalışma hayatına girmelerine karşın hanedeki cinsiyete dayalı işbölümü dolayısıyla cinsiyet eşitsizliğinin devam ettiğine işaret etmektedir.

çalışma, kadının turizmdeki yeri ve ailedeki yerine dair önemli sonuçlara dikkat çekmektedir (Scott, 1997).

Emek Piyasasının Çok Parçalı Yapısı

Turizm sektöründe emek piyasasının çok parçalı yapısını belirleyen iki önemli unsur bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, işletme büyüklüğüdür. Büyük işletmelerde pazarlama, tanıtım, muhasebe, insan kaynakları ve diğer işletme hizmetlerini karşılayan yüksek vasıflı, eğitilmiş, yüksek ücret karşılığı çalışan küçük bir grup bulunmaktadır. Bu grup birincil iş gücü piyasasında yer almaktadır. Bunun yanı sıra, büyük işletmelerin turistlere yönelik ulaşım, temizlik, barınma, yeme-içme hizmetlerini sağlayan vasıfsız ya da yarı vasıflı, esnek olarak ve düşük ücret karşılığında çalışan büyük bir iş gücü bulunmaktadır. Bu büyük grup ise ikincil iş gücü piyasasını oluşturmaktadır. İşletme büyüklüğüne bağlı olarak ortaya çıkan birincil ve ikincil iş gücü piyasaları, emek piyasasının iki farklı yüzünü göstermektedir. Birinci grup turizm gelişmesinden daha fazla faydalanmakta, vasıflarını geliştirerek hem gelirlerini hem de işteki konumlarını yükseltmektedirler. İkinci grup ise hem yükselme potansiyelinden hem de yüksek ücretlere ulaşma şansından yoksundur.

Emek piyasasındaki çok parçalı yapıyı belirleyen ikinci unsur, turizmin içinde farklı birçok hizmetin, dolayısıyla iş kolunun yer almasıdır. Konaklama, ulaşım, yeme-içme, eğlence gibi farklı hizmetler farklı özellikleri gerektirir, dolayısıyla turizmde çalışanlar bu anlamda da birbirinden ayrıdır. Her ne kadar esnek çalışma koşulları bir çalışanın birden fazla alanda istihdamı anlamına gelse de esnekliği de işlevsel sınırları vardır. Örneğin bahçe işlerinden sorumlu bir erkek çalışan bahçe işleri tamamlandığında kat görevlisi olarak çalışamaz çünkü bu iki iş birbirinden farklı özellikler gerektirir. Bir başka örnekte, ulaşımında çalışan bir şoför, işi bittiğinde teknik eleman olarak çalışamaz çünkü bu iş özel bir bilgi gerektirmektedir.

Sonuç olarak turizm sektöründe emek piyasası bir yapbozun parçaları gibi birbirinden ayrı gruplardan oluşur ancak bir arada bulunduklarında birbirini tamamlayarak bir resmi tamamlar.

Emeğin Sosyal Yapısı / Bileşimi

Turizmde emeğin sosyal yapısına bakarken şu soruların cevabını bulmaya çalışırız: Turizm sektöründe kimler çalışır? Bu insanların özellikleri nelerdir? Başka bir iş kolunda çalışanlardan nasıl farklıdırlar? Öncelikle turizmde ağırlıklı olarak vasıfsız ya da yarı vasıflı, eğitim durumu yüksek olmayan, genç, esnek ve düzensiz çalışma koşullarına razı gelen insanlar çalışır. Bu insanları turizm sektörüne getiren birinci koşul, belli bir turizm destinasyonunda ya da yakınında yaşıyor olmalarıdır. Bu sayede gelişmekte olan turizm sektörüne girmeleri daha kolay olur. İkinci koşul ise, kitle turizminde sunulan turizm hizmetlerinin standart olmasından dolayı, özel bir yetenek, vasıf veya bilgi gerektirmemesidir.

Turizm gelişimi genellikle doğal kaynakların varlığına bağlı olduğu için, özellikle az gelişmiş, geleneksel tarım sektörünün hâkim olduğu bölgelerde yoğunlaşır. Bu özellikle, geleneksel tarım sektöründen modern turizm sektörüne doğru bir emek akışına işaret etmektedir. Bu durum yalnızca Türkiye’de değil dünyanın birçok turizm destinasyonunda gözlemlenen bir durumdur. Bunun sonucunda tarımda yalnızca kol gücüyle ve hane geliri için çalışan işçiler, turizmde kol gücünü estetik bir emekle birleştirir ve bunu hane için değil, bireysel ücreti karşılığında yapar. Bir başka kıyaslama noktası da tarımın bir ekonomik alan olarak turizmin yanı sıra varlığını sürdürmesidir. Daha önce söz edilen mevsimsellik özelliği, çalışanların

turizm sezonu dışında geçimlerini sağlayacak bir başka iş kolunda çalışmalarını zorunlu kılmaktadır. Bu başka alan daha önceki deneyimlerine de bağlı olarak tarım sektörüdür. Sezon boyunca turizmde çalışan işçiler, sezon dışında bölgedeki tarım üretiminde görev alırlar. Bu iki farklı çalışma alanını bir arada yürütmeleri sosyal yapı açısından da yeni bir karma ve farklılık göstermektedir.

TURİZMDE FARKLI İŞÇİ TİPLERİ

Buraya kadar, turizm sektörünün yapısal özellikleri ve turizm istihdamının özgün çalışma koşulları anlatıldı. Bu bölümde ise, bu koşullar içinde yer alan işçiler, bir tipoloji içinde anlatılacaktır. Bu tipolojiyi belirleyen unsurlar, işçilerin geldikleri yerler, turizme giriş süreçleri ve emek piyasasındaki konumlarıdır.

Yerel İşçiler

Belli bir bölgede turizmin gelişmesiyle birlikte, bu bölgede turizmden önce var olan ekonomik alanlardan turizme doğru bir emek gücü geçişi yaşanır. Daha önce de belirtildiği gibi, turizm sektörünün özgün yapısından dolayı, yani doğal kaynakların bulunduğu, modernleşmenin ve kentsel dokunun az olduğu yerlerde gelişmesinden dolayı, turizme geçiş özellikle tarım sektöründen gerçekleşir. Türkiye’de tarımın küçük ölçekli olması, geçimlik tarım düzeyindeki üretimin kısıtlı ekonomik getirisi olması sebebiyle, turizm yerli nüfus için cazip bir çalışma alanı olmaktadır. Yerli nüfus içinde turizmde çalışmayı tercih edenler, çoğu zaman kendi işlerini kuracak sermayeden ya da kaynaktan yoksun kesimdir. Bu çalışanlar turizme geçseler dahi, yalnızca turizm sezonunda çalışacaklarından tarımla bağlarını da tam olarak koparmazlar.

Yerel işçiler, tam zamanlı olarak istihdam edilseler de yalnızca turizm sezonu boyunca çalışırlar. Turizm eğitimi almadıkları için genellikle işi iş üzerinde öğrenirler. Çoğu zaman tarımsal faaliyetlerle uğraşan hane yapılarından geldikleri için turizmde veya benzeri bir piyasa ekonomisinde iş deneyimleri yoktur. Piyasa ekonomisiyle ilk defa bu şekilde tanışıyor olmaları iş hayatlarında büyük bir yenilik yaratmaktadır. Haneye dayalı tarım ekonomisine kıyasla ilk defa kendilerine ait bir ücret karşılığı çalışmaları onlar için olumlu bir gelişme sayılsa da sosyal güvenlik-ten veya sağlık güvencesi gibi haklarından yoksundurlar; genellikle bu doğrultuda bir talepleri de bulunmamaktadır. Bu tür talepler yerine asıl beklentileri, turizm sezonunun mümkün olduğunca uzun olması, bir başka deyişle daha uzun süre istihdam edilmeleridir. Turizm sezonunun kısa olması bu işçiler için birçok olumsuzluğu da beraberinde getirmektedir. Öncelikle sezon dışında başka bir iş aramak zorunda kalırlar, kısıtlı bir süre için bir başka iş bulmaları oldukça zordur. İkinci olarak, ücret alamadıkları süreler ekonomik olarak zorlayıcı olmaktadır. Bu dönemlerde genellikle hane içinde devam eden geleneksel üretimin sağladığı gelirle geçimlerini sağlarlar. Sezonluk çalışmanın yarattığı olumsuzluklar nedeniyle bu işçilerin geleceğe dair beklentileri iki yönlüdür. Bir grup belli bir birikim yaratarak kendi işini kurmayı hedeflerken diğer bir grup eğitimini ya da vasıflarını artırarak işinde yükselmeyi hedefler. Gerçekte bu işçilerin ancak belli bir kesimi bu hedefleri yakalayabilir.

Turizmde en yaygın olarak görülen çalışan grubu yerli işçilerdir. Bu işçiler için tarım ve benzeri geleneksel sektörlerden turizme geçiş doğal ve beklenen bir süreçtir. Turizmin modern bir sektör olması ve özellikle nakit ücret karşılığı çalışıyor olmaları bu işçiler için bir “gerçek iş” algısı yaratmaktadır. Yeni çalışma alanının sosyal sonuçları değerlendirildiğinde, sosyal ilişkilerin dönüşümü, ilk defa bireysel

ekonomik özgürlüklerin kazanılması ya da turizm istihdamı nedeniyle ilk defa ev hayatı ve çalışma hayatı ayrımının düzenlenmesi dikkat çekicidir (Tucker, 2003).

Yerel İşletmeciler/Serbest Çalışanlar

Belli bir bölgede turizmin gelişmesiyle birlikte bu bölgede yaşayanlar farklı yollarla turizm piyasasına giriş yapmaya çalışırlar. Bunun en yaygın formu bölgede yapılan yatırımlarda çalışma biçimindedir. İkinci olarak, belli bir kaynağa, örneğin bir dükkâna veya bir araziye sahip olanlar kaynaklarını kendi işlerini kurmak için kullanır ve bu yolla turizm sektörüne giriş yaparlar. Bu nedenle turizm emek piyasasında yer alan ikinci grup, kendi hesabına çalışan yerli nüfustur. Bu insanlar küçük ve orta boy işletmeler kurmak suretiyle piyasaya girerler.

1980'li yıllarda Fethiye'de turizm başladığında Ölüdeniz çevresinde turfanda sebze yetiştirerek geçimini sağlayan küçük aile işletmelerine sahip köylüler, evlerine oda ekleyerek ev pansiyonculuğuna başladılar. Her yıl, oda kiralayarak elde ettikleri gelirin bir kısmını evlerine yatırım yaparak değerlendirdiler. Bazen bu ek bir banyo inşa etmek, bir kat çıkarak yeni odalar eklemek ya da mutfak genişletmek biçiminde gerçekleşti. Temel hedefleri, bir sonraki yıl gelecek turistlere daha fazla ve daha iyi hizmet vermektir. 1990'lara gelindiğinde daha önce domates ekilen, inek otlatılan alanlarda küçük oteller, restoranlar bulunmaktaydı. 1980'de köylü olarak tanımlanan küçük girişimciler 1990'da otel sahibi olmuşlardı. Bugün Fethiye Ölüdeniz'deki birçok küçük otelin gelişimi böyle bir tarihsel süreçte dayanmaktadır.

Yerel girişimciler, gelişen turizm piyasasında hane kaynaklarını kullanarak yer almaya çalışırlar. Çoğu zaman hane kaynaklarının yanı sıra hanede yer alan emekten, özellikle ücretsiz aile işçiliğinden yararlanırlar. Bu tür girişimcilik örneklerinin gelişimi zamanla ne kadar sermaye birikimi yarattıkları, piyasadaki büyüme, rekabet ve sezon süresi ile doğrudan ilişkilidir.

Bir önceki gruptan farklı olarak burada bireyin turizme geçişinden çok bütün hanenin turizme kayışından söz etmek gerekir. Fethiye örneğinde de anlatıldığı gibi burada hane bir işletmeye dönüşür, hanede yer alan üyeler de işçi olurlar. Hane üyelerinin emek kaynağı olarak yetmediği durumlarda akrabalar, köyden gelen hısımlar emek kaynağı olarak çağırılırlar. Bu işletmelerde işe alınmayı belirleyen en temel unsur akrabalık ilişkileri ve hanedir; yaş, cinsiyet ya da eğitim gibi profesyonel bir işletmede değerlendirilecek unsurlar bu tür işletmelerde çok geçerli değildir. İşletme geliştikçe hane dışından destek alınır ancak bu aşamada da akrabalık ilişkileri belirleyicidir.

Bu tür işletmelerde iş ilişkilerinin formel, profesyonel ya da belli bir sözleşme çerçevesinde gerçekleştiğini söylemek mümkün değildir. Bu tür bir işletmedeki iş bölümü hanedeki iş bölümünün devamı gibidir; yatırım, pazarlama, tanıtım gibi işletme hizmetleri rastgele bir biçimde gerçekleşir. Hane üyeleri kolaylıkla bir işten diğer bir işe geçtikleri için istihdam turizm sektörünün geneliyle uyumlu olarak esneklik; bu esneklik zamansal ve işlevsel bir esneklik olarak ortaya çıkar. Bu işletmeler de sezonluk çalışırlar ancak sezon dışında ekonomik gelir kaynağı olarak tarımsal faaliyetlerine de devam ederler. Büyük çaplı bir tarımsal üretim söz konusu olmasa da geçimlik etkinliklerini sürdürürler. Gelecek beklentileri göz önüne alındığında, yerli işçilere kıyasla yerli girişimciler, turizm sektörüne daha fazla bağlılık gösterirler. Bu bağlılık, özellikle gelirlerinin önemli bir kısmını sahip oldukları işletmelerin iyileştirilmesinde kullanmalarıyla görülmektedir. Gelişmiş bir yatırım ve işletme anlayışları olmasa da geleceğe dair planları genellikle turizm üzerinedir.

Yerli işçiler ve yerli girişimciler kıyaslandığında iki temel fark dikkat çekicidir. Bunlardan birincisi, yerli işçilerin bireysel istihdamına karşılık yerli işletmecilerde tüm hanenin istihdamı söz konusudur. İkinci olarak yerli işçilerin ekonomik durumları istihdam süreleriyle belirlenirken yerli girişimcilerin kendileri ve hane üyeleri için daha fazla kaynak yaratma olanağı bulunmaktadır. Bu nedenle bu grup gelişmeye daha yakındır.

SIRA SİZDE

4

Turizmin gelişmesiyle yerli nüfus çalışarak ya da kaynaklarını kullanıp iş kurarak turizme girer. Yerli nüfus için turizm dışında bir ekonomik seçenek mevcut mudur?

Göçmen İşçiler

Göçmen işçiler, bir turizm destinasyonuna göçle gelen ve farklı yollardan emek piyasasına katılan işçilerdir. Sosyolojik çalışmalarda göç teorisi insan hareketliliğini, **itme ve çekme faktörleri**yle açıklamaktadır. Turizm sektöründe etkin olan çekme faktörlerine baktığımızda, öncelikle turizmin daha az gelişmiş ve küçük yerleşim alanlarında yoğunlaşması, kentsel bir ortama kıyasla göçmenlerin entegrasyonunu kolaylaştırır. Turizm sektörü genellikle düşük vasıflı ve düşük ücretli emeği istihdam ettiğinden, göçmen işçilerin deneyimsiz ya da eğitimsiz olması işe girmelerinde bir sorun yaratmaz, işverenlerin çoğu iş üstünde öğrenme sürecini tercih ederler. Türkiye’de işe yönelik göç, öncelikle erkeğin göç etmesi, daha sonra aile bireylerini yanına alması şeklinde oluşur. Burada belirleyici olan erkeğin önce gidip iş bulmasıdır. Turizmde de bu böyle olsa da sektörde hâkim olan cinsiyete dayalı işbölümü kadınların da eşleriyle aynı anda gelip bir iş bulmasını kolaylaştırır. Son olarak, turizm geliştikçe ihtiyaç duyduğu emek miktarı artar. Bu nedenle, yerel olarak mevcut emek, emek piyasasının talebini karşılamakta yetersiz kalabilir. Bu durumda da göçmen işçiler turizmdeki emek talebini karşılayan grubu oluşturur.

İtme faktörlerine baktığımızda, göçmen işçilerin çoğu tarım ekonomisinin hâkim olduğu kırsal bölgelerden gelmektedir. Bu bölgelerde hızlı bir sanayileşme ya da turizm gelişmesi gerçekleşmediğinden iş olanakları yapısal olarak kısıtlıdır. Tarımda kazançların kısıtlı olması ve farklı bir çalışma seçeneğinin bulunmaması bu insanların memleketlerini terk etmelerinin en önemli sebebidir. Özellikle İç Anadolu, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinden turizme yönelik bir göçün olduğunu söylemek mümkündür. Bu nedenlerden dolayı, yoğunlukla turizm sektörü bu göçmenlerin kapitalist üretim ve istihdam ilişkileriyle ilk tanışmasıdır.

Göç teorisinden kaynaklanan itme ve çekme faktörleri dışında dikkat çeken bir unsur, bazı turizm destinasyonlarının yerli işçiden daha fazla göçmen işçi istihdam etmesidir. Bunun birkaç nedeni olabilir. Öncelikle, eğer yerel nüfusun yeterli kaynakları varsa çalışmak yerine girişimcilik yapmayı tercih etmektedirler. Örneğin turizm açısından stratejik konumda arazisi olanlar pansiyon veya küçük otel işletmekte, bunun için aile bireylerini istihdam etmektedir. Turizmin gelişmesiyle birlikte bu tür işletmelerin artması, emek talebinin artmasına, dolayısıyla dışarıdan emek göçüne yol açmaktadır. İkinci olarak bazı bölgelerde yerel halk turizmde çalışmaya direniş gösterir. Turizmin gerçek bir iş alanı olarak kabul edilmemesi, turizm yatırımlarının devlet tarafından, yabancı sermaye ya da bölge dışından gelen büyük sermaye tarafından yapılması bu tür bir direnişi artırmaktadır. Bu yaklaşımlar sonucunda turizm piyasasındaki emek talebi büyük oranda göçmen işçiler tarafından karşılanmaktadır.

Göçmen işçilerin çalışma koşulları yerel işçilerden farklı değildir. Eğitim ve deneyim durumları da yerel işçilerle benzerlik gösterir. Yerel işçiler gibi sezonluk ça-

İtme Faktörleri- Çekme Faktörleri: Göç teorisinin temel taşları itme ve çekme faktörleridir. İtme faktörleri, bir göçmenin memleketinden göç etmesine neden olan olumsuz koşullardır. Çekme faktörleri gidecekleri yerde onları çeken olumlu koşullardır. Olumsuz koşullar işsizlik, refah eksikliği ya da güvenlik sorunları iken, olumlu koşullar iş imkanları ya da iyi yaşam standartları olabilir.

İşmalarına karşın, yerel işçilerden farklı olarak sezon dışında çalışma alanı bulmaları daha zordur. Çoğu zaman farklı bir iş bulacak sosyal ilişkilerden ve ağlardan yoksundurlar. Tüm zorluklarına karşın memleketlerine geri dönmezler, yeni yaşam alanlarında yaşam standartlarını iyileştirmeyi hedeflerler. Bu anlamda da yerel işçilerle benzer gelecek hedefleri olsa da, göçmen işçilerin sosyal koşulları ve istihdam durumları yerel işçilerden daha zordur.

Sonuç olarak göçmen işçilerin deneyimleri büyük oranda yukarıda anlatılan iki işçi türüyle benzerlik gösterse de kendine has birtakım özellikleri bulunmaktadır. Öncelikle bu işçilerin durumunu belirleyen en önemli unsur içinde yer aldıkları göç ağlarıdır. Bir tanıdık ya da hemşeri bağlantısı göçün yönünü ve koşullarını belirler. İkinci olarak memleketleriyle mesafeleri yeni yaşam alanlarında ne kadar kalıcı olacaklarını, memleketleriyle ilişkilerinin yoğunluğunu belirler. Zamanla bu ilişkiler zayıflayacak, yıllık izinlerle ya da bayram ziyaretleriyle sınırlanacaktır. Son olarak yeni yaşam alanlarında geçirdikleri süre emek piyasasında ne kadar kalıcı olacaklarını belirleyecektir.

Kent İşçileri

Buraya kadar anlatılan üç işçi türü özellikle kitle turizminin hâkim olduğu kıyı destinasyonlarında yaygın olarak görülen istihdama örnek oluşturmaktadır. Öte yandan küreselleşmeyle birlikte öne çıkan farklı turizm seçenekleri büyük kentlerde de turizmin gelişmesini beraberinde getirdi. Bu noktada kent işçileri, turizmin başka bir yüzünü göstermeleri ve farklı bir çalışma biçimi temsil etmeleri açısından önem taşımaktadır. Öncelikle kentte çok daha karmaşık bir emek piyasası yapısından ve bunun içinde yer alan farklı çalışma koşullarından söz etmek gerekmektedir. Kentte çalışanların turizmle diğer hizmet alanları arasında gidip gelmeleri, iş değiştirmeleri mümkündür. Bu nedenle turizmdeki kent işçileri kategorisini kentte çalışan diğer gruplardan ayırmak oldukça zordur.

Kent işçileri yerel ya da göçmen olabilirler. Bu grup içinde vasıfsız olarak düşük ücret karşılığı çalışanlar olduğu gibi, yüksek vasıflı ya da eğitilmiş olup yüksek ücretlerle çalışan, diğer gruplara kıyasla yükselme potansiyeli taşıyan bir grup da vardır. Kentli işçilerin çoğu turizm sektörüne girmeden önce kapitalist emek piyasasında ücret karşılığı çalışmışlardır. Yani diğer grupların aksine tarımsal bir geçmişleri yoktur. Kent ekonomisinin rekabetçi yapısı, nüfus yoğunluğunun küçük yerlere kıyasla daha fazla olması; işe alınma sürecinde yaştan cinsiyete, eğitimden deneyime birçok unsurun belirleyici olması anlamına gelmektedir. Bu rekabetçi yapı içinde kent işçileri işverenle pazarlık yapmayı da öğrenirler. Örneğin işe alınma sürecinde talep edecekleri iş güvencesi, sosyal güvenceler ve diğer hakların bilincindedirler; çalışma standartları hakkında bir farkındalık söz konusudur. Her zaman ideal çalışma koşullarına sahip olmasalar da en azından böyle bir bilgiye sahiptirler. Buna karşılık çalışma koşulları çok daha katı ve işi öğrenme süreci daha kısadır. Diğer üç gruba kıyasla kent işçileri turizmin mevsimsel yapısından daha az etkilenirler. Bunun en önemli nedeni kent turizminin farklı turizm kollarını barındırması ve yıl boyu faaliyet göstermesidir. Örneğin kent turizminin kongre turizmi, festival, bienal ve benzeri sanatsal etkinliklerle besleniyor olması yıl boyu turizm sektörünün canlı olmasını sağlamaktadır, bu da istihdamı daha düzenli kılmaktadır. Mevsimsel bir etki olsa da bunun istihdama yansımaları azdır, ücretsiz izin ya da işten çıkarma yaygın bir uygulama değildir. Gelecek beklentileri açısından diğer gruplarla kıyaslandığında genel bir değerlendirme yapmak oldukça zordur. Kent işçileri arasında iş değiştirme oranı görece olarak daha yüksektir, kent işçileri daha iyi bir iş bulduklarında kolaylıkla başka bir işe geçebilirler.

Buraya kadar anlatılanlardan da anlaşılacağı gibi kent işçilerinin emek piyasasındaki konumu diğer gruplardan çok farklıdır. Turizm sektöründeki işlerine bağlılıkları daha azdır. Kent ekonomisi içinde farklı çalışma alanlarının bulunması kolaylıkla başka bir işe geçmelerini de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, kent işçilerinin diğer gruplar kadar köklü bir sosyal değişim geçirdiğini söylemek mümkün değildir. Onlar için turizm tarımından bir kopuş değildir, piyasadaki işlerden herhangi birisidir.

SIRA SİZDE

5

Dört farklı turizm işçi grubu içinde en farklı koşul ve özelliklere sahip olan grup sizce hangisidir?

TÜRKİYE'DE TURİZM İSTİHDAMINDA KARŞILAŞILAN SORUNLAR

Alaylı-Okullu Çatışması/ İstihdam Piyasasında Rekabet

Turizm sektöründe çalışan ya da iş arayanlar emek piyasasında birbirleriyle rekabet içindedirler. Türkiye gibi nüfusu büyük ve yapısal olarak işsizliğin yaygın olduğu ülkelerde, emek piyasasındaki rekabet çalışanların düşük çalışma standartlarına, güvencesiz istihdam biçimlerine razı gelmelerine neden olur. İşveren açısından bakıldığında, işçi arzının yüksek olduğu bu gibi durumlar ucuz ve güvencesiz çalışmaya razı gelecek emek kaynağının bulunması açısından elverişlidir.

Somut bazı örnekler, emek piyasasındaki rekabetin daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Türkçede yaygın olarak kullanılan alaylı benzetmesi, çalışanların işleriyle ilgili vasıfları iş üstünde öğrenmeleri anlamına gelmektedir. Bu kişiler mesleki eğitim almadıkları halde, uzun zaman çalışmalarından dolayı bazı vasıfları çalışma hayatında öğrenirler. Okullu olarak tanımlanan kesim ise, mesleki eğitimlerini ortaöğretim ve hatta yükseköğretim aşamasında tamamlamış, bu nedenle birtakım vasıfları veya meslek inceliklerini yalnızca deneyim olarak değil, bilimsel temelleleriyle öğrenmişlerdir. Bu nedenle okullu grup, iş deneyimi olmasa dahi vasıflı eleman olarak değerlendirilmektedir.

Buradaki temel sıkıntı, işverenlerin yüksek vasıflı, meslek sahibi olmalarına rağmen okullu iş gücü tercih etmemesi, bunun yerine daha ucuza ve güvencesiz çalıştırabilecekleri ancak daha düşük vasıflı ya da vasıfsız alaylı elemanları tercih etmesidir. İşverenlerin ücret ve maliyet kaygısı, eğitilmiş iş gücünün emek piyasasının dışına itilmesine yol açmaktadır. Okullu elemanlar, ya başka iş alanlarına kaymakta ya da sahip oldukları bilgi ve becerileri kullanamayacakları alanlarda istihdam edilmektedir. Bu durumda sektörde hizmetlere yönelik bir uzmanlaşma oluşmamaktadır. Bu tercihin bir başka sonucu da turizm hizmetlerinde kalifiye eleman çalıştırılmamasından dolayı kalitenin düşmesidir.

Üniversite-Sektör İş Birliğinde Eksiklik

Turizm eğitimi Türkiye'de ortaöğretimde, yükseköğretimde ve meslek edindirme programlarındaki yeri ile en yaygın eğitim alanlarından biridir. Ortaöğretim düzeyinde bakıldığında 65 ilde turizm için mesleki eğitim veren 118 lise bulunmaktadır (<http://www.meb.gov.tr>). Bu liselerin birçoğunda uygulama otelleri öğrencilerin vasıflarını uygulamalı olarak geliştirmelerine olanak tanımaktadır. Aynı zamanda staj uygulamaları öğrencilerin turizm sektörüne girişleri için bir aşama olarak görülmektedir. Bu okullarda eğitim konaklama ve yeme-içme hizmetleri üzerinde uzmanlaşmaktadır. Bu liseler özellikle büyük şehirlerde ve turizm potansiyeli yüksek olan bölgelerde bulunmaktadır.

Örgün eğitim seçenekleri dışında yaygın eğitim seçeneği olarak gençlere yönelik kurslarıyla nitelikli insan kaynağı yetiştirmeyi hedefleyen Turizm Eğitim Merkezleri (TUREM), mesleki eğitim sağlamaktadır. Turizm Eğitim Merkezleri, aynı zamanda işsizlikle mücadeleye yönelik Aktif İş gücü Piyasası Politikaları'nın önemli araçlarından biridir. Sekiz ilde on adet Turizm Eğitim Merkezi bulunmaktadır. Turizm Eğitim Merkezleri, turizmin çok gelişmediği bölgelerde bulunsun da turizmin gelişmesinde önayak olacak bir eğitim girişimidir.

Yükseköğretim kurumları içinde iki tür eğitim düzeyinden söz edilebilir. Birinci olarak iki yıllık eğitim veren ve doğrudan emek piyasasına vasıflı eleman yetiştiren yüksek okullar bulunmaktadır. İkinci olarak dört yıllık eğitim veren ve turizm alanında yalnızca çalışmak değil aynı zamanda eğitim vermek ve araştırma yapmak için eğitim veren bölümler veya fakülteler bulunmaktadır. Türkiye'de 38 üniversitede toplam 61 turizm yüksekokulu bulunurken 31 üniversitede 34 bölüm veya fakülte vardır. Bunun yanı sıra Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, uzaktan eğitim programı ile çok daha fazla lise mezununa iki yıllık turizm eğitimi sağlamaktadır.

Eğitim ağının bu kadar yaygın ve farklı düzeyde olduğu bir yapı içinde eğitim iş gücü arzında sıkıntı yaşanmayacağı açıktır. Bir başka deyişle, kaliteli hizmet sunmayı hedefleyen işletmeler bu alanda istihdam edebilecekleri kalifiye elemanlara ulaşabileceklerdir. Ancak yukarıda da vurgulandığı gibi, iş gücü maliyetlerini düşük tutmayı hedefleyen işverenler vasıflı eleman çalıştırmaktan kaçınmaktadır. Bu yaklaşım ancak işverenlerin de bir turizm bilinci geliştirmesi, kaliteli hizmet için kaliteli eleman istihdam etmesi ya da elemanlarını vasıflandırmaya yönelik eğitimlere yönlendirmesi gerekmektedir.

Turizm istihdamında karşılaşılan sorunlara yönelik ne gibi çözümler olabilir?



Yüksek İş Değiştirme Oranı (Turnover Rate)

Turizm sektörünün yapısal özelliklerinden söz ederken mevsimsellik, esneklik ve kayıt dışılık üzerinde durulmuştur. İstihdam biçimlerindeki bu özellikler, çalışanların aynı işte uzun süre çalışmasına engel oluşturmaktadır. Yılın yalnızca belli bir kısmında turizmde çalışan ve kalan zamanda başka iş arayan işçiler, bir süre sonra bu ikili çalışmadan yorulmakta, sürekli istihdam edilecekleri bir iş aramaya yönelmektedir. Bir sezon çalıştıkları işte ertesi sezon çalışmamakta, daha yüksek ücretli ya da çalışma koşulları daha iyi bir işi tercih etmektedirler. Özellikle belli bir süre çalışıp deneyim sahibi olanlar, iş değiştirme konusunda daha cesur davranmaktadır. Esnek istihdam ve güvencesiz çalışma olarak tanımladığımız kayıt dışı istihdam da çalışanların iş değiştirme kararlarında etkili olan unsurlardır.

Sektörün istihdam yapısı göz önüne alındığında, yüksek iş değiştirme oranları daha çok vasıfsız ya da yarı vasıflı çalışanlar için yaygın olmaktadır (Ehrenberg, Smith 1995: 90). Vasıflı ve daha çok işletme hizmetlerinde ya da yönetim birimlerinin farklı düzeylerinde çalışanlar içinse tam istihdama yakın çalışma koşullarından söz etmek mümkündür. Tütüncü ve Demir'in çalışmalarına göre; çalışanların kendi istekleriyle işten ayrılmalarının yanı sıra yönetim tarafından işten çıkarılmaları da yüksek iş değiştirme oranlarına neden olmaktadır (Tütüncü ve Demir, 2003). Yüksek iş değiştirme oranlarında belirleyici olan dört temel değişken yönetim, işin niteliği, iletişim ve ücret ve kazançlar olarak belirlenmektedir. Bu dört değişkenin yüksek iş değiştirme oranındaki etkisi göz önüne alınarak bu alanlarda yapılacak değişiklikler ve iyileştirmeler süreç içerisinde yapısal dönüşüme yol açar.

bilir ve bu sayede emeğin daha uzun sürelerle aynı işte istikrarlı istihdamı sağlanabilir. Ancak böyle bir beklenti, turizm gelişmesinin de bütünsel olarak sürdürülebilir olduğu bir durumda gerçek olacaktır.

Yüksek iş değiştirme oranları, çalışanın motivasyonunu kırmakta ve verimliliğini azaltmaktadır. İşveren açısından bakıldığında, her yeni çalışan bir uyum süreci ve yeni iş yerindeki düzeni öğrenme aşamasından geçtiği için bu durum üretkenliklerini düşürmekte ve dolaylı bir maliyet yaratmaktadır. Yüksek iş değiştirme oranlarının makul bir düzeye çekilmesi ve istihdamda sürekliliğin sağlanması, sektörün kaliteye yönelik gelişimi açısından da önemli bir dönüm noktası olacaktır.

Özet



Turizm sektörünün yapısal özelliklerini tanımlamak.

Küreselleşme süreci, hizmet sektörlerinin büyümesine, dolayısıyla hizmet sektörlerinde çalışanların artmasına yol açmıştır. Bu hizmet alanlarından bir tanesi de turizm sektörüdür. Turizm sektöründe farklı turizm türleri içinde farklı turistlere uygun hizmetler sunulmaktadır. Bu anlamda, turizm sektörü bünyesinde konaklama, yeme-içme, ulaşım, eğlence gibi çeşitli hizmetleri barındırmaktadır. En yaygın turizm türünün deniz-kum-güneşe dayalı kitle turizmi olması nedeniyle turizm mevsimsel bir özelliğe sahiptir ve özellikle yaz aylarında artış gösterir. Bunun yanı sıra, doğal kaynakların varlığı turizm gelişiminde belirleyicidir. Bu da mekânsal koşulları temsil eder.



Turizmde çalışmanın özel koşullarını açıklamak.

Turizm istihdamının tanımlayıcı bazı özellikleri bulunmaktadır. Öncelikle, turizm istihdamı esnektir; istihdam biçimi, süresi ve çalışma alanı piyasadaki turistlerin sayısına ve talebine göre değişiklik gösterir. İkinci olarak küçük aile işletmelerinin yaygın olması kayıt dışı istihdamı artırmaktadır. Turizm sezonunun yaz aylarıyla ve deniz mevsimiyle sınırlanmış olması, istihdamın düzensiz ve mevsimsel olmasına yol açmaktadır. Turizm sektöründe sunulan hizmetlerin büyük oranda ev hizmetleriyle benzerlik göstermesi kadının emeğinin daha fazla kullanılması anlamına gelmektedir. Bunun yanı sıra, turizm sektörü içinde farklı hizmetlerin sunulması istihdamın da farklılaşmasına ve çeşitlenmesine, farklı sosyal koşullardan gelen emeğin bir arada çalışmasına neden olmaktadır.



Farklı işçi tiplerini tanımlamak.

Turizm sektöründe dört farklı işçi tipinden söz etmek mümkündür. Yerel işçiler, belli bir bölgede turizmin gelişmesiyle geleneksel sektörlerden turizme geçiş yapan emek türüdür. Yerel işletmeciler ise, turizmin gelişmesiyle hanesinde mevcut olan sermaye kaynaklarını ve emeği kullanarak kendi işletmesini kuran küçük girişimcilerdir. Yerel işçiden farklı olarak yerel işletmecinin turizme girişi bireysel değil hane çapındadır. Yerel nüfusun turizmin emek talebini karşılayamadığı durumlarda dışarıdan gelen göçmen işçiler emek ihtiyacını karşılayan üçüncü grubu oluştururlar. Bu yapının dışında yer alan fakat turizm sektöründe önemli bir yer tutan son grup ise büyük şehirlerde çalışan kent işçileridir. Turizme giriş biçimleri ve çalışma deneyimleri açısından diğer gruplardan farklıdırlar.



Türkiye'de turizmde öne çıkan istihdam sorunlarını açıklamak.

Türkiye turizmine baktığımızda üç temel sorundan söz etmek mümkündür. Öncelikle işverenler, emek maliyeti kaygısı nedeniyle, eğitilmiş insan kaynağı yerine eğitimsiz, vasıfsız ya da yarı vasıflı, işi iş üzerinde öğrenecek ucuz iş gücünü tercih etmektedir. Bu da alaylı okullu çatışması yaratmaktadır. İkinci olarak Türkiye'deki yaygın turizm eğitimi ağına karşın, üniversiteler ve işletmeler arasındaki kopukluk turizm eğitimi almış gençlerin iş bulmasını zorlaştırmaktadır. Son olarak hem mevsimsellik özelliğinden hem de çalışma koşullarından dolayı yüksek iş değiştirme oranı dikkat çekmektedir. Bu nedenle turizm işletmelerinde kaliteli hizmet sunumu zorlaşmaktadır.

Kendimizi Sınavalım

1. Aşağıdakilerden hangisi bireylerin turizm tercihlerini belirleyen unsurlardan **değildir**?

- a. Bireylerin ekonomik durumu
- b. Eğitim düzeyi
- c. Milliyetleri
- d. Sosyal ve kültürel birikimleri
- e. Yaşları

2. Aşağıdakilerden hangisi turizmde istihdam edilen emeğin özelliklerinden biridir?

- a. Sermaye ve teknoloji ile ikame edilmesi
- b. Elle tutulur bir ürün üretmesi
- c. Tüketiciden ve tüketim aşamasından bağımsız olması
- d. Sürekli ve düzenli çalışma olması
- e. Emeğin duygusal ve estetik boyutu olması

3. Çalışanların sosyal güvenlik sistemine kayıtlı olmasından dolayı iş güvencesi ve sosyal haklardan yoksun kalmalarına ne ad verilir?

- a. Kayıt dışılık
- b. Mevsimsellik
- c. Esneklik
- d. Mekânsallık
- e. Düzensizlik

4. Aşağıdakilerden hangisi turizm içinde üretilen farklı hizmetlerden biri **değildir**?

- a. Barınma
- b. Ulaşım
- c. Finans
- d. Eğlence
- e. Yeme-İçme

5. Aşağıdakilerden hangisi yerel işçilerin turizmde çalışmalarının olumlu bir sonucudur?

- a. Eğitim almayıp işi işyerinde öğrenmeleri
- b. Sosyal güvenlik ve sağlık güvencesi olmaması
- c. Sezonluk çalışmaları
- d. İlk defa kendilerine ait bir ücret almaları
- e. Sezon dışında başka iş aramaları

6. Aşağıdakilerden hangisi yerel işletmecilerin yerel işçilerden farkını göstermektedir?

- a. Sezonluk çalışmaları
- b. Daha önce tarım veya geleneksel işlerle uğraşıyor olmaları
- c. Esnek bir iş bölümü içinde yer almaları
- d. Hane kaynaklarını ve bireylerini kullanarak turizme girmeleri
- e. Formel, profesyonel ve sözleşme ile çalışmaları

7. Turizm sektöründe yerel emek piyasa ihtiyacını karşılayamadığında hangi grup emek talebini karşılar?

- a. Kadınlar
- b. Çocuklar
- c. Memurlar
- d. Emekliler
- e. Göçmenler

8. Aşağıdakilerden hangisi turizmde görülen alaylı-okullu çatışmasının nedenlerinden biri **değildir**?

- a. Emek piyasasındaki rekabet
- b. İşsizliğin yaygın olması
- c. Eğitimli personelin iş beğenmemesi
- d. İşverenlerin ücret ve maliyet kaybı
- e. Turizmde işin işyerinde öğrenilmesinin mümkün olması

9. Aşağıdakilerden hangisi turizm sektörüne nitelikli insan gücü yetiştirmeyi hedefleyen yaygın eğitim kurumudur?

- a. Turizm Eğitim Merkezleri
- b. Turizm Meslek Yüksekokulları
- c. Turizm Liseleri
- d. Turizm Fakülteleri
- e. Seyahat ve Konaklama Bölümleri

10. Çalışanların uzun süre ve düzenli olarak aynı işte çalışmamasından kaynaklanan sorun nedir?

- a. Güvensizlik
- b. Yüksek iş değiştirme oranı
- c. Mevsimsellik
- d. Kayıt dışılık
- e. Amaçsızlık

Yaşamın içinden

“

“Turizm Çalışanları Günü kutlanıyor

Turizm Çalışanları Derneği Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Yahyaoğlu 27 Eylül Dünya Turizm Çalışanları Günü Antalya'da festival havasında kutlanacak.

ANTALYA- Turizm Çalışanları Derneği -TUDER Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Yahyaoğlu yaptığı yazılı açıklamada, Uluslararası Çalışma Örgütü ILO'nun 27 Eylül'ü 'Dünya Turizm Çalışanları Günü' olarak ilan ettiğini hatırlatarak dernek olarak bu günü bir festival havasında kutlayacaklarını belirtti.

Mustafa Yahyaoğlu, Antalya Büyükşehir Belediyesinin de katkılan ile düzenleyecekleri etkinliğin 27 Eylül tarihinde Cam Piramit'de başlayacağını ve tüm turizm çalışanlarının davetli olduğunu bildirdi.

Yahyaoğlu, Ali Ekber Eren, Kazım Engin, Seyfettin Yıldırım, Gözde Beşikçi, Kemal Şimşek ve Grup Varis'in konser vereceği etkinliğin açılışına Büyükşehir Belediye Başkanı Mustafa Akaydın'ın da katılacağını ifade etti.

TUDER'İN AMAÇLARI ŞÖYLE:

“Ben bu dernekten ne kazanacağım?” veya “Bu dernek bana ne verecek?” diye düşündüğümüzde, aşağıdakiler amaçlarımız ve kazançlarımız olacaktır.

- Ülkede turizm politikaları belirlenirken çalışanların talep ve önerilerinin, hayata geçirilmesini sağlamak,
- Ülke turizmde kalitenin ve fiyat politikalarının yükselmesine katkı vermek,
- Ülkemizi her yıl ziyaret eden milyonlarca turist in memnuniyetine ve ülkemizi sevmeklerine, mutlu ayrılmalarına katkıda bulunmak,
- Turizmin ülkemizde işçi ve yatırımcılara daha verimli ve sürdürülebilir olmasını sağlamak,
- Çalışanların eğitim ve nitelik düzeyini yükselterek emeklerini daha değerli ve ücretlerini daha yüksek hale getirebilmek,
- Bilgi havuzu oluşturarak eleman arayanlar ile iş arayanları buluşturmak,
- Elleri ne geçen ücret ve kazançlar ile satın alabileceklerini artırabilmek,
- Çalışanların kendilerine, eş ve çocuklarına dersane, kurs ve okullar açmak,
- Kadın işçilerin doğum sonrası çalışmalarını rahatlatan kreş, anaokulu, etüt evi ihtiyaçlarını ekonomik hale getirmek,
- Belediye, kamu kurum ve sivil toplum örgütleriyle işbirliği yaparak tek başımıza yapamayacağımız büyük toplumsal projeler üretmek.

- Birleşmiş Milletler Teşkilatı, Dünya Çalışma Örgütü (ILO) 1991 yılından bu yana 172 sayılı sözleşme ile turizm çalışanlarının çalışma ve yaşam koşullarını tüm dünyada iyileştirmeye çalışıyor. Ülkelere önerilerde bulunuyor. Bu anlamda “27 EYLÜL DÜNYA TURİZM ÇALIŞANLARI GÜNÜ” ilan edilmiştir. 20 yıldır ve tabii ki ondan çok daha önce başlamış olan bu çalışmalara bizler de katılmalıyız.”

Kaynak: <http://www.turkiyeturizm.com/> Erişim Tarihi 11.12.2011.

Okuma Parçası

...

Turizm istihdamının en belirgin toplumsal etkileri sosyo-ekonomik alanda ortaya çıkanlardır. Bu etkiler ziyaret edilen yerde yeni işlerin yaratılması ve gelirin akıtılması ile ilgilidir. İstihdam için yeni fırsatlar yaratılması sadece bölge sakinleri için geçerli değildir; bu işler aynı zamanda oraya yeni göçmenleri çeker ve bu durum yeni gelenlerin gerçekten topluma uygun olup olmadığı sorusunu doğurur. Büyük bir otelle yeni iş olanakları yaratmak, muhtemelen bazı toplumsal sorunlar da yaratacaktır.

Bu nedenle, özellikle yeni göçmenlerin gittikleri yerlerde nüfus artış oranına dikkat etmek gerekir. Bir toplumun göçler nedeniyle hızla büyümesi, yeni gelen sakinlerin toplumun halihazırdaki yapısı üzerinde büyük bir baskısı olduğundan, öncelikle bunların topluma uyum sağlaması gerekir. Üzerinde düşünülecek diğer bir konu da, turizmin yarattığı işlerin diğer sektörlerde işten ayrılmalara neden olabilecek olmasıdır. Emegin sektörler arasında serbestçe dolaşabildiği ekonomilerde, turizm sektörü lehine diğer sektörlerde işten ayrılmaların olası koşulları daha önce de açıklanmıştı. Küçük ve gelişmekte olan ekonomilerde turizm sektöründe çalışma koşulları, diğer geleneksel iş kollarından turizme bir iş gücü akımı sağlayacaktır; bu durum tarım, hayvancılık ve balıkçılık gibi yerel ekonomik yapının temelini oluşturan iş kollarına zarar verebilir ve ekonomiyi tahrip edebilir.

Turizmde yaratılan işlerin pek çoğu nitelikli iş gücü gerektirmez. Ancak, bir bölgede turizm endüstrisi gelişip olgunlaştıkça kalifiye ve profesyonel işlere gereksinim de artar. Aynı şekilde, gelişmekte olan bir bölgede ihtiyaç duyulan yönetsel ve teknik yetenekler o yöreden

”

elde edilemediği zamanlarda bu dolgun ücretli ve yüksek statülü işler, dışarıdan getirilen insanlarla doldurulur. Turizm planlaması, yöre sakinlerinin bu pozisyonlarını eğitecek ve yetiştirecek araçları içermelidir aksi takdirde, dışarıdan gelenlere duyulan öfke ve çekememezlik, zaman içinde gidilen bir bölgenin başarısını engelleyici bir duruma dönüşebilir.

...

Kaynak: Orhan İçöz, Metin Kozak, (2002). **Turizm Ekonomisi: Turizmin Makro ve Mikro Ekonomik Etkileri**, Ankara: Turhan Kitabevi.

Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı

- | | |
|-------|---|
| 1. c | Yanıtınız yanlış ise “Küresel Turizmin Yapısı” konusunu gözden geçiriniz. |
| 2. e | Yanıtınız yanlış ise “Turizm İstihdamının Özel-likleri” konusunu gözden geçiriniz. |
| 3. a | Yanıtınız yanlış ise “Esneklik” konusunu gözden geçiriniz. |
| 4. c | Yanıtınız yanlış ise “Emek Piyasasının Çok Parçalı Yapısı” konusunu gözden geçiriniz. |
| 5. d | Yanıtınız yanlış ise “Yerel İşçiler” konusunu gözden geçiriniz. |
| 6. d | Yanıtınız yanlış ise “Yerel İşletmeciler” konusunu gözden geçiriniz. |
| 7. e | Yanıtınız yanlış ise “Göçmen İşçiler” konusunu gözden geçiriniz. |
| 8. c | Yanıtınız yanlış ise “Turizm İstihdamında Karşılaşılan Sorunlar” konusunu gözden geçiriniz. |
| 9. a | Yanıtınız yanlış ise “Turizm İstihdamında Karşılaşılan Sorunlar” konusunu gözden geçiriniz. |
| 10. b | Yanıtınız yanlış ise “Turizm İstihdamında Karşılaşılan Sorunlar” konusunu gözden geçiriniz. |

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Büyük işletmeler, turizm bünyesindeki farklı hizmetleri tek bir paket halinde ya da tek bir çatı altında sunmayı hedefleyen işletmelerdir. Bu işletmelerin turist kapasitesi birkaç yüz kişi veya binden fazla kişi de olabilir. Bu kadar geniş bir kitleye sunulacak turizm ürünleri belli bir standartta, seri olarak üretilirler. Büyük işletmeler küresel turizm dinamikleri ve küresel turizm piyasasındaki talep göz önüne alınarak planlanır, dolayısıyla kültürden çok genel piyasa dinamiklerinden etkilenir. Küçük işletmeler eldeki kaynaklar ve iş gücü çerçevesinde hizmet sunarlar; dolayısıyla hizmet standardı süreklilik ve istikrar göstermez. Ürün çeşitliliği, örneğin farklı turizm türlerine açılmak, küçük işletmenin sermaye ve insan kaynaklarıyla doğrudan ilişkilidir. Ancak büyük işletmelere kıyasla küçük işletmeler yerel unsurları daha iyi temsil eder, daha özgün ve otantik bir yaklaşım izlerler.

Sıra Sizde 2

Küresel turizmin büyük bir kesimini temsil eden kitle turizmi, deniz kum güneş gibi doğal kaynaklara dayalı bir turizm türü olduğu için iklim ve mekan unsurlarından doğrudan etkilenmektedir. Öte yandan küresel turizmin bir başka özelliği yeni turizm türlerinin ve yeni turist tiplerinin artmasıdır. Yeni turizm türleri genel olarak alternatif turizm olarak adlandırılır; kış turizmi, sağlık turizmi, gastro turizm, ekoturizm gibi türleri kapsar. Yeni turistler içinde küçük bütçeli turistler, üniversite öğrencileri ya da daha butik tercihleri olan özgün gruplar bulunmaktadır. Bütün bu farklılaşma örnekleri turizmin yılın farklı zamanlarında ve farklı bölgelerde çeşitleneceği anlamına gelir.

Sıra Sizde 3

Büyük işletmeler, yatırımlarını belli bir sermaye ile başlattıklarından işletme masraflarından kaçınmazlar. Bu işletmeler, yüksek kâr oranları hedeflediklerinden emeğin üretkenliğini sürekli kılmak için gereken maliyetlerden kaçınmazlar. Büyük işletmeler talep sürekliliğini karşılamak için emeği de tam zamanlı ve sürekli istihdam etmeyi hedeflerler. Küçük işletmeler, genel olarak aile işletmeleri oldukları için kişisel ilişkiler profesyonel ilişkilerin önünde yer alır. Bunun yanı sıra, küçük işletmelerin sermaye kaynakları ve kâr oranları, tüm çalışanların düzenli ve kayıtlı istihdamını sağlamaya yetmeyebilir. İşletme büyüklüğü bu anlamda kayıt dışı ve düzensiz istihdam konusunda açıklayıcıdır.

Sıra Sizde 4

Turizm doğal kaynaklara dayalı olarak geliştiği için, genellikle bakir, az gelişmiş bölgelerde gelişir. Bu bölgelerde turizmden önce çoğu zaman tarım, birincil ekonomik etkinliktir. Turizmin gelişmesi, yeterli kaynaklara sahip olanların belli bir risk alarak piyasaya girmelerini sağlar. Ancak bu kaynaklardan yoksun olanlar, tarımda çalışmaya devam eder. Sezonun kısa olduğu bölgelerde tarımsal etkinlikler devam eder ancak turizm sezonu uzadıkça ve turizm ekonomisi yaygınlaştıkça tarımın toplumsal hayattaki yeri de azalır.

Sıra Sizde 5

Her turizm işçisi türü, turizmdeki emek piyasasına giriş biçimi, çalışma alanı ve sosyal özellikleri açısından kendine özgü birtakım özelliklere sahiptir. Bu dört işçi grubu içinde yerel işçiler, yerel işletmeciler ve göçmen işçiler özellikle kitle turizminin yaygın olduğu, görece olarak daha küçük yerleşim birimlerinde istihdam edilen işçileri temsil eder. Kent işçileri, kitle turizmi dışında kent turizmi içinde yer alan, turizmden önce kapitalist emek piyasasına girmiş, çalışma alanları ve sosyal koşulları doğrudan turizme bağlı olarak değişmeyen bir gruptur. Dolayısıyla, dört grup içinde en farklı koşul ve özelliklere sahip olan grup kent işçileridir.

Sıra Sizde 6

Turizm istihdamındaki sorunları tek bir politika alanı içinde tek bir reçete ile çözmek mümkün değildir. Öncelikle turizmdeki emek piyasasının yapısı araştırılmalı ve turizmde nasıl bir emek ihtiyacı olduğu saptanmalıdır. Bundan sonra bu emek ihtiyacını karşılayacak elemanların yetiştirilmesi için eğitim planlaması, okullaşma, kontenjanların belirlenmesi ve müfredatın düzenlenmesi sağlanmalıdır. Son olarak emek piyasasındaki arz-talep dengesi, üniversite sektör iş birliği ile inşa edilmelidir. Bütün bunlar çok yönlü bir yaklaşımı zorunlu kılmaktadır.

Yararlanılan Kaynaklar

- Aykaç, A. (2009). **Yeni İşler, Yeni İşçiler: Turizm Sektöründe Emek**, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Butler, R.W. (1994). "Seasonality in Tourism: Issues and Problems", Seaton, A.V. (der.), **Tourism: The State of the Art**, John Wiley and Sons.
- Çeken, H. ve B. Erdem. (2003). **Turizm Sektörünün İstihdam Yaratmadaki Etkisi**, İş, Güç, v5 n1.
- Ehrenberg F. T. Smith. (1998). "On The Importance of Accurate Data on and Balanced Analysis of Tourism's Economic Impacts," **Tourism Economic Report**, Madrid.
- Getz, D. ve J. Carlsen, (2005). "Family Business in Tourism: State of the Art," **Annals of Tourism Research**, v32, i1.
- Günal, A. (1998). "Otantik Olanı Aramak", **Birikim**, 111-112.
- Hochschild, A. ve A. Machung, (2012). **The Second Shift**, Penguin Books.
- Honkanen, A. (2006). "Seasonality as a Marketing Response to Time Allocation: The Finnish Tourism Case," Weiermair, Klaus, Harald Pechlaner and Thomas Bieger, Time Shift, **Leisure and Tourism: Impacts of Time Allocation on Successful Products and Services**, Erich Schmidt Verlag.
- Jolliffe, L. ve R. Farnsworth. (2003). "Seasonality in Tourism Employment: Human Resource Challenges", **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v15, i6.
- Lea, J. (1998). **Tourism and Development in the Third World**, Routledge.
- Munck, R. (2002). Globalisation and Labour: The New 'Great Transformation', Zed Books.
- Riley, M. ve diğ. (2002). **Tourism Employment: Analysis and Planning**, Channel View Publications.
- Sabancıoğlu, Z. (2011). **İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalı**, Alfa Aktüel Yayınları.
- Scott, J. (1997). **Chances and Choices: Women and Tourism in Northern Cyprus**, Sinclair, M. T. (der.), Gender, Work and Tourism, Routledge.
- Shaw, G. ve A. M. Williams. (2002). **Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective**, Blackwell.
- Smith, V. L. (der.), (1989). **Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism**, University of Pennsylvania Press.
- Tucker, H. (2003). **Living With Tourism: Negotiating Identities in a Turkish Village**, Routledge.
- Tütüncü Ö.ve M. Demir. (2003). "Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Kapsamında İşgücü Devir Hızının Analizi ve Muğla Bölgesi Örneği," **DEÜ SBE Dergisi**, Cilt: 5, Sayı: 2.
- Urry, J. (2002). **The Tourist Gaze**, Sage.

7

Amaçlarımız

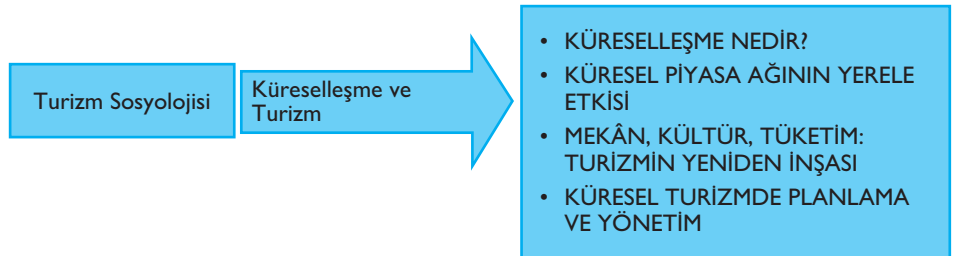
Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- 👁️ Küreselleşme kavramını tanımlayabilecek,
- 👁️ Küresel gelişmelerin yerel turizm üzerindeki etkisini açıklayabilecek,
- 👁️ Küresel turizmin özelliklerini tanımlayabilecek,
- 👁️ Küresel turizmin özgün sorunlarını tanımlayabilecek,
- 👁️ Küresel turizmde gerekli olan planlama ve yönetim unsurlarını açıklayabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Küreselleşme
- Küresel Ekonomi
- Tüketim Kültürü
- Yerel Kültür
- Gelir Kaçışı Sorunu
- Küresel Turizm
- Metalaşma
- Sürdürülebilirlik

İçindekiler



Küreselleşme ve Turizm

KÜRESELLEŞME NEDİR?

Küreselleşmenin Temel Özellikleri

İçinde bulunduğumuz dünya düzenini ve toplumsal yapıyı en iyi tanımlayan kavram küreselleşme kavramıdır. Bu aynı zamanda sosyal bilimler alanındaki çağdaş çalışmaların da odak noktasını oluşturmaktadır. Farklı açılardan farklı unsurlarıyla tanımlanabilecek küreselleşme kavramı, burada turizm açısından önem teşkil eden boyutlarıyla değerlendirilecektir. Bu anlamda küreselleşme, belirli tarihsel koşulların ortaya çıkması sonucu, gelişen iletişim ve ulaşım teknolojilerinin de katkısıyla dünya sisteminin politik, ekonomik ve sosyal alanda köklü bir dönüşüm geçirmesini ifade etmektedir.

Öncelikle küreselleşmenin nedenlerine baktığımızda, en temel neden tarihsel bağlamdır. 1945'te II. Dünya Savaşı'nın bitmesiyle ortaya çıkan çift kutuplu uluslararası yapı Soğuk Savaş olarak adlandırılmaktadır. Soğuk Savaş dönemi güçlü ulus-devletlerin ve iç piyasaya dönük kapalı ekonomilerin hâkim olduğu ve uluslararası ilişkilerin Batı Bloku ve Sovyet Bloku içinde gerçekleştiği bir yapıydı. 1970'lerden itibaren uluslararası barışın yerleşmesi ve ulusal ekonomilerin yeniden inşa sürecini tamamlamasıyla birlikte Soğuk Savaş döneminde bir yumuşama meydana geldi. Bu yumuşama, ulusal ekonomilerin dışa açılmasını, ulus-devlet sınırlarının sermaye, mallar ve insanların hareketliliğine izin verecek biçimde zayıflamasını ve daha önce bloklar içinde gerçekleşen uluslararası ilişkilerin küresel düzlemde gerçekleşmesine yol açtı. 1980'lere gelindiğinde dünya artık politik ve ekonomik alanlarda yeni bir örgütsel yapıya doğru yönelmiş; bu durum sosyal yapılara ve ilişkilere de yansımıştı.

Tarihsel bağlam dışında, küreselleşmenin bir başka nedeni de ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerdir. Ulaşım açısından baktığımızda, uçak teknolojilerinin gelişmesi, yaygınlaşması ve ucuzlaması artık daha fazla insanın bu teknolojilerden faydalanabileceği anlamına gelmekteydi. Bunun sonucunda daha fazla insan daha ucuz ve daha hızlı bir biçimde daha uzun mesafeleri kat etme olanağı buldu. İletişim teknolojileri açısından değerlendirdiğimizde en dikkat çekici gelişme bilişim teknolojilerindeki gelişme ve bunun yaygınlaşmasıdır. Öncelikle daha fazla insan bilgisayar kullanmakta, dolayısıyla bilişimdeki gelişmelere hızlı bir biçimde ulaşabilmektedir. İkinci olarak internetin yaygınlaşması toplumları birbirine yakınlaştırmakta, aynı zamanda bir bilgi akışı yaratmaktadır. Castells, bu gelişme-

Tarihsel Bağlam: Belli bir dönemde tanımlayıcı olan politik, ekonomik, sosyal ve kültürel koşulların bütününe tarihsel bağlam denmektedir. Tarihsel bağlam belli bir olayın derinlemesine analizinde önem taşımaktadır.

leri bilgi çağı ve ağ toplumu kavramlarıyla açıklamaktadır. Bilgi çağı, toplumsal örgütlenmenin ana hatları olan üretim, deneyim ve iktidar alanlarının bilişim teknolojileri devrimi sonucunda ortaya çıkan bilgi akışları tarafından doğrudan yönlendirildiğini ifade etmektedir. Daha somut bir ifadeyle ağ toplumu, bireylerin artık yerel ya da ulusal kimlik unsurlarıyla değil ağıdaki yerleriyle tanımlandığını, birey ve ağ arasında sürekli bir karşılıklı ilişki olduğunu ifade etmektedir (Castells, 2008).

K İ T A P



Castells, Manuel.(2008) *Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür* 1. Cilt, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Merkez- Çevre İkilemi: Merkez-çevre ikilemi, öncelikle bağımlılık teorisi daha sonra da dünya-sistemi teorisi kapsamında ele alınmıştır. Bu ikilemin ülkelerin sanayileşme, sermaye birikimi ve toplumsal gelişme düzeylerinde bakılarak ortaya çıkan yapısal eşitsizliğe işaret etmektedir. Küreselleşme, erken sanayileşmiş ve kapitalistleşmiş merkez ülkelerini sistem üzerinde söz sahibi yaparken hem sanayi hem de piyasa açısından gelişmekte olan çevre ülkeleri merkez ülkelerin güdümündeki küresel piyasaya bağımlı kılar (Wallerstein, 2011).

Çok Uluslu Şirketler: Çok uluslu şirketler, en az iki ülkede yatırımları bulunan, üretim yapan ya da hizmet sunan şirketlerdir. Bu şirketler farklı ülkelerde yaptıkları yatırımlarla küresel piyasaların bütünleşmesinde merkezi rol oynamışlardır.

Buraya kadar kısaca nedenlerini açıkladığımız küreselleşme gerçekte ne tür dönüşümlere işaret etmektedir? Küreselleşmeyi sırasıyla politik, ekonomik ve sosyal dönüşümleri açısından değerlendirmek sonuçları anlamak açısından kolaylık sağlayacaktır. Politik açıdan bakıldığında küreselleşme artan sermaye ve insan hareketliliği ve bilgi toplumunun ortaya çıkması ile ulus-devletlerin ulusal çıkarlara dayalı ve kendi sınırları içindeki gücünü azaltmıştır. Artık daha fazla ülke, küresel ekonomik örgütlenmenin bir parçası olmak ve küresel piyasalardaki üretim ilişkilerinde yer almak adına egemenliklerinden taviz vermektedir. Doğrudan yabancı sermaye yatırımları, göçmen işçilerin artması, ihracat ve ithalatın artması ve bu yapı içinde yalnızca malların değil aynı zamanda hizmetlerin de metalaşması ulus-devletlerin küresel gelişmeleri içselleştirmelerine örnek teşkil etmektedir. Buna bağlı olarak küreselleşmenin en önemli ekonomik sonucu, küresel piyasaların bütünleşmesi ve üretim ilişkilerinin ulusal piyasalardan çıkıp küresel piyasalara yayılmasıdır. Sermaye yatırımları üretim maliyetlerinin daha düşük olduğu, özellikle ucuz ve korunmasız iş gücünün bulunduğu alanlara doğru kaymaktadır. Bu kayış daha çok erken sanayileşmiş merkez ülkelerden gelişmekte olan çevre ülkelere doğru yönelmektedir. Küreselleşmeyle öne çıkan sermaye akışlarının birincil aktörleri **çok uluslu** şirketlerdir. Turizmden örnek vermek gerekirse, büyük otel zincirleri, restoran zincirleri, havayolları veya tur operatörleri birden fazla ülkede şubeler açarak ya da internet üzerinden hizmetlerini küresel ağın bir parçası yaparak küreselleşmektedirler.

Küreselleşmenin en önemli boyutu bireyleri doğrudan etkilediği için toplumsal hayatta ortaya çıkmıştır. Öncelikle ulusal sınırların zayıflamasına karşılık ekonomik ilişkilerin her düzeyde belirleyici olması, köklü bir toplumsal dönüşüme yol açmıştır. Bilginin daha kolay ulaşılır olması, kültürler ve toplumlar arası etkileşimi artırmıştır. Artan insan hareketliliği de bu etkileşimde rol oynamıştır. Bunun yanı sıra küresel piyasaların bütünleşmesi, malların ve hizmetlerin yerkürenin tüm piyasa alanlarına yayılmasına neden olmuş ve buna karşılık bir küresel tüketim toplumu ortaya çıkmıştır. Ancak bu unsurlar aynı zamanda toplumları, toplumsal ilişkileri ve sonuç olarak bireyleri de tektipleştirme eğilimi göstermektedir. Buna karşılık farklı kimlik unsurlarını vurgulayan kimlik politikaları yükselişe geçmiş, yerel unsurlar ve kültürler küreselleşmenin yayılımına ve tehditlerine karşı direniş göstermeye başlamışlardır.

Küreselleşmenin Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Kaçınılmaz olan küreselleşme sürecinin hem olumlu hem de olumsuz etkileri bulunmaktadır. Öncelikle teknolojik gelişmeler ve bunların kitlesel kullanımı sonucu bilgi toplumunun ortaya çıkışı olumlu bir gelişmedir. Bunun yanı sıra merkez ülkelerden kaynaklanan ve çevre ülkelere yönelik sermaye yatırımları, gelişmekte olan ülkelere

iş imkânları yaratmış, bu ülkelerin yerli sermayeleri için bilgi ve teknoloji transferi yaratmış, genel olarak ülke ekonomilerinin büyümesine görece katkıda bulunmuştur.

Olumsuz etkilere baktığımızda ise ekonomik bütünleşme sonucu gelişmekte olan ülkelerde ortaya çıkan istihdam olanaklarının büyük oranda sömürüye dayandığını, bu iş alanlarında çalışanların düşük ücretler karşılığı, güvencesiz çalışarak aslında merkez ülkelerin çok uluslu şirketlerine kar sağladığı görülmektedir. Bu anlamda küreselleşme hem bireyler arası hem ülkeler arası eşitsizliği artıran bir süreçtir. Ortaya çıkan bilgi toplumu, yerel unsurları ve kültürel formları tehdit etmekte, küreselleşmenin tektipleştirme sürecine karşı otantik değerlerin yok olmasına neden olmaktadır. Turizmden örnek verecek olursak, turizm destinasyonlarında satılan hediyelik eşyalar, küreselleşme öncesinde yerel kültürel ürünlerden oluşurken bugün bu hediyelik eşyalar büyük oranda Çin, Tayvan gibi ülkelerde seri olarak üretilen ve yerel kültürü temsil etmeyen ürünlerdir.

McGrew, Anthony ve David Held, (2008) *Küresel Dönüşümler: Büyük Küreselleşme Tarihi*, Phoenix Yayınevi.



DİKKAT

Buraya kadar anlatılan politik, ekonomik ve sosyal dönüşümler göz önüne alındığında, sizce herhangi bir ülkenin küresel yapının dışında kalması, katı bir ulusal yapı içinde devam etmesi mümkün müdür?



SIRA SİZDE

Küreselleşmenin Turizm Üzerindeki Etkisi

Buraya kadar anlatılan özellikleri, olumlu ve olumsuz yanlarıyla küreselleşme, turizmi de doğrudan etkilemektedir. Bu etkileri politik, ekonomik ve sosyal dönüşümlere paralel olarak açıklamak uygun olacaktır. Politik yönden bakıldığında ulus-devletlerin sınırlarının önemini yitirmesi, insan hareketliliğine dayalı turizm etkinliklerinin de yaygınlaşmasına ve turizm piyasasının büyümesine yol açmıştır. Artık küçük ya da büyük, gelişmiş ya da gelişmekte olan pek çok ülke tarihi ve doğal kaynaklarını harekete geçirerek dünya turizm piyasasının bir parçası olmaya çalışmaktadır. Ülkelerin vize politikaları yumuşamakta; devletler turizm bakanlıkları veya bürokratik yapıları aracılığıyla turizmi teşvik etmektedirler. Aynı zamanda turizmin küçük ölçekli sermaye yatırımlarıyla geniş çaplı istihdam yaratması nedeniyle, özellikle gelişmekte olan ülkeler turizmi bacasız sanayi olarak değerlendirmektedirler.

Türkiye turizmi üzerine detaylı bilgi için Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı, <http://www.turizm.gov.tr>



İNTERNET

Küreselleşmenin turizm üzerindeki ekonomik etkilerine baktığımızda küresel piyasaların bütünleşmesi bu yekpare yapı içindeki rekabeti de artırmaktadır. Birçok ülke ekonomisi, küresel turizm piyasasında rekabet edebilmek adına hem destinasyon sayısını artırmakta hem de turizm ürünlerini ve hizmetlerini çeşitlendirmeye çalışmaktadır. Bunun yanı sıra, küresel turizm piyasasına katılımın bir başka boyutu gelişmiş ülkelerin turizm işletmelerinin gelişmekte olan ülkelerde yaptığı yatırımlardır. **Doğrudan yabancı sermaye** yatırımlarının içinde yer alan bu yatırımlar, özellikle büyük otel zincirlerinin, restoran, tur operatörü, araç kiralama, hava yolları ve benzeri turizm işletmelerinin yaygın bir hizmet ağı ile şubeler açması şeklinde gerçekleşmektedir. Bu tür yatırımlar aynı zamanda küçük yerel işletmeler için de zaman zaman örnek teşkil etmekte, bir bilgi ve teknoloji yayılması sağlamaktadır.

Doğrudan yabancı sermaye yatırımları: Yabancı sermaye yatırımlarının bir türü olan doğrudan yabancı sermaye yatırımları, şirketlerin bulundukları ülkenin dışında üretim faaliyetlerine yönelik yatırımlar yapması anlamına gelmektedir. Özellikle çok uluslu şirketler tarafından farklı yöntemlerle uygulanmaktadır. Bu yatırımların birincil amacı emek maliyetlerinin en aza indirilmesidir.

Sosyal alandaki küresel dönüşümler özellikle artan turizm destinasyonlarında, turizm ürünlerinin, hizmetlerinin ve türlerinin çeşitlenmesinde görülmektedir. Bunun yanı sıra, artık turizmden ve tatilden beklentileri çok farklı olan, destinasyon anlayışları değişen turistler ortaya çıkmaktadır. Küresel turizmin yaygınlaşması yerel kültür ve toplumsal hayat açısından da önemli dönüşümler yaratmaktadır. Öncelikle yerel kültürler küresel turizm piyasasının taleplerini karşılamak için daha fazla üretim yapmak zorunda kalmakta, bu nedenle özgünlükleri tehdit altına girmektedir. İkinci olarak daha önce geleneksel ekonomik sektörlerde çalışan yerel nüfus modern turizm sektöründe çalışmaya başlamakta, bu da toplumsal düzende, cinsiyet ilişkilerinde ve hatta aile yapılarında değişimlere neden olmaktadır. Bunların dışında, küreselleşmeyle birlikte artan turizm çeşitliliği, farklı kültürlerin karşılaşmasına da yol açmaktadır. Örneğin, 1990'da Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra eski Doğu Bloku ülkelerindeki insanlar Batı ülkelerine seyahat yasağına kalmalarıyla farklı ülkelere yolculuk etmeye başlamışlar, bu nüfus hareketliliği kültürel etkileşimin alanını genişletmiştir. Türkiye, bu ülkelere yakın olması ve ucuz tatil olanakları sunması sebebiyle bu ülkelerin en fazla tercih ettiği turizm destinasyonlarından biri olmuştur. Bu durum toplumsal ilişkilere farklı biçimlerde yansımaktadır.

Schengen Vize Antlaşması: İlk defa 1985 yılında imzalanan antlaşma o dönemde Avrupa Ekonomik Topluluğu üyesi on ülkenin beşini kapsamaktaydı. Antlaşmanın takip eden yıllar içinde yenilenmesi ve yeni ülkelerin katılımıyla 26 Avrupa ülkesini ve 400 milyonluk bir nüfusu kapsar hale gelmiştir.

Kuşkusuz, küreselleşmenin turizm üzerindeki etkisi hem olumlu hem de olumsuz olmuştur. Olumlu etkileri göz önüne alındığında, küresel turizm piyasasının bütünleşmesi turizmin hem arz hem de talep tarafını zenginleştirmiş, çeşitlendirmiştir. Artan sermaye ve insan hareketliliği ve buna zemin hazırlayan teknolojik gelişmeler daha önce birçok insan için ulaşılmaz olan turizm etkinliklerini kolay ulaşılır hale getirmiştir. Bunun için bir örnek Türkiye'de küreselleşme sonrasında artan yurt dışı çıkışları olabilir. Artan insan hareketliliği turizmi hem politik hem de ekonomik olarak dünya sisteminde merkezi bir konuma taşımıştır. Artık daha fazla ülke vize politikalarıyla turist akışını yönlendirmeye çalışmaktadır. **Schengen vize antlaşması** ya da Andean Paketi buna örnek olabilir.

Küreselleşmenin olumsuz etkileri yalnızca turizm üzerinde değil, diğer ekonomik alanlar ve ilişkilerde de kendini göstermektedir. Turizm alanında da merkez ülkelerin çok uluslu şirketleri, çevre ülkelerin turizm piyasasındaki konumlarını ve küresel turizm pastasından alacakları payı doğrudan etkilemektedirler. Sermayenin merkez ülkelerden kaynaklanmasına karşılık emeğin çevre ülkelerden kaynaklanması turizm gelirlerinin dağılımında da bir eşitsizlik olduğuna işaret etmektedir. Dolayısıyla turizmin küreselleşmesi, bu yapı içinde yer alan ülkelerin ve toplumların da küresel eşitsizlikten doğrudan etkilenmesi anlamına gelmektedir.

Buraya kadar anlatılan kısımda küreselleşme ve yarattığı toplumsal dönüşümler genel olarak ve makro düzeyde değerlendirilmiştir. Bundan sonraki bölümlerde küreselleşmenin turizm yapıları üzerindeki etkilerinin derinlemesine çözümlemeyeceği bir mikro analiz sunulacaktır.

KÜRESEL PİYASA AĞININ YERELE ETKİSİ

Küresel Tüketim Kültürünün Yükselişi

Dünya ekonomisi, 1945'ten yaklaşık 1970'lere kadar olan dönemde, II. Dünya Savaşı'nda ekonomileri çöken erken sanayileşmiş ülkelerin ekonomilerinin yeniden inşa süreci ve bağımsızlıklarını yeni kazanmış eski sömürge ülkelerinin kalkınma atılımlarıyla şekilleniyordu. Bu dönemde belirleyici olan ulusal ekonomilerin inşası ve iç piyasanın taleplerinin karşılanmasıydı. Ancak 1970'lere gelindiğinde iç pi-

yasanın talepleri karşılanmış ve ulusal ekonomilerde üretim fazlası ortaya çıkmıştı. İç piyasadaki talebin azalmasıyla kar oranları düşen yatırımcılar bu noktada, hem yeni pazarlar hem de daha düşük üretim maliyetleri için gelişmekte olan ülke ekonomilerine yatırım yapmaya başladılar. Küresel tüketim toplumunun yükselişi işte tam da böyle bir tarihsel bağlamda gerçekleşti.

Küresel tüketim toplumu, küresel piyasaların bütünleşmesiyle birlikte artan sermaye ve malların hareketliliği sonucu bireylerin giderek daha fazla tüketime odaklanması şeklinde ortaya çıktı. Bu odaklanma, bireylerin ihtiyacından fazla hatta ekonomik olarak karşılayabileceğinden de fazla tüketmesi anlamına gelmekteydi. Kapitalist sistem, ürün çeşitliliği, tasarım, markalaşma, pazarlama ve benzeri işletme teknikleriyle bireylerin daha fazla tüketmesine yol açtı. Bu tüketim odaklı yaşam biçimi, küresel piyasalarda bir talep sürekliliği sağlayarak sermayenin karlılığının da sürmesini sağladı. Dolayısıyla, bireyler aslında kendi ihtiyaçları için değil, küresel piyasanın devamlılığı için tüketir oldu.

Küresel tüketim toplumunun turizmdeki yansımalarını en iyi anlatan çalışmalardan biri John Urry'nin *Mekanları Tüketmek* adlı çalışmasıdır (Urry 1999). Bu çalışmada, turizm içerisinde yerel kültürün ve otantik değerlerin nasıl metalaştığı ve piyasaya sunulduğu ve bunun yarattığı yapay algı vurgulanmaktadır. Bir başka deyişle çevre ülkelerin gelişmekte olan turizm destinasyonları, merkez ülkelerin zengin orta sınıfını misafir ederken hem bireysel olarak hem de kültürel değerleri açısından özlerini kaybetmekte, piyasa alınıp satılabilecek herhangi bir metaya dönüşmektedirler. Örneğin, Güney Afrika Cumhuriyeti'nde turistlere yönelik gezi ve turlarda kabile gezileri, dansları ve gelenekleri sunulmakta; oysa gerçek hayatta Güney Afrika Cumhuriyeti halkının büyük kesimi kentleşmiş modern yerleşim yerlerinde yaşamakta ve modern dünyanın getirdiği teknolojik gelişmelerden ve toplum hayatından etkilenmektedir.

Resim 7.1



Kaynak:

<http://www.protea-hotels.com>. Protea Shakaland Otel'i'nin bu tanıtım fotoğrafı küresel tüketim kültürüne yönelik metalaşmanın canlı bir örneğidir. Oysa otelin bulunduğu yerleşim yerinde yaşayanlar ya da otelde çalışanlar çok daha modern bir hayat sürmektedirler.

Etnografi: Asıl olarak antropoloji biliminin bir yöntemi olan etnografi, bir toplum ya da kültürün derinlemesine incelenmesi sonucu belirleyici özelliklerinin saptanması anlamına gelmektedir. Bu yöntem bir saha çalışması süresince gözlem veya katılımcı gözlem yöntemleri ile bilgi toplanmasına dayanmaktadır. Doğrudan ve derin bir bilgi toplanması nedeniyle tercih edilirken büyük grupların incelenmesinde yetersiz kalmaktadır.

Küresel tüketim toplumu 1980 sonrası atılım yaparak dünya turizm piyasasının en önemli aktörlerinden biri olan Türkiye’de de etkisini göstermektedir. Örneğin 1960’lı ve 1970’li yıllarda bir grup Türk aydınının öncülüğünde başlayan mavi turlar, Ege kıyılarının tarihi mirası ve doğal güzelliklerini vurgulamak amacıyla başlamıştı. Azra Erhat, *Mavi Anadolu* adlı eserinde tekneyle yaptıkları mavi yolculuğun detaylarını, geçtikleri yerlerin mitolojik tarihleriyle harmanlayarak anlatır (Erhat 1969). Benzer bir şekilde Fatma Mansur Coşar, Bodrum’un küçük bir sahil kasabası olduğu dönemini etnografik bir çalışmada irdeler (Mansur, 1999). Oysa zamanında “küçük sahil kasabası” olarak tanımlanan Ege kıyıları, bugün otantik varlıklarını fazlasıyla tüketmiş, yapılaşmanın kurbanı olmuş ve karşılayabileceğinden fazla turistin akınına uğramasından dolayı doğal kaynaklarını da tüketmiştir. Kuşadası, Marmaris, Bodrum Türkiye turizmde küresel tüketim eğilimlerinden doğrudan etkilenmiş ve aşırı metalaşma sonucu doğal ve kültürel kaynaklarını kısa zamanda yok etmiştir.

SIRA SİZDE



Sizce küresel tüketim toplumunun aşırı tüketimine karşı turizm destinasyonlarındaki kültürel ve doğal kaynaklar nasıl korunabilir?

Küresel Hizmet Standartları ve Yerel Kültüre Etkisi

Küreselleşme ve turizm arasındaki ilişkiyi açıklarken küresel ve yerel düzeyler arasındaki ikilem uygun bir başlangıç noktası olacaktır. Özellikle merkez ülkelerin çok uluslu şirketlerinin güdümünde olan küresel piyasa ilişkileri yaygınlaştıkça yerel piyasalar da bu küresel ağın bir parçası olurlar. Bu durumda küresel piyasaların işleminde ve düzenlenmesinde kullanılan yöntemler, iş ilişkileri, çalışma koşulları, üretim biçimleri ve ürünün piyasaya aktarımı birbirine benzemek zorunda kalır. Örneğin bugün muhasebe işlemlerinde defter tutmaya devam etmek, bilişim teknolojisinin ve bilgisayar kullanımının yaygınlaşmasına karşılık büyük bir geriliktir. Başka bir örnek artık bütün işletmelerin bir internet sitesi üzerinden mal ve hizmetlerini pazarlamasıdır. Kuşkusuz yerel işletmeler de bu gelişmelere ayak uydurmak zorunda kalır. Artık küçük çaplı ev pansiyonlarından yerel ürünleri pazarlayan dükkânlara kadar tüm işletmeler, internet üzerinden reklam ve pazarlamayı tercih etmektedirler. Bütün bu gelişmelerin olumlu ve kaçınılmaz gibi görünse de yerel düzeyde toplumsal ilişkileri, toplumsal dayanışmayı, yerel üretimin özgün ve kültürel özelliklerini tehdit eden bir yanı da bulunmaktadır.

Turizm alanındaki küresel ve yerel ikilemine bakacak olursak bu karşıtlığın farklı alanlarda ve farklı biçimlerde kendini gösterdiğini söyleyebiliriz. Öncelikle dışarıdan gelen küresel sermayenin ya da büyük sermayenin yerel düzeydeki yatırımları oradaki toplumsal ilişkileri ve ekonomik yapıyı değiştirir. Örneğin Belek sahilinde devlet arazilerinin tahsis sonucu yapılan yaklaşık elli adet beş yıldızlı otel, yerel yapıdan tamamen kopuk bir turizm yaratmıştır. Belek yerleşimine komşu Kadriye ve Dikmen köylerinde bu turizm gelişiminden pay almak isteyen yerli halk küçük çaplı turizm yatırımları yapmışsa da büyük sermaye ile rekabet edememiştir. Dolayısıyla turizm gelişmesi hem bölgedeki tarım ekonomisini tehdit etmekte hem de yerel halkın mekânsal ve ekonomik yönden dışlanmasına yol açmaktadır. İkinci olarak küçük yerleşim yerlerine yönelik yabancı turist akını yine toplumsal ilişkilerin, geleneklerin ve kültürel değerlerin değişmesine neden olur. Turizmin geliştiği birçok bölgede suç oranlarının artması, toplumsal çatışma ve ahlaki çöküntü gibi sorunların öne çıkması buna bir örnektir. Örneğin Türkiye’de birçok turizm destinasyonunda çalışan gençler, yabancı turistlerle geliştirdikleri sos-

yal ilişkiler sayesinde yurt dışına gitmeyi kendilerine çalışarak bir hayat kurmaya tercih etmektedirler. Üçüncü olarak küresel turizm piyasasına eklemelenmek adına yerel kültürün metalaşması bir değer kaybına ve yozlaşmaya neden olur. Daha önce anlatılan yapay Afrika kabile hayatı ya da Mavi Tur gezilerinin metalaşması bu noktada da bir örnek olabilir.

Dolaylı bir sonuç olmakla beraber bir bölgede turizmin gelişmesi aynı zamanda bu bölgenin göç alması anlamına da gelmektedir. **Uluslararası emekli göçü** yabancı göçmenlerin artmasına neden olurken turizme dayalı iş olanaklarının artması da iç göçe neden olur. Göç sonucu ortaya çıkan çok kültürlü yapı yerel kültürün değişiminde bir dönüm noktası teşkil eder.

Turizm çalışmalarında küresel ve yerel ikilemi farklı yaklaşımlarla açıklanmaktadır. Bunlardan birincisi daha çok antropolojik bir yaklaşım olan ev-sahibi konuk ilişkisidir. Buna göre yerel halk ve turistlerin turizm alanında karşılaşması her iki grup için de belli sosyal ve kültürel değişimler anlamına gelmektedir. Yerel halk, turizme iş ve geçim kaynağı olarak bakarken turistler için bu tatil ve eğlence zamanıdır. Burada iş-eğlence ikilemi de sosyal algıda etkili olmaktadır (Smith 1989). İkinci bir yaklaşım, yerel halkın değişime bakışını değerlendiren “yerel halkın algılama analizi”dir. Yerel halk, her zaman turizm gelişimini kabullenmeyebilir; dahası farklı mekanizmalarla direniş dahi gösterebilir. Örneğin Antalya Kemer’de yerli halk turizm sektöründe çalışmaya daha mesafeli yaklaşırken Muğla Fethiye’de yerel halkın hem küçük girişimci olarak hem de çalışan olarak turizmle daha iç içe olduğunu söylemek mümkündür. Lash ve Urry’nin ortaya koyduğu **post-turizm** kavramı artan bilişim teknolojileri sonucu turizmin biçim değiştirdiğine, bir yeri veya kültürü görmek için oraya gitmenin zorunlu olmadığına, çünkü turizm imajının turizmin kaynaklarının önüne geçtiğine, dolayısıyla görülecek her şeyin bilgisayar ekranından detaylı olarak sunulduğuna dikkat çeker (Lash ve Urry, 1994). Gerçekten de artık internet dünyanın herhangi bir yerini ayrıntılarıyla bireylere sunabilmekte. Son olarak Burns, günümüzde turizmin tüketim kültürüyle birleşmesini, otellerin içinde veya civarında yer alan alışveriş merkezlerini yerel kültürü tehdit eden unsurlar olarak anlatmaktadır (Burns, 2001).

Uluslararası emekli göçü: Hem göç hem de turizm çalışmalarında önemli bir yer tutan uluslararası emekli göçü, çalışma hayatını tamamlamış yabancılardan uzun dönemli olarak turizm destinasyonlarında yaşaması anlamına gelmektedir. Bu durum bir geçici göç ya da uzun dönemli turistlik hareket olarak düşünülebilir. Erken dönemde daha çok İspanya ve İtalya’ya yönelen bu göç, artık daha çok Türkiye’ye yönelmektedir.

Yerel Turizmde Gelir Kaçışı Sorunu (Leakage Problem)

Küreselleşmenin yerel turizm için yarattığı en temel sorun, gelir kaçışı sorunudur. En basit haliyle turizm gelirlerinin başka ülkelere kaybı anlamına gelmektedir. Dünya sistemindeki merkez çevre ikilemine dayalı küresel eşitsizliğin bir uzantısı olan bu sorun, merkez ülkelerden kaynaklanan küresel sermaye yatırımlarının yüksek kâr oranlarını korumak adına çevre ülkelerin doğal ve kültürel kaynaklarını, topraklarını ve hatta kültürlerini kullanması anlamına gelmektedir. Gelir kaçışı sorunu farklı nedenlerden kaynaklanmaktadır. Birinci neden, turizm yatırımlarının yerli sermaye yerine yabancı sermaye tarafından yapılmasıdır. Yabancı sermaye hem kendi anaparasını karşılamak hem de kâr etmek hedefinde olduğu için turizm gelirlerinin yerel halka yansması gibi bir sorumluluk taşımaz. İkinci olarak devletler, yabancı yatırımı artırmak için vergi indirimi, kaynak tahsisi gibi avantajlar sağlarlar. Bu sayede ekonomik büyüme ve istihdam sağlarken kardan vazgeçerler. Uluslararası medyada yapılan turizm reklamları ve pazarlaması turist sayılarını artırmakla beraber turizm giderleri açısından da yabancı medyaya harcanan büyük bir maliyet kalemidir. Bunun yanı sıra, küresel turizmin düzenlenmesinde büyük rol oynayan tur operatörleri ve havayolu şirketleri gelir kaçışı sorununun en önemli belirleyicileridir. Günümüzde küresel turizm pastasından pay almak isteyen her-

hangi bir turizm destinasyonu uluslararası çalışan tur operatörlerinin hizmet ağlarından faydalanmak, örneğin paket turların içinde yer almak zorundadır. Bu da gelirlerinin bir bölümünü bu tur operatörlerine devretmeleri anlamına gelmektedir. Son olarak turizm işletmelerinin kullandıkları veya pazarladıkları bir takım ürünleri ithal etmeleri de gelir kaybına yol açmaktadır. Özellikle ekonomileri turizme dayalı ada destinasyonları, yiyecek, içki ve hediyelik eşyaları ithal ederken büyük bir gelir kaybı yaşamaktadırlar.

SIRA SİZDE

3



Gelir kaçıışı sonucu ülkelerin gelir kaybetmesi bütün ekonomik düzeni etkilemenin yanı sıra, yerel halkın turizmden yararlanmasına da ket vurur. Bu sorunun çözümünde sizce ne gibi yaklaşımlar faydalı olur?

KÜRESEL TURİZMİN ÖZELLİKLERİ

Yeni Turizm Türleri

Turizmin tarihsel gelişimine baktığımızda, tarihsel bağlam ve mevcut teknolojik koşullar toplumların ne tür turizm etkinliklerine katıldıklarını belirlemektedir. XIII. ve XIV. yüzyılda hac turları ve kutsal toprakların ziyareti yaygın bir turistik etkinlikti; bunlar yalnızca dini sebeplerden dolayı değil aynı zamanda kültür ve eğlence amacı taşıyordu. XVIII. yüzyılda yaygınlaşan Büyük Avrupa turları başlangıçta soylular ve aristokrat sınıfı için düzenlense de daha sonra profesyonel orta sınıfı da kapsamaya başladı. Burada belirleyici olan hem kültürel etkinlikte bulunmak hem de doğal güzelliklerdi (Turner ve Ash 1976). Ancak günümüzdeki turizm anlayışının temelleri özellikle Sanayi Devrimi sonrasında ortaya çıkan modern toplum yapısı ile belirginleşti. **Sanayi Devrimi**'nin modern toplum açısından en önemli iki sonucu kentleşme ve kitlesel proleterleşmeydi. Bu iki büyük dönüşümü turizm açısından değerlendirdiğimizde birincisi turizmin kent dışında, özellikle doğal ve kültürel kaynakların bulunduğu ve kentteki yaşamın dışında bir turizm türünün ortaya çıkmasıydı. Bu da özellikle daha az gelişmiş, kentleşme ve modernleşmeden daha az etkilenmiş kıyı turizmini işaret etmekteydi. Küçük sahil kasabaları, az gelişmiş kıyı kentleri, kentlerin kalabalık, hızlı, fazlasıyla rasyonel ve metalaşmış ortamlarının zıddını sunmaktaydı. İkinci olarak proleterleşme, yani daha önce tarımda çalışan kitlelerin kente gelerek modern sanayi sektöründe çalışmaya başlaması, toplumsal hayat içinde zaman ve mekânın yeniden düzenlenmesini beraberinde getirdi. Sekiz saatlik çalışma günü ve beş günlük çalışma haftasının yanı sıra, iki haftalık tatil izni de bu düzenlemenin bir sonucuydu. Bütün bu çalışan kitlenin iki haftalık tatili yaz mevsiminde değerlendirmesi de “yaz tatili” veya bir başka deyişle deniz-kum-güneş tatilini kitlesel olarak yapması anlamına geldi. Dolayısıyla, Sanayi Devrimi'nden bugüne kadar turizm sektöründe hâkim olan kitle turizmi anlayışı bu şekilde yerleşti.

Bugün hala turist sayıları veya turizm geliri açısından değerlendirdiğimizde kitle turizminin değişmeyen hâkimiyetinden söz etmek mümkündür. Ancak küreselleşmeyle birlikte gelen bazı yenilikler yeni turizm türlerinin de dikkat çekici bir biçimde ve hızla yayılmasına yol açmıştır. Öncelikle artan bilişim teknolojileri sonucu ortaya çıkan bilgi akışı, kitlelerin daha farklı coğrafyalardaki tarihsel ve doğal kaynaklar, farklı kültürler hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamıştır. İkinci olarak ulaşım teknolojilerindeki gelişme, yaygınlaşma ve ucuzlama turistlerin bu yeni keşfedilen yerlere ulaşmasını sağladı. Üçüncü bir değişiklik, küreselleşmenin yerel kültürler, doğal kaynaklar ve çevre üzerindeki olumsuz etkisinin farkında olan ve bu nedenle bir çevre bilinci edinmiş bir turist kitlesinin ortaya çıkışıydı. Daha çok

Sanayi Devrimi: XVIII. Yüzyılda buhar makinesinin bulunması ve XIX. Yüzyılda ilk olarak lokomotiflerde ve daha sonra üretimde kullanılmasıyla başlayan Sanayi Devrimi, kitle üretimini mümkün kılması ve kapitalizmin yayılmasına önayak olması nedeniyle modern toplumun ortaya çıkışında belirleyici rol oynamaktadır. Sanayi Devrimi ile ortaya çıkan toplumsal dönüşümler, turizm ve tatil anlayışının da dönüşmesine neden olmuştur.

düşük bütçeli genç turist kitlesi için geçerli olan bu yenilik, metalaşmamış ve otan-tiğe en yakın olanın tercih edilmesi anlamına geliyordu.

Küreselleşme sonucunda ortaya çıkan tüm yeni turizm türleri **alternatif turizm** kavramı altında birleştirilebilir. Alternatif turizm, deniz-kum-güneş temelli kitle turizminin dışında kalan, kitlesel olmayan ve farklı talepler sonucu ortaya çıkan tüm turizm türlerini kapsamaktadır. Örneğin sağlık turizmi, hem kaplıca ve spa turizmi gibi doğal termal kaynakların sağlık için kullanımını içermekte hem de tedavi odaklı seyahatleri de kapsamaktadır. İnanç turizmi kutsal mekânların ziyaretini hedeflemektedir. Bu türler dışında giderek yaygınlaşan bir başka alternatif turizm alanı ise ekoturizmdir. Ekoturizm, özellikle turizm sektöründe yaygın olan metalaşma ve doğal kaynakların tüketimi konusunda bilinçli turistler tarafından tercih edilmektedir. Bu tür bir turizm anlayışının amacı turistik gezi yaparken doğanın en az etkilenmesi, çevreye duyarlı olunması ve yapılan turistik etkinliklerin doğrudan yerel halklara fayda sağlamasıdır. Son zamanlarda giderek yaygınlaşan ve dikkat çeken bir başka turizm türü ise gastro turizmdir. Kültürün bütünsel bir parçası olarak algılanan yemek kültürü, iklim ve coğrafya ile doğrudan ilintidir. Dolayısıyla yeni ve bilinmeyen bir yere seyahat etmenin beklenen bir sonucu da o yere ait yemek kültürünün keşfedilmesidir.

Sonuç olarak tarihsel bağlam değiştikçe turizm de bu değişime ayak uydurmaktadır. Bunun bir sonucu artık yeni bir turizm anlayışının yeni ve daha önce denenmemiş etkinlikler aramasıdır.

Yeni Bir Turist Anlayışı

Yeni turizm türleri alternatif turizm kavramı altında değerlendirilmiştir. Peki, bu yeni turizm türlerine katılan turistler kimler? Sanayi Devrimi döneminde kitle turizmini tercih eden proleter kitle, gelir düzeyleri, aile yapıları, toplumsal hayatları, birikimleri ve gelecek beklentileri açısından birbirine benzerdi ve görece homojen bir gruptu. Sanayi Devrimi döneminin işçi sınıfı turistlerine kıyasla alternatif turizm türlerini tercih eden turist profili çok daha çeşitlidir. Küreselleşmeyle birlikte kapitalist piyasanın bütünleşmesi, ülkeler ve bireyler arasında derin bir ekonomik uçuruma işaret eden bir küresel eşitsizlik yarattı. Ülkeler düzeyinde baktığımızda küresel turizm, merkez ülkelerden yola çıkan zengin orta sınıf turistlerin çevre ülkelere yönelik seyahatlerini ve burada yoksul çalışan kesim tarafından onlara sunulan hizmetleri kapsamaktadır. Bireysel düzeyde baktığımızda ise küresel eşitsizlik bir yandan harcaabileceğinden çok yüksek bir gelire sahip olan bir kesim ile temel ihtiyaçlarını dahi karşılamaktan yoksun bir kitleyi karşı karşıya getirmektedir. İkinci olarak alternatif turizm çeşitlerine baktığımızda, bunların bazıları, örneğin gastro turizm ya da kültür turizmi yine eğitim ve gelir düzeyi yüksek bir kitle tarafından tercih edilmektedir. Öte yandan düşük bütçeli ya da sırt çantalı turistler ise ekoturizmin farklı türlerini tercih ederek bir yandan küresel turizmdeki metalaşmaya karşı bir duruş sergilemekte, diğer yandan kendi bireysel kısıtları doğrultusunda bir turizm biçimini tercih etmektedirler.

Sonuç olarak turizmde olduğu gibi turistlerde de bir farklılaşma söz konusudur. Bu farklılaşmanın kaynaklarından birincisi, küresel yapı içerisinde gelir dağılımının giderek bozulması ve bireylerin sosyo-ekonomik koşullarının çeşitliliğidir. İkincisi ise, artan bilgi akışları sonucu bireylerin kendi yaşam biçimlerine uygun turizm anlayışları geliştirmeleridir.

Küreselleşmeyle birlikte öne çıkan yeni turizm türlerinin ve turizm anlayışının yerel kültürlere ve yerel ekonomik yapıya etkisini değerlendiriniz.



SIRA SİZDE

4

MEKÂN, KÜLTÜR, TÜKETİM: TURİZMİN YENİDEN İNŞASI

Destinasyonun Tanımlanması

Herhangi bir sahil kasabasını turizm destinasyonuna dönüştüren koşullar nelerdir? Bir başka deyişle, küçük sahil kasabası yerine turizm destinasyonu kavramını kullanarak tam olarak nasıl bir mekânı ifade etmeye çalışıyoruz? Bir bölgenin ya da herhangi bir yerleşim alanının turizm destinasyonu olarak tanımlanması için öncelikle turizm piyasasında pazarlanacak doğal veya kültürel kaynaklara sahip olması gerekmektedir. Bunun yanı sıra, turizm destinasyonu turistlerin tatilleri ve seyahatleri sırasında temel gereksinimlerini karşılayacak altyapıya sahip olmaları anlamına gelmektedir. Bu altyapı yollar, oteller, restoranlar, eğlence yerleri ve bunun yanı sıra bu alanlarda verilen hizmetleri tamamlayıcı başka altyapı unsurları içerir. Son olarak günümüzde bir turizm destinasyonunun küresel turizm pastasından pay alabilmesi için tanıtımının yapılması ve bir farkındalık yaratılması gerekmektedir.

Yukarıda genel hatlarıyla tanımladığımız turizm destinasyonunun inşa süreci ve tanımlanması, küreselleşme sürecinin getirdiği bazı yeniliklerden etkilenmektedir. Urry, küresel kültür akışlarının farklı boyutlarını tanımlamak için Appadurai'nin kavramsallaştırmalarını kullanıyor: “etno-peyzajlar (ethnoscape) - turistlerin, göçmenlerin, sığınmacıların, sürgünlerin, yabancı işçiler ve benzerlerinin devinen peyzajı; tekno-peyzajlar (technoscape) - tüm sınırları aşan yüksek ve düşük, mekanik ve enformatif teknoloji hareketleri; finans-peyzajları (finanscapes) - para piyasaları, ulusal borsalar ve mal spekülasyonları yoluyla sersemletici hızla dönen ulusal turnikelerden büyük meblağlarda para geçişi; medya-peyzajları (mediascape) - imajlar üretme ve yayma elektronik becerisinin dağılımı ve bu yolla üretilen imajların çoğaltılması; ve ideo-peyzajlar (ideoscape) - çoğunlukla kısmen devlet ideolojileri veya muhalefet hareketlerinin ideolojileriyle bağlantılı imajların sıralanması” (Appadurai 1990, Urry 1999).

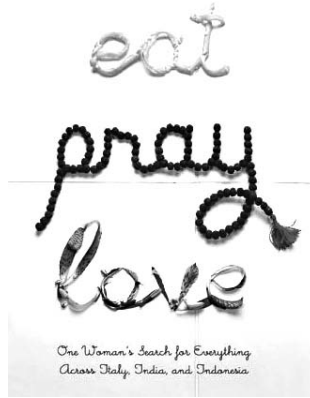
Küreselleşmeyi bu boyutlarıyla değerlendirdiğimizde turizm destinasyonu üzerindeki etkisinin önemi anlaşılacaktır. Etno-peyzajlar, günümüz turizm destinasyonunda yalnızca turistlerin değil aynı zamanda yerli nüfusun da karmaşıklıktığına işaret etmektedir. Bir yandan yabancı turist akını diğer yandan turizm sektörünün istihdam olanakları için göç edenler sosyal yapıda bir çeşitlilik yaratmaktadır. Teknolojik gelişmeler sonucu artan bilgi akışları bir destinasyonun tanıtımı açısından merkezi önem taşımaktadır. Günümüz turisti seyahat etmeden önce gittiği yer hakkında internetten bilgi toplamaktadır. Dolayısıyla turizm destinasyonunun sahip olduğu doğal ve kültürel kaynaklar kadar bunların internet ortamında kitlelere sunumu da kaçınılmazdır. Finans-peyzajları, turizmde özellikle büyük yatırımlar ve yüksek gelirli turistler aracılığıyla kendini göstermektedir. Dubai bu noktada iyi bir örnek olabilir. Aslında iklimi ve doğal yapısı turizm açısından elverişli olmasa da Dubai, küresel kültürel akışları lehine kullanarak yaratılan bir destinasyon projesidir. Yedi yıldızlı oteller, yapay adalar ve her türlü tüketimi karşılayacak alışveriş ortamlarıyla Dubai tipik bir küresel turizm destinasyonudur. Turizm açısından en önemli boyut sayılabilecek medya-peyzajları, yaratılan turizm imajının küresel düzlemde bir destinasyon için ne kadar merkezi olduğuna işaret etmektedir. Artık destinasyonlar, gerekli turizm kaynaklarına sahip olmalarından bağımsız olarak sundukları imajlarla turist çekmektedirler. Bu destinasyonlara giden turistler bu imajı tüketmekte, bu imajın bir parçasına sahip olduklarını hissetmektedirler. Belli

Sivil toplum kuruluşu: Bireylerin gönüllülük esasına dayalı olarak bir çıkar etrafında birleştikleri ve taleplerini politik ve ekonomik aktörlere karşı dile getirdikleri örgütlü yapıya sivil toplum kuruluşu denmektedir. Dernekler, vakıflar, düşünce örgütleri buna örnek olarak alınabilir. Sivil toplum kuruluşlarının nihai hedefi, karar vericileri kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirmektir.

bir destinasyonda bir filmin çekilmesi, tanınmış film yıldızlarının gelmesi, destinasyon hakkında bir kitap yazılması bu imajın yayılmasında etkili olur. Son yıllarda çok satan kitaplar arasında yer alan “Ye, Sev, Dua Et” adlı kitap İtalya, Endonezya ve Hindistan’ın turizm imajında etkili olmuştur. Daha sonra kitabın film uyarlamasında Julia Roberts’ın oynaması bu ülkelerin turizm destinasyonlarının tanıtımında önemli rol oynamıştır. Son olarak devletler turizmin ekonomik getirilerini göz önüne alarak farklı politikalarla turizm gelişimini teşvik etmekte, bu yollar destinasyon sayısının artmasını desteklemektedir. Buna karşılık, birçok yerel sivil toplum kuruluşu kapitalist sistemin tehditlerine karşı taleplerde bulunmaktadır.

Resim 7.2

ELIZABETH GILBERT
author of The Last American Man



Kaynak:
<http://www.elizabethgilbert.com/>

Metalaşma Sürecinin Tehditleri

Metalaşma terimi, bir takım mallar ve hizmetlerin piyasada tüketimi için üretilmesi anlamına gelmektedir. Dolayısıyla üretilen bu tür mallar ve hizmetler, para karşılığı alınıp satılabilmektedir. Turizmde metalaşma farklı biçimlerde gerçekleşmektedir. Öncelikle doğal ve kültürel kaynaklar turistlerin tüketimine sunulduğunda metalaşmaktadır. Bu tür kaynaklar kapasitesinden fazla tüketildiğinde geri dönüşü olmayan sonuçlar doğurmaktadır. Bu nedenle doğal ve kültürel kaynakların turizm aracılığıyla metalaşması tamamen tükenmeleri anlamına gelmektedir. Bunun bir örneği denizlerin kirlenmesidir. Bir başka örnek turist kitlelerinin artmasıyla altyapının gelişmesi ve doğanın neredeyse tamamen yok olmasıdır. Bodrum, Marmaris ve Kuşadası bu aşırı metalaşmanın olumsuz sonuçlarını yaşayan destinasyonlara örnektir. İkinci olarak metalaşma yerel olarak üretilen kültürel ürünlerde de görülmektedir. Özellikle otantik özellik taşıyan hediyelik eşyalar artan turist talebini karşılamak için kitlesel olarak üretilmekte, bu nedenle hem kalitesini hem de özgünlüğünü kaybetmektedir. Bugün birçok hediyelik eşyanın aslında gelişmekte olan ülkelerde kitlesel olarak üretildiği ve kendi yerel özelliğinden koptuğu bilinmektedir. Son olarak insanların ve ilişkilerin metalaşması, sosyal yapının çözülmesine neden olmaktadır. Turizmin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan sosyal çeşitlilik, daha önce gönüllülük esasına dayalı olarak gerçekleşen dayanışma biçimlerini ortadan kaldırırken bunların yerine daha rasyonel, daha mesafeli ve çıkara dayalı sosyal ilişkileri getirmektedir. Örneğin duygusal ilişkilerde dahi bir metalaşma söz konusudur. Sıklıkla turistlerle duygusal ilişkiye giren yerli gençlerin bu ilişkilere yurtdışına açılma şansı olarak baktığı medyada yer almaktadır. Başka bir örnek dünyada birçok turizm destinasyonunda seks turizminin artmasıdır. Cinsel ilişkinin metalaşması, turizmle doğrudan bağlantılı olmasa da tüketim odaklı küresel turizm anlayışı seks turizminin artmasına neden olmuştur.

Bu bölümde anlatılan metalaşma sürecinin tehditlerine karşılık sizce ne gibi önlemler alınabilir?

KÜRESEL TURİZMDE PLANLAMA VE YÖNETİM

Karlılık ve Sürdürülebilirlik İkilemi

Küreselleşme sürecinin turizm üzerindeki en önemli etkisi, sınırsız bir metalaşma sonucu küresel turizm piyasasının bütünleşmesi ve bu kapitalist düzen içerisinde merkez ülkelerin çok uluslu şirketlerinin karlarını en yüksek düzeye çıkarma adına, çevre ülkelerin topraklarını, doğal ve kültürel kaynaklarını, aynı zamanda iş gücünü kullanması anlamına gelmektedir. Merkez ve çevre ülkeler arasındaki ekonomik uçurumdan kaynaklanan küresel eşitsizlik turizmde de kendini gösterirken aynı zamanda sermayenin turizmin özü itibarıyla ihtiyaç duyduğu tüm kaynakları geri dönüşü olmayan bir biçimde sömürmesi anlamına gelmektedir.

Sermayenin karlılık beklentisinin dizginlenmesi ve turizmin gerek kaynaklarından gerekse ekonomik getirisinden gelecek nesillerin de yararlanabilmesi için alınabilecek bir takım önlemler bulunmaktadır. Bu önlemlerin değerlendirildiği yaklaşım genel olarak sürdürülebilir kalkınma, daha özel olarak sürdürülebilir turizm olarak adlandırılmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma doğal kaynakların en etkin biçimde kullanılarak erişilen ekonomik büyüme hedefidir. Sürdürülebilirlikteki ana konular ekolojik denge, sosyal refahın dağılımı ve demokratik karar alma süreçleridir. Ekolojik denge doğal kaynakların kullanımıyla ilgiliyken sosyal refahın dağılımı turizmin getirilerinin yerel halka yansıtılmasını, demokratik karar alma süreçleri ise yine yerel halkın yaşam alanlarıyla ilgili kararlar alınırken siyasi ve ekonomik mekanizmalara dâhil edilmesini kapsamaktadır. Farklı örgütsel düzlemlerde uygulanması gereken bu prensipler, hem küresel ve yerel ikilemindeki sorunların hem de merkez ve çevre ülkeler arasındaki yapısal ayrımların üstesinden gelinmesi için gerekli olan bir bakış açısını temsil etmektedir. Bu durum doğal kaynakların hiç kullanılmaması anlamına gelmemelidir. Burada piyasa ve doğa arasında bir uzlaşa sağlanmalı, bunun karşılığında karlılık ve sürdürülebilirlik gelişen turizm destinasyonlarının iki merkezi hedefi olmalıdır.

Resim 7.3



Sürdürülebilir turizm anlayışına bir örnek olarak dünyada olduğu gibi Türkiye’de de yaygınlaşmakta olan “yavaş şehir” (*citta slow*) anlayışını ele alabiliriz. Yavaş şehrin öncelikli hedefi turizmin gelişmesini denetim altında tutmak ve turizmden kaynaklanan sosyal ve ekonomik gelişmenin yerel halka ulaşmasını garanti altına almaktır. Türkiye’nin ilk yavaş şehri olan İzmir’in Seferihisar ilçesi sürdürülebilir turizm için çok başarılı bir örnektir. Seferihisar’da pazar günleri düzenlenen pazar, hem yerli hal-

kın yetiştirdiği organik ürünleri satması için hem de evlerinde yaptıkları çeşitli ürünleri satmaları için fırsat sunmaktadır. Bu uygulama büyük bir sermaye birikimi olmayan, aynı zamanda girişimcilik yapacak bilgi ve birikimi olmayan küçük girişimciler için de kolaylık sağlamaktadır. Yerli halk kendi yetiştirdiği ürünleri değerlendirmekte, el işi ürünlerle ürün çeşitliliğini artırmakta ve aynı zamanda girişimciliği de uygulamalı olarak öğrenmektedir. Pazar dışında çevre korumasına yönelik uygulamalar, çöp toplanmasından inşaat izinlerine, yerleşim planından eğlence denetimine kadar her şey sürdürülebilirlik prensibine göre düzenlenmektedir.

Yavaş şehir ile ilgili daha fazla bilgi ve görsel için <http://www.cittaslow.org>. Türkiye'nin ilk yavaş şehri Seferihisar için <http://www.cittaslowseferihisar.org>.



İNTERNET

Sonuç olarak karlılık ve sürdürülebilirlik hedeflerinin bir dengede buluşması turizm sektörünün etkin ve demokratik bir biçimde yönetilmesiyle de ilişkilidir. Bir başka deyişle, piyasa aktörleri konuya karlılık açısından bakar, politik aktörler turizme dayalı kalkınmanın getirilerini yerel düzeyden çok ulusal ekonominin geliştirilmesinde değerlendirmek isterler; buna karşılık yerel aktörler hem turizmin getirilerinden faydalanmak hem de sahip oldukları kaynakları ve kültürleri yeni nesillere bırakmak isterler. Bütün bu farklı çıkarların ortak bir paydada buluşturulması ancak bütün aktörlerin katıldığı yerel, ulusal ve küresel düzeylerde örgütlenmiş demokratik mekanizmalar aracılığıyla mümkündür.

Ekonomik Aktörler ve Politik Aktörler: İş Birliği mi Rekabet mi?

Son olarak küreselleşme ve turizm ilişkisinin yarattığı ikilemlere, çıkar çatışmalarına ve sorunlara son verecek yaklaşımlar üzerinde durmak gerekmektedir. Böyle bir çözümleme için güç ilişkileri son derece işlevsel bir analitik çerçeve oluşturacaktır. Farklı aktörler arasındaki uzlaşma veya çatışma ilişkilerinin belirlenmesine dayalı olan güç ilişkilerini hegemonya, ideoloji ve söylem kavramlarıyla açıklamak mümkündür. Hegemonya, güçlü grupların güçsüz gruplar üzerinde hâkimiyet kurması anlamına gelmekte, ulusal politik yapılar kadar uluslararası sistem içinde de kullanılmaktadır. İdeoloji, güç ilişkileri çerçevesinde belli bir çıkar grubunun düşüncelerinin temsidir. Söylem ise, belli bir amaca yönelik olarak belli bir grubun düşüncelerinin temsidir. Bunun örnekleri sürdürülebilirlik, konukseverlik, milliyetçilik ya da yabancı düşmanlığı gibi temalar etrafında oluşturulan anlatımlar olabilir.

Güç ilişkilerini turizm özelinde değerlendirdiğimizde, merkez ülkeler ve bu ülkelerden kaynaklanan çok uluslu turizm şirketleri turizm sektöründe hegemonya konumundaki aktörlerdir. Çok uluslu şirketlerin yaptığı yatırımlar, tur operatörlerinin paket turları ve hava yollarının uçuş noktaları küresel turist hareketlerinin yönünü belirlemektedir. Örneğin British Airways'ın uçuş noktaları dünyada hangi destinasyonların öne çıkacağını belirlerken aynı şeyi Uganda Havayolları için söylemek mümkün değildir. Hegemonya yaklaşımına uygun olarak sürdürülebilirlik ilkesi de yine hegemonyanın çevre ülkelerdeki turizm gelişimine yön vermek amacıyla kullandığı bir ideoloji olmaktadır. Her ne kadar sürdürülebilirlik düşüncesi yerel halkların yararına olsa da bu düşüncenin altyapısı ve standartları merkez ülkeler tarafından geliştirilmekte ve çevre ülkelere dayatılmaktadır. Bu nedenle sürdürülebilirlik, küresel eşitsizliğe bir çözüm olmaktan çok hegemonyanın bir aracı haline gelmektedir. Son olarak iki farklı söylemi karşılaştırarak tek bir konunun aslında iki farklı yüzü olduğunu görebiliriz. Birinci söyleme göre, turizm kalkınması

olumlu bir gelişmedir; istihdam yaratır ve buna bağlı olarak modernleşme ve kentleşmeyle sonuçlanır. İkinci söyleme göre, sürdürülebilirlik ve çevrenin korunması kalkınmadan daha önceliklidir; bu sayede yerel halklar turizm sektörünün büyümesini kontrol altına alırlar ancak bunun karşılığında turizmin ekonomik getirilerinden de vazgeçmiş olurlar.

Güç ilişkileri, hegemonyanın kendi ideolojisini bir araç olarak kullanması ve bunu haklı kılacak bir söylem yaratması sonucu güçlüden yana bir biçimde şekillenir. Küreselleşme bağlamında turizmde merkez ülkelerin çok uluslu şirketleri hegemonya konumundadır. Buna karşılık, yerel aktörler kendi çıkarlarını temsil eden bir ideoloji etrafından örgütlenmeli ve bağımsız bir söylem geliştirmelidirler. Devletin görevi ise küresel ve yerel arasındaki ideoloji ve söylem farklarını uzlaştıracak bir zemin hazırlamak, bu anlamda tarafsız bir ara bulucu olarak dengeyi sağlamaktır. Küresel bağlamda turizm ancak böyle bir örgütsel yapı içinde etkin ve gerçek anlamda sürdürülebilir olacaktır.

SIRA SİZDE



6

Bu ünite boyunca küresel ve yerel toplumsal yapılar arasındaki ikileme sıkça değindik. Sizce turizmin planlama ve yönetiminde küresel, ulusal ya da yerel aktörlerden hangisi en etkin olmalıdır?

Özet



Küreselleşme kavramını tanımlamak.

Küreselleşme kavramı, günümüz tarihsel bağlamını oluşturan politik, ekonomik ve sosyal koşulların sonucunda ortaya çıkan toplumsal dönüşümlerin bütünüdür. Ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki gelişme ve yaygınlaşma toplumların küreselleşme sürecine dahil olması için gerekli olan araçlardır. Küreselleşmenin kuşkusuz olumlu ve olumsuz sonuçları vardır. Merkez ve çevre ülkeler arasındaki ekonomik ve sosyal eşitsizlik küresel eşitsizlik olarak ifade edilmekte, hem ülke ekonomilerinde hem de bireylerin sosyo-ekonomik koşullarında gözlemlenmektedir. Küreselleşme sürecinde ortaya çıkan yenilikler yerel kültürlerin kültürel yapılarını ve geleneklerini tehdit ettiği için bir küresel-yerel ikilemi yaratmaktadır.



Küresel gelişmelerin yerel turizm üzerindeki etkisini açıklamak.

Küresel gelişmelerin yerel turizm üzerinde üç temel etkisi bulunmaktadır. Bunlardan birincisi küresel tüketim toplumunun yükselişi ve bu tüketim toplumunun etki alanlarından biri olan turizmin aşırı tüketimidir. Daha fazla turizm destinasyonunun öne çıkması, daha fazla turistlerin daha ucuza, daha uzun mesafeler kat etme imkânı bulması turizmin birincil kaynağı olan doğal ve kültürel değerlerin ölçsüzce tüketilmesi anlamına gelmektedir. İkinci olarak turist sayısında ve turizm hareketliliğindeki patlama birtakım hizmet standartlarının dünyanın farklı noktalarında aynı biçimde kullanılması anlamına gelmektedir. Bu durum bir yandan hizmet kalitesini uluslararası bir standartta tutarken diğer yandan yerel kültürlerin özgün yaşam biçimlerine müdahale etmektedir. Son olarak merkez ülkelerin küresel piyasalardaki hakimiyeti turizm sektöründe de etkin olmakta, bu nedenle çevre ülkelerin turizm destinasyonları gelirlerinin bir kısmını merkez ülkelerin çok uluslu şirketlerine devretmek zorunda kalmaktadır. Bu durum kaçış sorunu olarak açıklanmaktadır.



Küresel turizmin özelliklerini tanımlamak.

Küresel turizmin daha önceki dönemlere kıyasla taşıdığı bir takım yeni özellikler bulunmaktadır. Bunlardan birincisi yeni bir turizm anlayışının ortaya çıkışıdır. Sanayi Devrimi sonrasında orta-

ya çıkan ve bugüne kadar turizmde en yaygın tür olan deniz-kum-güneş üçlüsüne dayalı kitle turizmi bugün alternatif turizm anlayışı ile karşı karşıyadır. Alternatif turizm, artan destinasyon sayısı ve çeşitliliği ile değişen yaşam biçimlerine ve düşünce akımlarına uygun olarak ortaya çıkan farklı turizm biçimleridir. Bu durum, aynı zamanda yeni bir turist tanımını da beraberinde getirir. Kitle turizmde belirleyici olan çalışan kesimin ailesiyle birlikte yaz aylarında yaptığı iki haftalık tatil iken alternatif turizmde daha bireysel, daha çeşitli ve bireylerin ekonomik koşulları kadar ideolojik duruşlarıyla da belirlenen bir tatil tercihi vardır.



Küresel turizmin özgün sorunlarını tanımlamak.

Öncelikle küreselleşmeyle birlikte artan destinasyon sayısı bir destinasyonun oluşumunda belirleyici olan koşulları ve kaynakları yeniden değerlendirmemiz gerektiğine işaret etmektedir. Artık kültürel ve doğal kaynakların varlığı turizm için yeterli bir ön koşul değildir. Nüfus yapısındaki değişiklikler, teknolojik gelişmeler, yatırımlar ve turistlerin sosyo-ekonomik profili, medyada sunulan imajlar ve devletlerin turizm politikaları destinasyonun inşasında önemli rol oynamaktadır. İkinci olarak küresel piyasalara eklenme sonucu ortaya çıkan metalaşma süreci, yerel kültürleri, yerel halkların yaşam biçimlerini ve değerlerini tehdit etmektedir. Dolayısıyla turizm gelişmesinin yereli koruyacak ve yerelin turizmden faydalanmasını sağlayacak biçimde planlanması gerekmektedir.



Küresel turizmde gerekli olan planlama ve yönetim unsurlarını açıklamak.

Küresel turizmin gelişmesinde ortaya çıkan bir başka ikilem karlılık ve sürdürülebilirlik ikilemidir. Ekonomik aktörlerin özellikle merkez ülkelerin çok uluslu şirketlerinin birincil hedefi işletmelerinin kârını en yüksek düzeye çıkarmaktır. Öte yandan yüksek kâra yönelik aşırı metalaşma, turizmin bağlı olduğu kaynakların geri dönüşü olmayan biçimde tüketilmesi anlamına gelmektedir. Dolayısıyla daha sürdürülebilir bir turizm gelişimi için küresel ve yerel, ekonomik ve politik aktörler arasında bir uzlaş sağlanması kaçınılmazdır.

Kendimizi Sınayalım

1. Belli bir dönemde tanımlayıcı olan politik, ekonomik, sosyal ve kültürel koşulların bütününe ne ad verilir?

- a. Süreç
- b. Dönem analizi
- c. Tarihsel bağlam
- d. Dönüm noktası
- e. Geçiş dönemi

2. Aşağıdakilerden hangisi küreselleşmeyle öne çıkan sermaye akışlarının birincil aktörleri çok uluslu şirketlerle bir örnek **değildir**?

- a. Büyük otel zincirleri
- b. Restoran zincirleri
- c. Havayolları
- d. Tur operatörleri
- e. Taksi durakları

3. Aşağıdakilerden hangisi küreselleşmenin olumlu etkilerden biri **değildir**?

- a. Bilgi toplumunun ortaya çıkışı
- b. Çevre ülkelere yönelik sermaye yatırımları
- c. Yeni iş imkânları yaratılması
- d. Çevre ülkelerde ucuz iş gücü çalıştırılması
- e. Bilgi ve teknoloji transferi

4. Aşağıdakilerden hangisi küreselleşmenin turizm üzerindeki ekonomik etkilerinden biridir?

- a. Gelişmekte olan ülkelere artan yatırımlar
- b. Devletlerin barışçıl politikaları
- c. Kültür alışverişi
- d. Gelişmiş ülkelerde artan sanayileşme
- e. Bireysel girişimcilik

5. Küresel piyasaların bütünleşmesiyle birlikte artan sermaye ve malların hareketliliği sonucu bireylerin giderek daha fazla tüketime odaklanmasını nasıl tanımlarız?

- a. Sanal ticaret
- b. Küresel tüketim toplumu
- c. Yabancı sermaye yatırımı
- d. Talep sürekliliği
- e. Küresel turizm

6. Aşağıdakilerden hangisi bilişim teknolojileri sonucu turizmin biçim değiştirmesi, bir yeri veya kültürü görmek için oraya gitmenin zorunlu olmaması ve turizm imajının turizmin kaynaklarının önüne geçmesini anlatan kavramdır?

- a. Postmodernizm
- b. İnternet turizmi
- c. Post-turizm
- d. İmaj turizmi
- e. Sanal turist

7. Aşağıdakilerden hangisi gelir kaçışı sorununun nedenlerinden biri **değildir**?

- a. Turizmdeki yabancı sermaye yatırımları
- b. Devletlerin yabancı yatırımcılar için sağladığı avantajlar
- c. Uluslararası medyada yapılan turizm reklamları ve pazarlaması
- d. Turizm işletmelerinde kullanılan ithal ürünler
- e. Yerli turist yerine yabancı turist gelmesi

8. Deniz-kum-güneş temelli kitle turizminin dışında kalan, kitlesel olmayan ve farklı talepler sonucu ortaya çıkan tüm turizm türlerine ne ad verilir?

- a. Kültür turizmi
- b. İnanç turizmi
- c. Alternatif turizm
- d. Ekoturizm
- e. Dağ turizmi

9. Aşağıdakilerden hangisi birtakım mallar ve hizmetlerin piyasada tüketimi için üretilmesi anlamına gelmektedir?

- a. Pazarlaşma
- b. Metalaşma
- c. Üretim modeli
- d. Seri üretim
- e. Küçük üretim

10. Aşağıdakilerden hangisi doğal kaynakların en etkin biçimde kullanılarak erişilen ekonomik büyüme hedefi anlamına gelmektedir?

- a. Karlılık
- b. Kalkınmacı model
- c. Sürdürülebilir kalkınma
- d. Yabancı sermaye yatırımı
- e. Yerel ekonomi

Yaşamın İçinden

“

Küresel kriz turizm için fırsat olabilir mi?

Küresel krizle birlikte tatil harcamalarında kısıntıya giden birçok Avrupa ülkesi için Türkiye iyi bir tatil alternatifi oldu...

14.08.09

ING BANK Türkiye Ekonomik Araştırmalar Grubu'nun hazırladığı rapora göre, küresel krizle birlikte tatil harcamalarında kısıntıya giden birçok Avrupa ülkesi için Türkiye iyi bir alternatif olarak belirginleşiyor.

Küresel ekonomik kriz ile birlikte tatil harcamalarında kısıntıya giden birçok Avrupa ülkesi için Türkiye'nin iyi bir alternatif olarak belirginleştiği, Türkiye'nin, yatırımlarla birlikte ilerleyen yıllarda bu ülkelerin ilk tercihi olma yolunda ilerleyebileceği kaydedildi.

Raporda, Türkiye ekonomisinin en güçlü dinamiklerinden biri olan turizm sektörünün krize rağmen ülke ekonomisi için orta vadede daha fazla katkı yaratabileceği vurgulandı.

Kriz öncesi tatil için ilk tercihi Türkiye olmayan Batı Avrupalı turistlerin, krizle birlikte daha ucuz bir tercih olan Türkiye'yi tercih etmeye başladıklarına dikkatin çekildiği raporda, bu turistlerin memnun kalmaları durumunda sadece kriz dönemlerinde değil, uzun vadede de Türkiye'nin rakip ülkeler arasında öne çıkabileceği ve turizm gelirlerinin daha kalıcı bir şekilde artacağı belirtildi.

Raporda, 2009 yılının ilk altı ayında Türkiye'yi ziyaret eden turist sayısında ve turizm gelirlerinde düşüş olduğunun görüldüğü, buna rağmen ülkelere göre turist sayıları incelendiğinde, Rusya, Almanya, Hollanda ve Ukrayna gibi belirli ülkelere gelen turist sayılarında düşüş olmasına karşın diğerlerinde artış gözlemlendiği bildirildi.

Zengin turist gözünü Türkiye'ye dikti...ING Bank Türkiye Ekonomik Araştırmalar Grubu Ekonomisti Mert Yıldız, konuya ilişkin değerlendirmesinde, küresel ekonomik krizin tüm etkilerine karşın İngiltere, İtalya, Yunanistan, Fransa, Belçika, Finlandiya ve İsveç gibi yüksek gelir seviyesine sahip bazı ülkelere Türkiye'ye gelen turist sayısında yılın ilk altı ayında bir artış olduğunu gördüklerini ifade etti.

Yıldız, "Yakın zamana kadar bahsi geçen ülkeler için Türkiye ilk tercih olmazken, genellikle İtalya, İspanya ve Portekiz gibi Akdeniz ülkelerinin büyük olasılıkla ülkemize oranla daha rafine bir hizmet kalitesi sunmaları nedeniyle tercih edildikleri görülmüyordu. Fakat küresel

krizin etkisiyle Türkiye'nin söz konusu Euro Bölgesi ülkelerine göre oldukça ucuz kalması, tasarrufa yönelen bireyler için Türkiye'nin tercih edilmesine neden oldu ve Türkiye'ye göreceli bir avantaj sağladı" dedi.

Türkiye'nin küresel kriz sürecinde turizm alanında rakip ülkelere kıyasla göreceli bir avantaj elde ettiğini belirten Yıldız, politik ve ekonomik değişkenlere karşı hassas olan turizm sektörünün, özellikle bu dönemde daha fazla önem kazandığını, bu fırsatın değerlendirilip, Türkiye'nin turizm açısından bir marka haline getirilmesinin uzun vadede çok büyük avantajları olacağını kaydetti (Kaynak: Anadolu Ajansı).

<http://www.isteinsan.com.tr> erişim tarihi 22.1.2012.

”

Okuma Parçası

D. POST-FORDİST TÜKETİM VE “TURİZMİN SONU”

Lash ve Urry'de (1987) kapitalizmin bir dizi tarihsel durumdan geçtiğini öne sürmüştük: liberal, örgütlü ve örgütsüz. Bunların her birinin, seyahat ve turizmin belirli bir hâkim konfigürasyonuna eşlik ettiği görülmektedir. Bu durumlar, kapitalizm öncesi toplumlardaki tanımlanabilir örüntüyle birlikte Tablo da gösterilmiştir (Bkz. Lash ve Urry 1994:10. Böl.).

Kapitalizm, turizm ve seyahat

liberal kapitalizm	örgütlü keşif
örgütlü kapitalizm	zenginlerin bireysel seyahatleri
örgütlü kapitalizm	örgütlü kitle turizmi
örgütsüzleşmiş kapitalizm	“turizmin sonu”
(...)	

O halde kapitalizm öncesi toplumlar açık ve ticarileşmiş bir konukseverlik karışımı içeriyorlarsa, liberal kapitalizm özellikle demir yoluna bağlı, çok daha fazla ticarileşmiş bir örüntüye eşlik ediyor. Örneğin Londra'da on dokuzuncu yüzyılın sonunda çok sayıda büyük otel inşa edildi. Buralar fazlasıyla kamusal, parası olan herkese açık, varlıklı erkekler ve kadınlar için görülecek ve görülecek yerlerdi. Bu tür oteller, yemeklerin çok daha hızlı üretilibilmeleri için yeni rasyonel örgütlenme biçimleri gerektirdi (Bkz. Mennell, 1985: 6. Böl., Escoffier'in uyguladığı yeniliklere ilişkin). Konukseverlik

ve seyahatin sadece ticarileşmekle kalmayıp paketlenmiş ve örgütlenmiş olması nedeniyle yüzyılın sonuna dek örgütlü kitle turizmi Britanya’da bir hayli yol kat etmişti. Örgütsüzleşmiş kapitalizm maddi olmayan üretim biçimlerinin (özellikle imajların) egemenliğini gerektiriyorsa, turizm de her zaman bu tür üretim biçimini kapsamıştır (Lash ve Urry 1994). Dolayısıyla bu durum, turizmin örgütsüzleşmiş kapitalizmi önceden haber verdiğini mi gösteriyor? Gerçekten, otomobiller örgütlü kapitalizmin paradigmatığı iken örgütsüzleşmiş kapitalizmin paradigmatığı “endüstri” midir? Örgütsüzleşmiş kapitalizm kültürün, tüketimin, küreselin, yerelin ve çevre kaygısının egemenliğini gerektirirken aynı zamanda bunların hepsi çağdaş seyahat ve konukseverliği de nitelendirmektedir. Örgütsüzleşmiş kapitalizm, özgüllüğünün dağılması nedeniyle turizmin çağdaş toplumsal ve kültürel yaşantıyı ele geçirip örgütlediği çağ olarak değerlendiriliyor. Dolayısıyla örgütsüzleşmiş kapitalizm “turizmin sonu”nu gerektiriyor. İnsanlar, zamanlarının çoğunda, ya gerçekten devinen ya da çoklu göstergeler ve elektronik imajların inanılmaz akışkanlığı aracılığıyla simüle edilmiş devinimi yaşayan turistlerdir.

İmaj satın almak olağanüstü yaygınlaşmıştır ve bu, görsel malın satın alınıp tüketilmesinin artık turizme özgü pratiklerle sınırlı olmadığı anlamına geliyor. Neredeyse toplumsal yaşamın tüm yönleri estetikleşmiştir. Bunun anlamı görsel tüketimin pek çok farklı bağlamlarda, kültürlerde vb. oluşabildiğidir. Paradigmatik bir örnek alırsak, Kanada’da West Edmond alışveriş merkezinin tanıtım materyali bunu çok açık biçimde göstermektedir:

Bir hafta sonu ve aynı çatı altında... Disneyland’i, Malibu Beach’i, Bourbon Street’i, San Diego Zoo’yu, Beverly Hills’teki rodeo gösterilerini ve Avustralya’daki Great Barrier Reef’i ziyaret etmeyi düşleyin...kendi türünde dünyanın en büyük alışveriş kompleksi olarak tanıtılan Alışveriş Merkezi, 110 dönümlük bir alanı kaplamakta ve 628 mağaza, 110 restoran, 19 tiyatro...19 kat yüksekliğinde bir cam kubbesi olan beş dönümlük bir su parkını içermektedir.... Merkezin, dört denizaltı ile eskizsiz kılınmış yapay gölünü düşünün... Fantasyland Hotel, odalarını çeşitli izleklere ayırmıştır. Bir kat klasik Roma odalarını, bir başkası “1001 Gece” Arap odalarını. Polinezya odalarını barındırmaktadır. (Travel Alberta, tarihsiz)

Kaynak: John Urry, Mekânları Tüketmek, İstanbul: Ayrintı Yayınları, 1999.

Kendimizi Sınavalım Yanıt Anahtarı

1. c Yanıtınız yanlış ise “Küreselleşmenin Temel Özellikleri” konusunu gözden geçiriniz.
2. e Yanıtınız yanlış ise “Küreselleşmenin Temel Özellikleri” konusunu gözden geçiriniz.
3. d Yanıtınız yanlış ise “Küreselleşmenin Olumlu ve Olumsuz Etkileri” konusunu gözden geçiriniz.
4. a Yanıtınız yanlış ise “Küreselleşmenin Turizm Üzerindeki Etkisi” konusunu gözden geçiriniz.
5. b Yanıtınız yanlış ise “Küresel Tüketim Kültürünün Yükselişi” konusunu gözden geçiriniz.
6. c Yanıtınız yanlış ise “Küresel Hizmet Standartları ve Yerel Kültüre Etkisi” konusunu gözden geçiriniz.
7. e Yanıtınız yanlış ise “Yerel Turizmde Gelir Kaçışı Sorunu (Leakage Problem)” konusunu gözden geçiriniz.
8. d Yanıtınız yanlış ise “Yeni Turizm Türleri” konusunu gözden geçiriniz.
9. b Yanıtınız yanlış ise “Metalaşma Sürecinin Tehditleri” konusunu gözden geçiriniz.
10. c Yanıtınız yanlış ise “Karlılık ve Sürdürülebilirlik İkilemi” konusunu gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Yönetim sistemleri daha otoriter olan bazı ülkeler, küreselleşme sürecinin yarattığı dönüşümlerden daha az etkilenmektedir. Kuzey Kore, Küba ve İran küresel sistemle sınırlı olarak bütünleşen ülkelere örnek olabilir. Ancak bu ülkelerde dahi ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler toplumsal ilişkilerde ve bireylerin bilgiye ulaşmalarında etkin olarak kullanılmaktadır. Dolayısıyla her ne kadar bazı politik sistemler küresel dönüşümlere dirense de küreselleşme birçok boyutuyla çağımızın kaçınılmaz bir dinamiğidir.

Sıra Sizde 2

Kültürel ve doğal kaynakların korunmasına yönelik çeşitli uygulamalar gerçekleştirilmektedir. Bunlardan birincisi koruma sahaları oluşturulmasıdır. Örneğin milli parklar çeşitli yasal düzenlemelerle doğal kaynakların korunmasını amaçlar. İkinci olarak sit alanları ve müzeler kültürel değerlerin korunması için alınabilecek önlemlerdir. Son olarak turizm destinasyonlarının turist kaldırma kapasitesi hesaplanarak belli bir bölgeye aşırı turist yığılmasının önüne geçmek mümkün olabilir. Burada da tesis sayısı, tesislerdeki yatak sayısı veya bölgedeki yapı-

laşma önemli unsurlardır. Ancak kültürel ve doğal kaynakların korunmasına yönelik en önemli araç bu değerlerin korunmasına yönelik farkındalığın oluşmasıdır.

Sıra Sizde 3

Öncelikle gelir kaçıışı sorunu gelişmekte olan çevre ülkelerin bir sorunudur. Çevre ülkelerin merkez ülkelerin sermaye yatırımlarına bağımlılıklarından kurtulmaları gerekmektedir. Bu noktada devlet ve ekonomik aktörler iş birliği içinde hareket ederek yerli yatırımı artırmalıdır. Bu sayede dışa bağımlılık azalır ve gelir içeride kalır. Eğer çevre ülkede yatırım için gerekli sermaye birikimi yoksa küçük girişimcilik desteklenmeli, devlet ve yerel yönetimler küçük girişimciliği ve bu küçük işletmeler arasındaki dayanışmayı artırıcı bazı programları harekete geçirmelidirler.

Sıra Sizde 4

Küreselleşme süreciyle birlikte artan insan hareketliliği kültürel etkileşimin de kaçınılmaz bir sonuç olduğu anlamına gelmektedir. Ancak bu noktada önemli olan iki unsur bulunmaktadır. Birincisi, yerel kültür küresel kültür akışları içinde erimemeli, yok olmamalı, özgün varlığını korumalıdır. Bunun yolu gerek sosyal ilişkilerde gerek üretim ilişkilerinde geleneksel yöntemlerin ve uygulamaların kaybolmaması için çaba harcamaktır. Zaman zaman coğrafi işaretleme ve benzeri fikri mülkiyet unsurları geleneksel pratiklerin devamı için kullanılmaktadır. İkinci olarak yerel ekonomik yapının yerel aktörler yerine küresel sermaye tarafından yönlendirilmesi toplumsal düzen için bir tehdit oluşturabilir. Bu aşamada yerel halkın turizmin ekonomik getirilerine karşın kültürel değerlerin korunması ve sürdürülebilirliği konusunda bilinçli olması gerekmektedir.

Sıra Sizde 5

Metalaşma ile ilgili temel sorun, toplumsal yapı içinde manevi değer taşıyan birtakım mallar ve hizmetlerin para karşılığı alınıp satılması, bu maddi dönüşümün manevi bir değer kaybına yol açmasıdır. Örneğin üretilen kültürel değerler, el işi ürünler, dokumalar ya da müzik aletleri piyasa için üretildiklerinde hem daha hızlı hem de daha fazla sayıda üretilmektedirler. Bu yaygınlaşma özgünlüğün kaybına neden olmaktadır. Metalaşmaya karşı en önemli araç manevi değerlerin korunması, seri üretim yapılmaması ve az sayıda üretilenin yüksek değerde piyasaya sunulmasıdır.

Sıra Sizde 6

Turizm planlamasında ve yönetiminde yerel düzeyde yerel halk, sivil toplum kuruluşları ve yerel yönetimler bulunmaktadır. Ulusal düzeyde devlet gerek kanunlar gerekse bürokratik idare aracılığıyla turizmin düzenlenmesinde belirleyici rol oynamaktadır. Son olarak küresel düzeyde uluslararası örgütler, turizm birlikleri turizmin küresel düzenlenmesinde etkin olmaktadır. Ancak örgütsel düzey yükseldikçe turizmin gerçekleştiği düzlemde ve bu düzlemde gerçekleşen uygulamalar ve sorunlardan uzaklaşmaktadır. Turizmin planlama ve yönetiminde küresel, ulusal ya da yerel aktörler arasında bir iş birliği ve dayanışma olması kaçınılmazdır. Ancak bu yapı içinde en önemli aktör turizmin içinde doğrudan, birincil olarak yer almasından dolayı yerel halktır.

Yararlanılan Kaynaklar

- Appadurai, Arjun. (1990). "Disjuncture and difference in the global cultural economy," **Theory, Culture and Society**, 7:295-310.
- Castells, Manuel. (2008). **Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür 1. Cilt**, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Erhat, Azra, (1960). **Mavi Anadolu**, Bilgi Yayınları.
- Mansur Coşar, (1999). **Bodrum: Dün-Bugün**, Adam Yayıncılık.
- McGrew ve D.Held, (2008). **Küresel Dönüşümler: Büyük Küreselleşme Tartışması**, Phoenix Yayınevi.
- Urry, J. (1999). **Mekanları Tüketmek**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Wallerstein, I. (2011). **Modern Küresel Sistem**, Pınar Yayınları.

8

Amaçlarımız

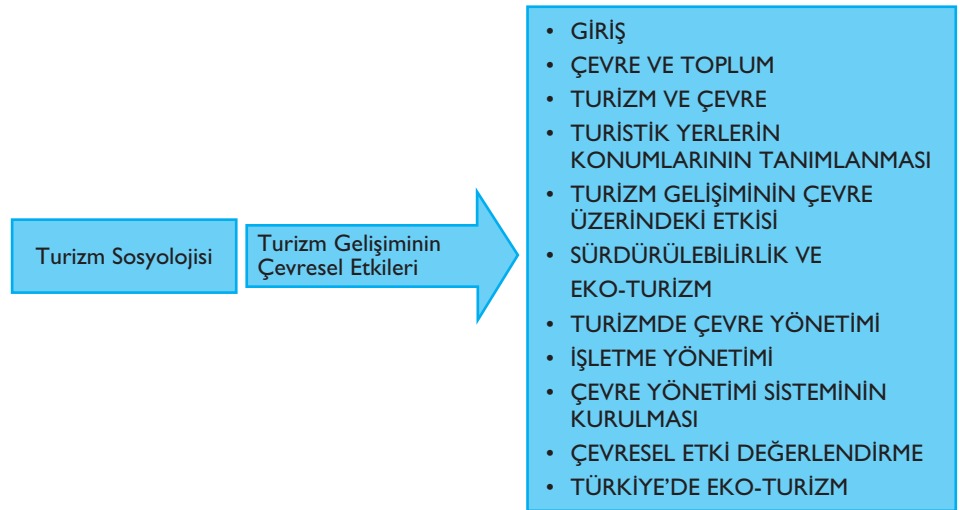
Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Turizmin gelişmesinin çevresel boyutunu değerlendirebilecek,
- Turizmin gelişmesinin çevresel etkilerini tanımlayabilecek,
- Sürdürülebilir turizmin ne olduğunu ifade edebilecek,
- Eko-turizmin neden önemli olduğunu ifade edebilecek,
- Turizm yaşam döngüsü modelinin ne olduğunu tanımlayabilecek,
- Turizmde çevre yönetim sisteminin ne olduğunu değerlendirebileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Turizm ve Çevre
- Sürdürülebilir Turizm
- Eko-Turizm
- Turizm Yaşam Döngüsü
- Çevre Yönetim Sistemi
- Çevresel Etki Değerlendirme

İçindekiler



Turizm Gelişiminin Çevresel Etkileri

GİRİŞ

Turizm sadece ekonomik değil, aynı zamanda toplumsal, çevresel boyutları da olan ve bu boyutları ile birlikte değerlendirilmesi gereken bir olgudur. Ekonomik anlamda bir hizmet sektörü olan turizmi etkileyen birçok faktör vardır. Bu faktörler üretilen hizmetin kalitesini ve verimliliğini belirlemektedir. Bu bağlamda, bu kitabın önceki bölümlerinde turizmin toplumsal ve kültürel boyutları ve etkileri ele alınmıştır. Bu ünite ise turizmin çevresel boyutu ve çevresel etkileri ele alınacaktır. Doğal çevre ve doğal kaynaklar, turizmin temel değerlerini oluşturur. Özellikle XX. yüzyılın sonunda, doğal çevre ve doğal değerler, toplumlar için, dolayısıyla da turizm için daha fazla önem kazanmaya başlamıştır. Bununla birlikte, turizm olgusu, tüm dünyada büyük ölçüde biçim ve içerik değiştirmiş ve turistlerin talep ve beklentileri de değişmiştir. Turizm açısından temel faktörler olan doğa, tarih, çevre, kültür ve sanat gibi faktörler vazgeçilmez birer nitelik haline gelmişlerdir. Dolayısıyla doğal çevrenin korunması, turizmin doğal çevreye zarar vermeden hatta doğal çevre ile iç içe bir yapı ve içerik kazanması, turizmin sürdürülebilirliği bağlamında gündeme gelmiş olan olgulardır. Turizmin sürdürülebilirliği açısından, ilk akla gelen örnek ise eko-turizm kavramıdır. Ekolojik turizm kavramı genel olarak turizm planlanması ve gelişimi sürecinde, ekolojik faktörlerin dikkate alınmasını ve turizm faaliyetlerinin ekolojik ilkeler doğrultusunda yürütülmesini ifade etmektedir. Başka bir deyimle, turizm olgusu tüm aşamalarında ekolojik dengeleri gözeterek, turizm için vazgeçilmez olan doğal kaynakların bir defalık kullanımını değil, sürdürülebilirliğini temel alacaktır. Sürdürülebilirlik açısından, eko-turizm ilkeleri, yeni turizm alanlarının ve yeni turizm işletmelerinin planlanması ve belirlenmesinde olduğu kadar var olan turizm alanlarının ve turizm işletmelerinin niteliklerinin değiştirilmesi açısından da temel bir ilke olarak kabul edilmektedir. Ülkemizdeki turizm sektörünün en önemli pazarını oluşturan Avrupa Birliği, tüm ekonomik sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de sürdürülebilirliği temel bir ilke olarak kabul etmiştir (Weale ve Williams, 1992; Hildebrand:1992; Judge, 1992:3-5). Avrupa Birliği Bölgeler Komitesi 21 Kasım 2001'de İtalya'nın Florence kentinde yaptığı ve eko-turizmi tartıştığı toplantısında, Avrupa Birliğinde turizme ilişkin tüm yasal düzenlemelerin, sürdürülebilirlik ve eko-turizm doğrultusunda değiştirilmesi yönünde bir eğilim ortaya koymuştur (Inforegio/panorama, 2002a:11). Dolayısıyla, Avrupa Birliği ülkelerinin ülkemizin en önemli turizm pazarını oluşturmamasından ve ülkemizin Avrupa Birliği aday ülkesi olmasından ötürü

Türkiye'nin turizm yapısını, söz konusu pazarın talepleri doğrultusunda değiştirmesi vazgeçilmez bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, üyelik sürecinde Avrupa Birliği, Türkiye'den turizmin altyapısını ve üstyapısını sürdürülebilirlik ilkeleri yönünde değiştirmesini isteyebilecektir. Bu nedenden dolayı, ülkemizdeki turizm yapısının daha çevreye duyarlı ve sürdürülebilir bir yapıya dönüştürülmesi, ülkemizde turizmin geleceği açısından büyük bir önem taşımaktadır.

ÇEVRE VE TOPLUM

Turizm sadece ekonomik değil, çevresel ve toplumsal boyutları da olan, karmaşık bir süreçtir.

Çevre, turizmin temel kaynağını oluşturur ve turizm büyük ölçüde doğal çevre üzerine yapılmıştır.

Turizmin temel kaynağını oluşturan çevrenin, doğal çevre, sosyo-kültürel çevre ve kentsel (yapay) çevre olmak üzere üç boyutu vardır. Turizm, çevrenin bu üç boyutundan, en çok doğal çevreyi ya da doğal kaynakları kullanır.

Günümüzde yaşanan çevre sorunları ve doğal çevrenin bozulmaya başlaması, büyük ölçüde endüstrileşme, modernleşme ve kentleşme ile başlamış ve XX. yüzyılın ikinci yarısından sonra had safhaya ulaşmıştır.

Turizm ve son zamanlarda ortaya çıkan eko-turizm, insanların modern, karmaşıklaşmış ve çevresel açıdan tüketilmiş ortamlara uzaklaşarak doğal ortamlara ulaşmasını sağlar ve buna "doğaya geri dönüş" hareketi denir.

Çevre, insan yaşamının varoluş koşullarını belirleyen doğal ve yapay öğelerden oluşur. Fiziksel, biyolojik ve sosyal kategorilerden oluşan çevre, insanoğlunun varoluşundan bu yana sürekli olarak insan faaliyetlerinin etkisi altında kalmıştır. İnsan, toplu halde yaşamaya başladığından beri, çevreyi ve doğal kaynakları olabildiğince fazla oranda kullanmanın yollarını aramış ve bulmuştur. Söz konusu süreç sonucunda, kendiliğinden var olan doğaya karşı, bu doğanın yeniden üretildiği ve insan emeğinin ürünü olan yeniden üretilmiş, ikinci doğa oluşturulmuştur. İlkel toplumlarda ve tarımcı toplumlarda, insanın doğa üzerindeki müdahalesi son derece sınırlı kalmıştır. Buna karşın, modern endüstri çağında, insan refahını artırmak için endüstrileşmenin ve bunun için de doğanın ve doğal kaynakların sınırsızca kullanılması, zorunlu hale gelmiş ve sonuçta insan ürünü olan (ikincil) doğa ile kendiliğinden var olan doğa arasında yaşamsal bir rekabet ortaya çıkmıştır. Doğanın aşırı kullanımı ve sömürüsü sonucu hava, su kirlenmesi ve buna bağlı olarak birçok sağlık sorunu, ölümler ortaya çıkmaya başlamıştır. Ayrıca, küresel iklim değişikliği ve bunun sonucu, dünyanın bazı bölgelerinde oluşan kuraklıklar ve diğer bölgelerinde oluşan sel baskınları, aşırı soğuk ve aşırı sıcak hava dalgaları gibi çevresel etkilerden de söz edilebilir. Söz konusu çevresel etkileri, ortaya çıktıkları coğrafyalarda toplumsal yaşantıyı da derinden etkilediklerinden dolayı, toplumsal etkiler olarak da adlandırmak gerekir. Ancak hepsinden önemlisi, toplumsal boyutları da olan söz konusu çevresel etkileri, bir ölçüde, doğanın aşırı kullanım ve sömürüye olan tepkisi olarak yorumlamak mümkündür (Tuna, 2006).

Özetle, çevrenin doğal ve yapay öğelerinin bozulması veya niteliğinin değişmesiyle ortaya çıkan çevre sorunlarının temelinde; aydınlanma düşüncesinin bir sonucu olarak insanın doğaya bakış açısının farklılaşması, sanayileşme, kentleşme ve nüfus artışı yatmaktadır (Benton, 2001). Özellikle endüstriyel toplum yaşantısında doğa ile toplum arasındaki ilişkilerin giderek kopma noktasına gelecek kadar zayıflamasıyla insanoğlu doğaya yabancılaşmıştır. Toplumun doğaya yabancılaşması, doğanın tahrip edilmesi ve çevre kirliliği ve bunun sonucu oluşan sorunlar 1950'ler ile 1970'ler arasında en üst değerlere ulaşmış ve insanlığı tehdit eder duruma gelmiştir (Tuna, 2006).

Böylece; endüstriyel toplum içerisinde çevresel sorunları ortadan kaldırmaya ve doğa ile yeniden barışmaya yönelik olarak kısaca "doğaya geri dönüş" eğilimini içinde barındıran düşünsel yaklaşımlar ortaya çıkmıştır (Tuna, 2006). Eko-turizm ve doğanın turizm yoluyla yeniden keşfini ve doğa ile bozulan ilişkilerin yeniden kurulmaya çalışılmasını "doğaya dönüş" eğilimlerinin somut göstergeleri olarak kabul etmek mümkündür (Tuna, 2007).

TURİZM VE ÇEVRE

Turizm, büyük ölçüde çevre ve doğal kaynaklar üzerine kurulmuş, çok yönlü, ekonomik ve toplumsal boyutları olan bir faaliyettir. Turizm ile çevre arasındaki ilişkilerin iki boyutundan söz edilebilir. Bir yandan, çevresel kaynaklar, turizm ürü-

nünün üretimi için gerekli, kritik kaynaklardan birini sağlarken diğer yandan da turizm faaliyetinin üretimi süreci, bilinçli ya da bilinçsiz olarak çevre üzerinde negatif etkiler bırakır. Bununla birlikte turizmin bir diğer etkisi de çevresel kaynakları tüketerek değişikliğe uğratmasıdır (Tourism and the Environment in Europe, 1995; Ceylan, 2001:170).

Bir ülkenin turizm potansiyeli, sahip olduğu sosyal, tarihi, doğal ve kültürel değerler ile ölçülür. Ancak gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından XXI. yüzyılın en gözde sektörü durumuna gelmiş ve dünya ekonomisinde çok önemli bir yer edinmiş olan turizmin çevresel sorunlara karşı duyarlılığı son derece yetersizdir. Turizm faaliyetlerinin, çevresel etkilerin göz ardı edilerek yürütülmesi sonucu; turizm, ekolojik dengeye önemli zararlar vermekte ve turizm yörelerinin yapısal, tarihi ve estetik değerleri tehdit altında kalmaktadır.

Özellikle, turizmin yol açtığı hızlı ve kitlesel gelişim, çevre kalitesini olumsuz yönde etkilemekte, mevcut arazi kullanımının değişmesi ve bazı bölgelerde özellikle tarımsal nitelikli toprakların kaybı, bitki örtüsü ve tüm doğal çevrenin tahribi, doğal çevreye uyumsuz yapıların ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Ayrıca turizmin gelişimi sonucunda, kıyı şeridinin estetik yönden çirkinleşmesi ve işlevini yitirmesi, mevcut altyapının kaldıramayacağı kanalizasyon, çöp sorunu, atıkların denize boşaltılmasıyla ortaya çıkan kirlilik, tarihsel sit alanlarının tahribi, sosyal yaşam, adetler ve alışkanlıklarda değişiklikler ve bozulmalar gibi pek çok çevresel ve toplumsal sorun ortaya çıkmaktadır (Oğuz, 1999:35).

Turizm diğer ekonomik sektörlere göre, doğal kaynakları en çok kullanan sektördür. Çevresel kaynaklar yenilenebilen türden olmayıp turistlerin ilgisini çekmesi bakımından oldukça önemlidir. Fakat bu kaynakların kullanımı, aynı zamanda, hem sosyal hem de ekonomik gelişmeyi büyük ölçüde etkiler (CE, 1993).

OECD'nin 1980'de hazırladığı bir rapora göre, turizm açısından, özel bir dikkat gerektiren çevresel kaynaklar şu şekilde sıralanmıştır. Sulak alanlar (nehirler, dere-ler, denizler, kıyılar ve su kaynakları), doğal alanlar (toprak, ormanlar, hava), mimari alanlar, (sahip oldukları özellikler bakımından turistlerin ilgisini çeken mimari yapılar) ve insani alanlardır (insan etkinlikleri).

Bir yörede turizm faaliyeti ortaya çıktığında ve gelişim sürecine girdiğinde, yukarıda belirlenen çevresel kaynaklar üzerinde etkili olur ya da turizm faaliyeti yukarıda belirlenen çevresel kaynaklar üzerine kurulur. Dolayısıyla doğal çevreye duyarlı ve saygılı bir turizm etkinliği, bir yandan söz konusu çevresel kaynakların sürdürülebilirliğini sağladığı gibi, diğer yandan, genel olarak turizmin sürdürülebilirliğini de sağlayacaktır. Bu bağlamda, turizmin varoluşunun temelini oluşturan çevresel kaynakların korunması, yüksek düzeyde bir çevresel duyarlılığı zorunlu ve gerekli kılmaktadır.

Çevresel bilinç konusunda turistlerin artan talebi, tatil ve seyahatleri belirleyen önemli bir etken haline gelmiştir. Söz konusu çevresel motivasyon, aynı zamanda girişimciler için de ekonomik bir hareket noktasıdır. Öyle ki özel operatörler, yerli ve ulusal otoriteler ve hatta yerel topluluklar, çevre konusunda geçmişten daha fazla duyarlı olmaya başlamışlardır. Çünkü çevresel koruma orta ve uzun vadeli olarak turizm için oldukça önemlidir (CE, 1993:4; Tuna, 2007).

1972'lerden itibaren turizm talepleri ürkütücü bir şekilde artış göstermiştir. Bunun olumlu sonuçlarının yanı sıra, istenmeyen birtakım etkileri de ortaya çıkmıştır. Bunlar; çevresel sistemin tehdit altında olduğu gelişmemiş bölgeler ve çevresel olarak bozulmaya yüz tutmuş ve çevresel özellikleri gittikçe azalan geleneksel turistik yörelerdir.

Turizmin hızlı gelişimi, doğal çevre üzerinde çok ağır tahribatlar yaratabilir. Doğal çevre bozulabilir, ormanlık alanlar yok olabilir, deniz ve sulak alanlar kirlenebilir; hava, su ve toprak kirliliği görülebilir.

Son yıllarda turistik kaynakların yönetimi, geliştirilmesi, yaratılması ve çevresel elementler konusunda, yerel toplulukların sosyo-kültürel değerlerin korunması ve turizm açısından pazarlanabilir ürünler haline gelmesi, öncelikli hale gelmiştir. Çünkü turistler tatillerini gündelik yaşamın gürültü, yoğun trafik, park sorunu gibi kentsel yaşamın getirdiği sorunlarından uzak bir şekilde geçirmek istemektedirler. Dolayısıyla, çevrenin bozulması turizm sektörünün de rekabetçi özelliklerini ve kaynaklarını kaybetmesine yol açmaktadır. Yakın gelecekte, “çevre”ye yönelik talepler de küresel anlamda artacak; turistler, çevre konusunda daha duyarlı hale gelecek ve tatil tercihlerini doğa ile uyumlu ve başarılı, çevre koruma politikalarının uygulandığı yerlerden yana kullanacaklardır (CE, 1993:6).

TURİSTİK YERLERİN KONUMLARININ TANIMLANMASI

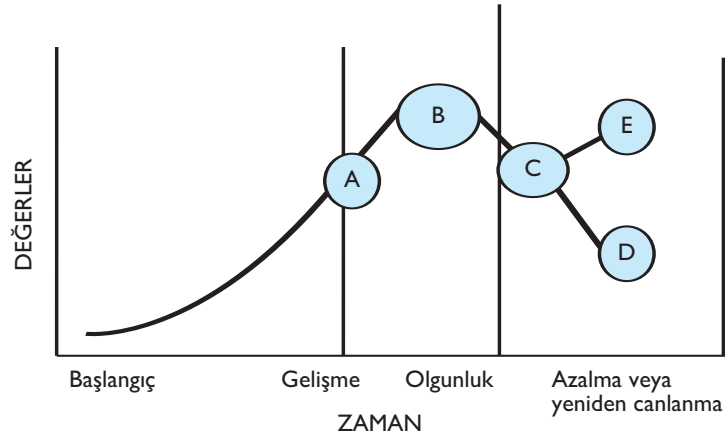
Turizmin ortaya çıkışından itibaren, turistik yörenin doğal çevre ile olan ilişkileri belirli gelişim aşamalarından geçer. Turistik yerlerin, turistik gelişmişlik açısından konumlarının tanımlanabilmesi ve belirlenebilmesi için aşağıdaki kriterler göz önünde bulundurulmalıdır (CE, 1993:10).

- A) Yaşam döngüsünün konumu,
- B) Turistik yerin konumu.

Turistik yerlerin turistik gelişmişlik açısından konumlarının belirlenmesinde zaman faktörü göz önünde bulundurularak yaşam döngüsü içerisinde olgunluk, azalma veya yeniden canlanma şeklinde bir bakış açısı geliştirilmiştir. Buna göre turizmin yaşam döngüsü, şu şekilde ifade edilir.

Şekil 8.1

Turizmin Yaşam Döngüsü



Turizm yaşam döngüsü modeli, bir yörede turizmin gelişim aşamalarını tanımlar. Gelişim aşamaları şu şekilde ifade edilir; doğuş (ortaya çıkış), gelişim, olgunluk ve azalma (gerileme) ya da yeniden canlanma.

Turistik alan konusundaki dikkat, daha çok yerin olgunluğu, yok olma eğilimi göstermesi veya yeniden canlandırılması üzerinde yoğunlaşmalıdır. Bu da turizmin gelişim aşamalarının ya da turistik yerlerin konumlarının A, B, C, D ve E kategorileri şeklinde sınıflandırılmasını ifade eder. Turizm ve çevre arasındaki ilişkinin doğal yaşam döngüsüne bağlılığı kısaca şu şekilde özetlenebilir (CE, 1993:10-11).

- A. kategorisi, bir turizm yöresinde turizmin ortaya çıkmasından sonra gelişimini ifade eder. Bu aşamada turizm henüz gelişim aşamasında olup doğal kaynakların, yoğun bir şekilde kullanılması söz konusudur. Buna karşın turizm yöresi, doğal kaynaklar açısından henüz son derece zengindir.
- B. kategorisi, turizmin gelişimi açısından olgunluk aşamasını ifade eder. Turizm, doğal kaynakların kullanımı ve gelişimi açısından artık en üst sınıra dayanmıştır.

- C. kategorisi, en üst gelişim aşamasından sonra, kısmi gerilemeyi ifade eder. C kategorisi turizm gelişimi açısından, önemli dönüm noktasıdır. Turizmin yeniden canlanması ve yükselişe geçebilmesi için, bu noktada gerekli önlemlerin alınması gerekir.
- D. kategorisi, eğer C kategorisinde turizmin yeniden canlanması açısından, gerekli önlemler alınmamışsa, turizm daha kötü bir gerileme aşamasına geçer.
- E. kategorisi, eğer C kategorisinde turizmin yeniden canlanması açısından gerekli önlemler alınmışsa, turizm yeniden canlanma ve yükseliş aşamasına yönelir.

Turizm yaşam döngüsü modeli açısından, Türkiye'nin Güney Ege ve Batı Akdeniz kıyılarındaki turizm yörelerinin konumunu yorumlayınız.



SIRA SİZDE

Turizmin yaşam döngüsünün aşamalarını, özetle şu şekilde yorumlamak mümkündür. Bir yörede, turizm bir sosyo-ekonomik faaliyet alanı olarak ortaya çıktığında, doğal kaynakları kullanarak gelişim gösterir ve belirli bir olgunluk düzeyine ulaşır. Ancak bu olgunluk düzeyinden sonra, ulaştığı tepe noktasında, üzerine kurulu olduğu doğal kaynakların sürekli tüketilip yeniden üretilmemesi sonucu turizm, bir sosyo-ekonomik faaliyet alanı olarak verimliliğini kaybetmeye başlar. Ormanlar yok olmaya, nehirler, akarsular ve denizler kirlenmeye ve doğal niteliğini kaybetmeye ve giderek yok olma eğilimine girmeye başlar. Olgunluk noktasında, doğal kaynakların sürdürülebilir bir şekilde yeniden üretimi sağlanarak turizmin yeniden canlandırılması ya da var olan doğal kaynakların da tamamen tüketilerek turizmin bozulma eğilimine girmesi gibi, bir ikilemle karşı karşıya kalınır. Bu ikilemden olumlu yönde çıkışın tek yolu, doğal kaynakların sürdürülebilir bir şekilde yeniden üretimini sağlayarak var olan turizm yapısının, doğal çevreye duyarlı ve uyumlu bir yapıya dönüştürülecek şekilde yeniden örgütlenmesi ve yapılandırılmasıdır.

Turizmin çevresel ve toplumsal bir olgu olduğu, bir doğal çevre üzerine kurulu olduğu ve bir toplumsal ilişkiler ağı olduğuna daha önce değinilmişti. Bununla birlikte, turizmin çevresel ve toplumsal boyutları da iç içe geçmiş durumdadır. Yukarıda belirtilen, turizmin gelişmişlik açısından konumunu belirleyebilmek ve üzerine kurulu olduğu doğal çevre ile olan ilişkisini ve sosyo-kültürel çevre içinde nasıl oluştuğunu anlayabilmek için, söz konusu ilişkilere daha ayrıntılı olarak bakmak gerekmektedir.

TURİZM GELİŞİMİNİN ÇEVRE ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Ekonomik bir faktör olarak kabul edilmemesine rağmen, “çevresel kaynaklar”ın, turistlerin tercihleri üzerinde etkisi olduğu açıktır. Söz konusu tanımlama içerisinde, turistlerin tercihlerini belirleyen pek çok faktörden söz edilebilir. Bunlar; doğal kaynaklar, yerli halkın konukseverliği, yerel adetler ve iyi korunmuş tarihsel yerlerdir. Böylece çevresel kaynaklar üç ayrı kategoriye ayrılır:

- Doğal Çevre: Kara (toprak), hava, su ve flora.
- Sosyal ve Kültürel Çevre: Gelenekler, görenekler, tarih, sanat, konukseverlik ve bütün bir sosyal yapı.
- Kentsel Çevre: Turistler kadar yerli halka da hizmet veren yapay çevrenin ulaşım ve iletişim gibi üst yapılarıdır.

Fakat turistik faaliyetler sırasında ve sonucunda en belirgin etkiler, bu üç çevresel faktörden, doğal çevre üzerinde görülür.

Turizmin doğal çevre üzerindeki olumsuz etkileri, başta doğal alanların bozulması ve deniz ve sulak alanların kirlenmesi olmak üzere birçok alanda görülebilmektedir.

Doğal Çevre

Turizm faaliyetlerinin yoğunlaşması sonucu, doğal çevre üzerinde birçok olumsuz değişiklik görülmektedir. Bu olumsuz değişiklikler şu şekilde ifade edilebilir (CE, 1993:19).

- Kırsal ekosistemdeki ciddi değişimler (fauna, flora, morfoloji).
- Yoğun kentleşme, kırsal kesimlerin ayrışması.
- Tarımsal alanların yapılaşmaya açılması.
- Deniz kirlenmesi ve bunun sonucunda anormal deniz yosunlarının ortaya çıkması.
- Kırsal kesimdeki erozyon.
- Hava kirliliği.
- Aşırı su tüketimi.
- Yeraltı sularının kirlenmesi.

Bir yörede turizmin gelişmesiyle görülebilecek olan, olumsuz etkilerin en önemlilerinden biri, deniz suyunun kirlenmesidir. Özellikle, turizm sezonunun yoğun olduğu dönemlerde, aşırı su kullanımı belirmesine rağmen, arıtma tesisleri yetersiz kalır. Dolayısıyla, turistik alanlara yakın yerlerde, deniz suyunun kirlenmesine rastlanabilir. Turistler tarafından, daha çok, kıyı alanlarının tercih edilmesinden dolayı, turistik yapılar daha çok kıyılarda inşa edilir. Bunun sonucunda, çarpık kentleşmenin yanı sıra, en ufak bir müdahale ekosistem üzerinde tahribatların ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Turizmin gelişmesiyle, doğal çevre üzerinde görülebilecek olan diğer olumsuz etkiler olarak, ormanlık alanların azalarak yok olma tehlikesi, tarımsal alanların ve kırsal alanların yok olması, ekolojik dengenin bozulması, aşırı kentleşme ve aşırı nüfus artışı sonucu görülen su kirliliğinin yanı sıra, hava ve toprak kirliliğinden de söz etmek mümkündür.

Turizmin gelişmesiyle birlikte, çevre üzerinde sadece olumsuz etkiler görülmez, sınırlı da olsa, bazı olumlu etkilerden de söz etmek olasıdır. Turizm alanındaki gelişme, çevrenin korunması amacını güden faaliyetlerin de artmasını sağlar. Bu eğilim, bir bölgenin çevresel değerlerinin temel bir çekicilik niteliği kazanmaya başlamasıyla belirir. Çevrenin düzenlenmesine ilişkin çabalar ve müdahaleler park alanlarının yapılması şeklinde görülse de asıl mesele var olan ve turistleri çeken çevresel alanların korunması yönünde önlemlerin alınmasıyla doğal kaynakların korunması şeklinde olmalıdır.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE EKO-TURİZM

Sürdürülebilirlik, ekonomik ve toplumsal boyutları olan bir kavramdır. Sadece bugünün toplumunu ve gereksinimlerini değil, geleceğin toplumunu ve gereksinimlerini de dikkate alan bir anlamsal içeriğe sahiptir. Sürdürülebilir ekonomik kalkınma, ekonomik üretim için gerekli olan (doğal) kaynakların sürekli yeniden üretilmesini ve üretim sürecinde, doğal dengelere olabildiğince zarar verilmemesini ifade etmektedir. Bu anlamda eko-turizm sürdürülebilir bir turizm ve sürdürülebilir bir ekonomik kalkınma ve gelişme modelidir (Weale ve Williams, 1992).

Ekonomik ve toplumsal gelişmenin gerçekleştirilebilmesi için, toplumun gereksinim duyduğu malların ve hizmetlerin üretilmesine ihtiyaç vardır. Bununla birlikte üretim ve tüketimle ilgili etkinliklerin, bugünkü kuşağın refahını azaltıcı sonuçlara yol açmadan yürütülmesi istenmektedir. Ayrıca gelecek kuşakların refah ve yaşam kalitesinin güvence altına alınması gibi bir zorunluluk ve sorumluluk da söz konusudur. Bir toplumun üstlendiği ekonomik gerekleri ifade eden bu yaklaşım, sürdürülebilir kalkınma anlayışının bir yansımasıdır (Ceylan, 2001:170).

Turizm açısından sürdürülebilirlik; turizm açısından vazgeçilmez olan doğal kaynakların sadece bir defalık kullanımını değil, gelecek kuşakların da kullanımına olanak verecek bir anlayışı öngörür.

Sürdürülebilir turizm açısından en uygun turizm türü eko-turizmdir. Eko-turizm, turizmin gelişmesi ve işleyişinde ekolojik ilkelerin temel olarak benimsenmesini ifade eder.

Dolayısıyla, doğal kaynakların ekonomik üretim sürecinde kullanımı açısından “sürdürülebilirlik” ve “sürdürülebilir kalkınma” kavramları gündeme gelmektedir. Sürdürülebilir kalkınma, bugünün ihtiyaçları karşılanırken gelecek kuşakların da kendi ihtiyaçlarını karşılayabilmesi olanağından ödün vermemesini ifade eder (Ceylan,1995:205). Çevrenin serbest mal olarak görüldüğü, geleneksel ekonomik büyüme ve kalkınma yaklaşımlarından farklı olarak sürdürülebilir kalkınma yaklaşımında doğal kaynaklar ve çevre, kıt girdiler olarak kabul edilmektedir.

Sürdürülebilirliğin yedi temel ilkesi vardır, bu ilkeler şunlardır:

- Gelecek kaygısı: Gelişmenin, zamanla ortaya çıkaracağı olumlu ve olumsuz etkiler, politikacıların ve iş dünyasının öngörülerinden daha geniş kapsamlı olarak ele alınmalıdır.
- Kuşaklar arası eşitlik: Günümüz kuşaklarının kaynak kullanımı, gelecek kuşakların kullanım haklarını engellememeli, gelecek kuşakların da kullanımını sağlamak için, belirli bir kaynak kuşaktan kuşağa aktarılmalıdır.
- Katılım: Gelişmeden etkilenen tüm toplumsal ve politik gruplar, gelişme ile ilgili tartışma ve karar alma süreçlerine katılmalıdır.
- Ekonomik ve çevresel faktörlerin dengesi: Kararlar, ekonomik maliyet faktörlerinden daha geniş bir boyutta ele alınmalı; çevresel faktörler, gelişmenin temel ve değişmez faktörleri arasına yükseltgenmelidir.
- Çevresel kapasiteler: Tüm çevresel etkiler, ekolojik denge üzerinde bozucu bir etki yapmayacak şekilde değerlendirilmelidir.
- Niceliksel unsurlar kadar niteliksel unsurlara da dikkat edilmesi: Kararlar en düşük maliyet ilkesine göre değil, uzun vadede en az (çevresel) zarar ilkesine göre alınmalıdır.
- Yerel ekosistemlerin dikkate alınması: Gelişme yerel toplumsal, politik, tarımsal ve ekolojik sistemlerin sürdürülebilirliğini hedeflemelidir (Kirk, 1996:5).

Turizm açısından sürdürülebilirlik ise turizmin kaynağını oluşturan doğal, tarihi, kültürel, sosyal ve estetik değerlerin korunup geliştirilerek çekiciliklerinin devamının sağlanmasını ifade eder. Sürdürülebilir turizm; sektörü besleyen doğal ve yapay çevrenin, insan kaynaklarının, olumsuz etkilenmeksizin, turizm kapasitesini artırmayı ve turistik ürünlerin kalitesini yükseltmeyi amaçlar (Çevik, 2001:74).

Fiziki ve kültürel kaynakların korunması ve turizm amaçlı ekonomik gelişmenin sağlanması, sürdürülebilir turizm gelişmesinin amacını gösterir. Sürdürülebilir bir turizm sağlanabilmesi için, turizmin doğal girdilerinin tek yönlü tüketimi yerine dengeli ve yeniden üretimini kapsayacak şekilde kullanılması, fiziki ve sosyal taşıma kapasitesinin sınırlarının aşılmaması temel ilke olarak benimsenmelidir. Sonuç olarak turizm açısından “**taşıma kapasitesi,**” bir turizm bölgesinin, içinde bulunduğu doğal kaynaklara, halka, ekonomiye ve kültüre olumsuz etki yaratmadan ve ziyaretçilerin tatmin düzeyini azaltmadan, maksimum miktarda kullanılmasını belirleyen düzeydir. Belirlenen kapasiteyi aşan turizm yatırımları, kelime anlamıyla artan, gelişen bir turizm olarak “sürdürülebilir” bir görünüm arz etse de taşıma kapasitesinin geçildiği seviyeden itibaren sürdürülemez bir seviyeyi ifade eder (Birkan, 2001:30).

Sürdürülebilir turizm kavramı, günümüzde dünya turizminde ağırlığını hissettiren “kitle turizmi” ile önemli ölçüde ters düşmektedir. Büyük gruplara, kısa sürede, hızlı ulaşım araçları ile sabit program içerisinde hizmet sunan kitle turizminin çevre üzerine olumsuz sonuçları olduğu, artık kabul görmüş bir gerçektir. Sürdürülebilir turizm yaklaşımının temel niteliği, turizme hem coğrafi kaynak hem de ge-

Sürdürülebilirliğin temel ilkeleri şunlardır: Gelecek kaygısı, kuşaklar arası eşitlik, katılım, ekonomik ve çevresel faktörlerin dengesi, çevresel kapasiteler, niteliksel unsurlar ve yerel ekosistemlere önem verilmesi.

Taşıma kapasitesi: Turizm açısından taşıma kapasitesi, turizm faaliyetlerinin, yörenin doğal, sosyo-kültürel ve kentsel çevresi üzerinde olumsuz etki yapmadan gerçekleştirilmesini ifade eder.

Eko-turizm, kitle turizminin doğal ve sosyo-kültürel çevre üzerinde yaratacağı olumsuz etkileri ortadan kaldırılabılır.

Ekoloji: Belirli bir alanda yer alan tüm organik ve inorganik (yaşayan ve yaşamayan) varlıklar ve bu varlıklar arasındaki ilişkilere eko-sistem denir. Ekoloji ise eko-sistemi ve eko-sistemin unsurlarını inceleyen bilimdir.

Sürdürülebilir bir turizm gelişiminin sağlanması ve turizm yatırımlarının yaratacağı etkilerin belirlenmesi için, yatırımlara başlanmadan önce “çevresel etki değerlendirilmesi” yapılmalıdır.

Bir turizm yöresinde, turizmin doğal çevre üzerindeki olumsuz etkilerini kontrol etmek ve en aza indirmek amacıyla gerekli önlemler alınmalı ve planlamalar yapılmalıdır.

lişme kaynağı olarak bakılmasıdır. Turizmden beklenen ekonomik kazanımların, toplumsal ve ekolojik amaçlarla bütünleşmesini esas alan sürdürülebilir turizm yaklaşımı, eko-turizm kavramıyla yaşama geçmekte ve anlam kazanmaktadır (Ceylan, 2001:172).

Eko-turizm doğal, tarihi ve ekolojik değerleri koruyan bir turizm şeklidir. Eko-turizm, kısa dönemli kazançların peşine düşülerek doğal kaynakların sorumsuzca kullanımı sonucu, doğal çevrenin tahrip edilmesi, görsel kalitenin bozulması, hava, su, toprak kirlenmesine bağlı kamu sağlığının tehdit edilmesinin önünde önemli bir engel oluşturmaktadır.

Eko-turizmde amaç; doğal alanları ve kırsal kesimleri, geleceğin turizm alanları olarak turizmin zarar verici etkisinden korumak; günümüz turizmi için de çevresel sorunları olmayan ya da olabildiğince en aza indiren ortamlarda, doğa ile uyumlu bir turizm faaliyetinin sürdürülmesini sağlamaktır. Böylelikle turizm açısından vazgeçilmez olan doğal kaynakların, giderek azalması ve yok olması değil, sürekli olarak yeniden üretilmesi sağlanmış olur. Bu amaç doğrultusunda eko-turizm, özelliğini kaybetmemiş doğal alanlara bağımlıdır. Doğaya zarar vermez, yıpratmaz ve ekolojiye güç kazandırır. Kullanılan doğal alanların yönetimi ve korunması için sürekli olarak turizm sektöründe hizmet üretenlerin, üretim ve karar alma süreçlerine katılımını sağlayacak yönetim modellerinin oluşturulması ve bu yönetim modellerinin uygulaması temel bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır (Tuna, 2007).

Ayrıca, turistik müdahalelerden önce yapılacak ayrıntılı bir “çevresel etki değerlendirmesi” ile henüz sorunlar ortaya çıkmadan alınabilecek önlemleri belirlemek, eko-turizmin özellikleri arasındadır. Özellikle turizm gelişmesinin olumlu ve olumsuz çevresel etkilerini önceden belirlemek ve yörenin çevresel değerlerine en iyi uyum sağlayacak gelişimi gerçekleştirecek yönlendirici önlemleri almak, öncelikle turizmin kendisi için vazgeçilmez bir şarttır. Çevresel etki değerlendirmesi gürültü, hava kirliliği, su kirliliği, toprak erozyonu, ekolojik ve estetik etki kategorileriyle, yörenin eko-sistem dengesini tespit etmeyi amaçlar. Böylelikle, çevresel etki değerlendirmesi, telafi edilmesi mümkün olmayan çevresel maliyetlerin önlenmesini sağlayabilir. Ayrıca, önemli bir gelir kaynağı olan turizm faaliyetlerinin sürekliliği açısından da oldukça önemlidir.

Eko-turizmin uygulandığı bölgelerde; turizmin gelişimi planlı, ölçülü, yerel yönetimlerin kontrolü altında, çevreye duyarlı, yavaş, yapılaşmada yerel mimari özelliklerin korunmasına, arkeolojik kalıntı ve tarihi yapıların özgün ortamla ahenginin bozulmamasına özen gösterilen bir şekilde gerçekleşir. Söz konusu turizm şekli, yeni yapılanma yerine, mevcut yapıların yeniden kullanımını teşvik etmekte, yöresel ekonomik uğraşları korumakta ve geliştirmektedir (Kuşluvan, 1999:63). Bu bağlamda eko-turizm anlayışı, turizm ve çevre olgularının “sürdürülebilir kalkınma” politikası doğrultusunda uyumlu ilişkisini kurmaya yönelmiş faaliyetleri içerir.

Turizmin olumsuz çevresel etkilerinin ortadan kaldırılması için, ekonomik gelişme planlarının yörenin doğal ve ekolojik özelliklerinin göz önüne alınarak yapılması gerekir. Tarihi ve doğal bölgelerin korunmasıyla ilgili düzenlemelere uyulması sağlanmalıdır. Festival, şenlik, fuar gibi uygulamaların yapılacağı yerlerin sağlık altyapısı, tüm yükü karşılayabilecek biçimde planlanmalıdır. Turistik bölgelerin su kaynaklarının envanteri çıkarılmalı, su kaynaklarının korunmasına yönelik önlemler alınmalıdır. Deniz kirliliği ve sahil kirliliği önlenmelidir. Sahillerin kişi ve kurum tekeline verilmesi engellenmeli, kamuya açık yerler haline getirilmeli, toplum bu gibi yerlerin kirlenmesinin önlenmesine yönelik olarak eğitilmeli ve koruma bilinci geliştirilmelidir. Turistik bölgelerde yapılaşma, belirli bir sisteme bağlan-

malıdır. Bunun yanı sıra, tüm ormanlık alanlar sıkı bir şekilde korunmalı, kontrolsüz piknik ve avlanma engellenmelidir. Orman yangınlarına yönelik erken haber alma, engelleme, söndürme etkinliklerine yönelik; araç, gereç, personel ve örgütlenme tamamlanmalıdır. Ayrıca tüm rekreasyon alanlarının planlı kullanımı sağlanmalı, taşıyabileceğinin üzerinde ziyaretçi kabul edilmesi engellenmelidir.

Atık toplama ve zararsız hale getirmeye yönelik işlemler, atık tipi, hacmi ve miktarı da göz önüne alınarak en uygun biçimde yapılmalıdır. Milli parkları korumakla görevli personelin eğitim standardı ve yetkileri kesin olarak belirlenmelidir. Tüm temiz enerji kaynaklarından, olanaklar ölçüsünde yararlanılırken bölgelerin fosil yakıtlara bağımlılığını azaltacak her türlü önlem alınmalıdır. Milli park planlamasında kır çiçekleri dahil her türlü genetik potansiyeli kapsayan bölgeler kapsam içerisine alınmalıdır.

Turizmin çevreye olan olası etkilerinin sınırlandırılması için aşağıdaki önlemlerin alınması önerilmektedir: “Her türlü canlı türünün sınıflaması yapılmalı, gerektiğinde önemli tüm türlerin korunmasına yönelik yasal ve örgütsel düzenlemeler yapılmalıdır. Bölgedeki tüm yapılaşmaların kent planına uygun gerçekleştirilmesi, yapı standardından ve yapılaşmadan taviz verilmemesi esas olmalıdır. Ayrıca yöre halkı, konuyla ilgili olarak etkin biçimde eğitilmeli ve bilinçlendirilmelidir. Ulaşım akışını gereksiz oranda artıracak teknolojik müdahaleden kaçınılmalıdır. Konaklama kapasitesi dahil, fizik yapı sübvansiyonları, standarda uygun altyapı koşullarına bağlanmalı, denetimiyle ilgili personel eğitilmeli, bunların gerçekten amaca uygun olarak kullanılıp kullanılmadıkları denetlenmelidir. Bölgede her türlü ilaçlama uygulamaları denetlenmeli, böcek ve sinek ilaçlamasına gerek bırakmayan mücadele yöntemlerine ağırlık verilmelidir. Turistik bölgelerdeki sanayi denetiminde sit alanlarının, tarihi bölgelerin, doğal varlıkların korunmasına yönelik çevresel etki değerlendirmesi ve projeksiyonlar çok dikkatli bir şekilde yapılmalı, hava, su ve toprak kirliliği kesinlikle önlenmelidir. Yöre halkının, bölgenin tüm doğal ve tarihi varlıklarını sahiplenmesini sağlayacak düzenlemelere ağırlık verilmelidir. Her türlü avlanma denetlenmeli ve kontrol altına alınmalıdır. Özellikle yerli turist akımının azaltılmasına yönelik olarak tatil düzenleme ve özendirmeleri önemli bir seçenek olarak ele alınmalıdır. Ayrıca açılacak tanıtım kampanyalarında yabancı turist akımını da değişik mevsimlere yayabilecek öğelere ağırlık verilmelidir. Turistik tesisler mevsim dışı kullanıma da olanak verecek özellikte yapılmalıdır. Turizm çalışanlarının barınma ve yaşama koşulları bir iş sağlığı ve turizm sağlığı sorunu olarak ele alınmalıdır” (Güler, 2001:25).

TURİZMDE ÇEVRE YÖNETİMİ

Çevre konusundaki duyarlılık, çevrenin kirletilmesine yol açan endüstrilerle doğrudan ilgilidir. 1980’li ve 1990’lı yıllar boyunca, çevresel baskılar birçok endüstriyi etkilemeye ve bu endüstrileri önlemler almaya yöneltmiştir. Çevresel duyarlılığın artması, sadece üretim sürecinde bir kirletici faktör olarak ortaya çıkan ürün ile ilgili değil, bizzatıhi üretim sürecinin kendisi ve üretim sürecinin girdileri ile de ilgilidir. Bu bağlamda, çevresel etkiler açısından, üretim sürecinin tümünü denetleyecek ve kontrol edecek süreçlerin oluşturulması gerekmektedir. Çevre yönetimi sistemleri işte böyle bir gereklilikten ortaya çıkmıştır.

Çevre yönetimi; çevresel etki (estetik, kültürel, ekolojik ve toplumsal), sürdürülebilirlik, kaynak yönetimi ve kirlilik gibi birçok süreci kapsayan bir terimdir. Dolayısıyla, başarılı bir çevre yönetimi sistemi içinde, yukarıda sayılan tüm süreçlerin yer alması gerekmektedir.

Çevre yönetimi, bir ekonomik faaliyetin çevresel etkilerinin tespit ve kontrol edilerek bu etkilerin sınırlandırılmasını ve mümkünse ortadan kaldırılmasını hedefler.



Turizmde çevre yönetim sisteminin işlevini tartışınız.

Kirk (1995, 1996) çevre yönetimi açısından, sürdürülebilirlik kavramının yanında, çevre yönetiminin, bir eylemler hiyerarşisi olduğunu belirtir. Bu bağlamda, yerel düzeyde uygulanacak bir çevre yönetimi programı mutlaka yerel, bölgesel, ulusal ve küresel düzeydeki politika ve eylemlerle uyumlu bir ilişki içinde olmalıdır. Aşağıda, politikalar ve eylemler hiyerarşisinin aşamaları gösterilmiştir:

- Küresel çevre politikaları,
- Ulusal çevre politikaları,
- İş sahiplerinin (endüstriler) sorumluluğu,
- Yerel eylemler (Kirk, 1995:4).

Kirk'e göre çevresel sorunlar, ancak bu hiyerarşik olarak tanımlanmış sistem içinde çözümlenebilir. Bu hiyerarşik sistem, daha somut olarak şu şekilde ifade edilebilir.

- Uluslararası anlaşmalar,
- Uluslararası ve ulusal hukuk,
- Ulusal yerel politikalar,
- Ulusal yerel baskı grupları,
- Şirket ve/veya grup politikaları ve eylemleri,
- Bireysel eylemler (Kirk, 1996:5).

Dolayısıyla, yerel düzeyde başarılı olarak uygulanacak çevre yönetimi programlarının, küresel ve ulusal düzeydeki çevre politikaları ile uyumlu olması ve iş sahiplerinin sorumluluk duygusu içinde bu politikaları kendi işletmelerinde uygulaması gerekmektedir (Tuna, 2007).

Çevre yönetimi kavramı ile sürdürülebilirlik kavramı yakından ilgilidir. Çevre yönetimi, geniş kapsamlı olarak fiziksel kaynakların sürdürülebilirliği, biyolojik koruma sistemleri, bitki ve hayvan türleri, doğal habitatlar ile toplumların ve kültürlerin korunmasını kapsayan "sürdürülebilir kalkınmayı" içerir.

Daha somut olarak çevre yönetimine bakıldığında, çevre yönetiminin bazı genel ilkelerinden söz etmek olasıdır. Çevre yönetiminin ilkeleri şunlardır:

- Çevre politikasının formüle edilmesi,
- İşletme (kurum) içinde bulunanların tümünün çevre yönetimi sistemine en yüksek katılımının sağlanması,
- Sürekli bir çevresel gözden geçirme süreci,
- İşletme (kurum) içinde görev ve sorumlulukların belirlenmesi,
- Çevresel etkilerin belirlenmesi,
- Hedef ve amaçların belirlenmesi,
- Yönetim sisteminin oluşturulması,
- Periyodik olarak çevresel programa uyumun izlenmesi,
- Başarının izlenmesi ve kontrolü (Kirk, 1995:4).

Bu standartlar British Standart BS 7750 (*Environmental Management Systems*) tarafından oluşturulmuştur ve ISO 9000 standartlarına uygundur.

Turizm açısından çevre yönetiminin gerekliliği, artık tartışma gündeminden çıkmış, bir zorunluluk haline gelmiştir. Özellikle ABD ve Avrupa ülkelerindeki turistik işletmelerde, çevre yönetimi sistemi uygulamaları, gittikçe yaygınlaşmaktadır. Çevre yönetimi sistemlerinin yaygınlaşmasının birçok nedeni vardır. Öncelikle, çevre yönetimi sistemi uygulayan ve çevreye karşı daha duyarlı olan turistik işletmeler, müşteri tercihlerinde daha önceliklidir. Ayrıca, çevre yönetimi sisteminin

uygulanması, orta ve uzun vadede, işletmenin birçok alanda tasarruf etmesini sağlayarak karlılığı artırmaktadır. Bunun yanında, çevre yönetimi konusunda giderek artan, kamusal düzenlemelerin etkisini de belirtmek gerekir (Enz ve Signav, 1999:72; Kirk, 1996:5).

Turizm işletmelerinde çevre yönetimi sistemlerinin kurulması ve bu sistemlerin unsurlarına daha ayrıntılı olarak bakılması durumunda, su yönetimi, enerji yönetimi atık yönetimi, gürültü kirliliğinin yönetimi ve satın alma yönetimi gibi alt sistemlerden söz etmek olasıdır.

Su Yönetimi

Su, yaşamın tüm alanlarında olduğu gibi, turistik konaklama işletmelerinin de temel girdilerinden birisini oluşturmaktadır. Gittikçe azalan bir kaynak haline gelen ve pahalılaşan su, bütün otellerin temel gereksinimlerindendir. Oteller için temel gereksinim olan suyun sağlanması, farklı bölgelerde, farklılıklar gösterebilir. Bu bağlamda, turistik işletmelerde suyun sağlanması kadar, sağlanan suyun tüketimi ve tüketiminin yönetilmesi de büyük bir önem taşımaktadır. Su tüketiminin yönetimi ve suyun kalitesi, birçok nedenden dolayı önemlidir. Bu nedenler:

- Atık su, kıt kaynakları azaltır ve otellerde parasal harcamalara yol açar.
- Atık sıcak su yalnızca su değil, aynı zamanda enerji de harcar.
- Düşük kalitede su kullanımı, çalışan ve müşterilere yönelik sağlık risklerini ortaya çıkarabilir.
- Düşük kalitede su kullanımı, altyapı araçları üzerinde aşındırıcı etkiler yaparak bu araçların ömrünü azaltır, dolayısıyla maliyetlerini artırabilir.
- Kirlenmiş atık su, atık bölgeleri üzerindeki yükü artırır ve diğerlerinin su temini tehlikeye sokabilir.

Türkiye’de otellerin çoğu, kullandıkları suyu belediyelerden satın alırlar. Bazı uzak alanlarda, oteller sularını kuyu kazarak sağlayabilirler. Suyun kıt olduğu yerlerde, yağmur suyu tanklarda biriktirilerek kullanılabilir.

Binalarda, suyun temini farklı türden suların kullanılması için planlanmıştır. Otellerde suyun kullanıldığı başlıca alanlar, içmek için soğuk su, banyo için sıcak ve soğuk su, tuvalet için soğuk su, ısıtma için sıcak su dolaşımı, havanın soğutulması için soğutulmuş suyun dolaşımı, mutfak ve çamaşırhane için sıcak ve soğuk su ve yangın söndürme suyudur. (Kirk, 1996:35).

Otellerin farklı birimlerinde kullanılan suların, kalitesi de farklı olabilir. Mutfak, çamaşırhane ve diğer birimlerde temizlik için ve bahçe sulamada kullanılan suyun kalitesi, içme suyu kalitesinde olmayabilir. Otel yönetimleri su kullanımını, tasarruflu ve olabildiğince yeniden kullanımını sağlayacak bir şekilde planlamalıdır.

Su Kalitesinin Artırılması

Otellerde kullanılmadan önce, suyun kullanılabilir hale gelmesi için ıslah edilmesi gerekir. Bu ıslah işlemleri, ticari şirketler tarafından yapılabilir. Su kalitesi; kimyasal, bakteriyolojik terimlerle tanımlanabilir. Talep edilen kalite, suyun gerçek anlamdaki kullanımı ile ilgilidir. Eğer ekonomik sebepler ve suyun içindeki kimyasal maddelerin miktarının azaltılması hedefleniyorsa düşük kaliteli suyun tuvaletlerde, bahçe sulamasında ve benzeri yerlerde kullanılması mümkündür. Bu durumda, kullanılan suyun fiziksel izolasyonunun iyi bir şekilde yapılması ve içilebilir olmadığının açık bir şekilde belirtilmesi gerekmektedir.

İşletmelerde çevre yönetimi sistemi kurmak, sanılanın aksine yüksek parasal kaynak gerektiren bir yatırım değildir. Çevre yönetiminin ilk aşaması, çalışanların eğitimidir. Bu sistemin uygulanması, otellerdeki su, enerji, yiyecek, ağaç, plastik kullanımını azaltarak giderlerden tasarruf edilmesine ve turizm endüstrisindeki şirketlerin kazançlarının artmasına imkan sağlar.

Ham suyun bilinen en iyi ıslah yöntemleri şunlardır:

- Koku, tat ve katı maddelerden arındırılması için süzülmesi, (filtrasyon)
- Bakteri içeren organik maddelerden arındırılması için biyolojik, (oksidasyon)
- Tat, koku, asitler, magnezyum ve demirin atılmasıdır.

Enerji Yönetimi

Otellerin çevre yönetimi ile ilgili alanlardan bir tanesi de “enerji yönetimidir”. Otel-ler; endüstriyel kuruluşlardan, doğal olarak havalandırılan ofislerden ve okullardan daha fazla enerji tüketirler. Enerji yönetiminin temel ilkesi otelin tükettiği enerji mik-tarını ve maliyetini azaltırken müşterilerin otelin konforu konusunda herhangi bir azalma hissetmelerini engellemektir. Örnek olarak müşterilerin her gün temiz havlu ihtiya-çları olup olmadığı seçimi verilerek, enerji harcamaları azaltılabilir.

Enerji birtakım ölçümler aracılığıyla korunabilir:

- Kullanılan enerji kaynağının karışımının yeniden incelenmesi,
- Enerji temin eden şirketler ile tarifelerin veya anlaşmaların incelenmesi,
- Enerji tüketimini azaltabilen pratik uygulamaların çalışanlara öğretilmesi,
- Enerji tüketimini azaltmak için ekipman, bölge ve binaya yapılan yatırımla-rın programlanması (Kirk, 1996:48).

Enerji Yönetimi Programı

Enerji yönetiminin temel ilkesi, otel içerisindeki enerjinin kullanımından sorumlu bir kişinin veya bir grubun, enerji kullanımının ve yönetiminin sorumluluğunu üst-lenmesidir. Büyük otellerde, bütün çevre yönetimi programlarından sorumlu bir müdür vardır. Bunun yanında, kullanılan enerjinin hesaplanması, profesyonel bir enerji yönetim programının en önemli ve ilk adımıdır. Amaç, bütün binanın harca-yabileceği, en uygun enerji miktarının belirlenmesidir. Göreli olarak bu çalışma, otelin tamamı için kolaydır fakat bölümlere göre ayrıntılı bir program yapılmak is-tendiğinde, daha fazla yatırımın ve planlamanın yapılmasını gerektirmektedir.

Enerjinin hesaplanması şunları içermelidir:

- Beş yıldan daha fazla bir süre için, enerji tüketimi ve harcama bilgisi,
- Enerji tüketimini göstermek için, gündüz, gece ve hafta sonu kullanılan enerji sıklığını gösteren bir sayaç,
- Ömür süresi, güç yükleme ve çalışma kayıtları ile birlikte kullanım sıklığı ve-rilerini gösteren enerji tüketim ekipmanlarının envanteri.

Enerji tüketiminin yüksek olduğu mutfak, çamaşırhane ve benzeri alanlarda enerji tüketen çeşitli cihazlar için ayrı sayaçların kullanılması, tüketilen enerji mik-tarının ve maliyetinin belirlenmesini kolaylaştırır. Maliyeti yüksek olan bu tür bir uygulama, enerji tüketimi hakkında gereken verileri sağlar ve uzun vadede kazanç getirir. Avantajları ise şunlardır:

- Kesin enerji tüketiminin hesaplanması,
- Soğutucu, ısıtıcı ve havalandırma cihazları gibi fazla enerji tüketen cihazla-rın uygun şekilde düzenlenmesi,
- Atık ve eksikliklerin izlenmesi olanağı,
- Bina içerisinde kaybolabilecek enerjinin kısa bir zaman içerisinde geri bildirimi,
- Otelin farklı bölümlerinde yöneticilerin yetki ve sorumluluklarının artırılması,
- Yatırım projelerinin fizibilitesinin belirlenmesi ve bağlantıların yapılmasın-dan sonraki kazançları,
- Kamusal yarar sağlayan ölçümlerin ve dağıtımın kontrolü,

- Yeniden düzenlenen veya uygun hacme getirilen ekipmanların kontrolü,
- Enerji uzmanları ve planlayıcıları için, tüketim bilgilerinin sağlanması (Kirk, 1996:54).

Otellerdeki enerji tüketimi, otelin tipine, hacmine, yapım yöntemine, iklimsel faktörlere ve coğrafi konumuna bağlıdır. Bu faktörlere bağlı olarak, oteller kendilerine en uygun enerji ve enerji yönetimi sistemini kurarak, enerji kullanımını ve yönetimini günlük, haftalık ve aylık olmak üzere düzenli aralıklarla izlemeli ve sistemin işleyişini kontrol etmelidir.

Turizm işletmelerinde sürdürülebilirliğin sağlanması açısından çevre yönetiminin en dikkat çekici boyutları su yönetimi, enerji yönetimi ve katı atık yönetimidir.

Katı Atıklar ve Atık Yönetimi

Son yıllarda geri dönüşüme yönelik bir eğilim olmasına rağmen, hızla artan tüketime bağlı olarak atıkların miktarı da gittikçe artmaktadır. Atıklar; yaşamımız, sağlığımız, çevre, iş ve ulusal ekonomi açısından zarar verici ve tehdit edici boyutlar kazanabilir. Dolayısıyla atıkların azaltılması veya yönetimi her bir ticari kuruluşun göz önünde bulundurması gereken bir faktördür.

Atıkların elden çıkarılması ile atıkların miktarının (üretiminin) mümkün olduğunca azaltılması birbirinden farklı şeylerdir. Atık miktarının mümkün olduğunca azaltılması, yalnızca kaynakları koruduğu için değil, aynı zamanda ciddi anlamda işletme giderlerinde tasarruf sağladığı için mümkün olduğunca öncelikli sırayı almalıdır. Atık miktarı mutlak anlamda en aza indirildiği zaman, elden çıkarılması sorunu ele alınmalıdır.

Bahsedildiği anlamda atık yönetimi, işleme, satın alma politikaları, stok kontrolü ve üretim planlama aşamaları ile birlikte, etkili olan bir süreçtir. Duyarlı bir atık yönetim politikası, bütün kaynakların değerini artırarak, atıkların uzaklaştırılmasından kaynaklanan işletme giderlerinin azaltılmasını hedefler. Atık miktarı en aza indirildiğinde hem işletmenin kazancı artacak hem de atık toplama alanlarına duyulan ihtiyaç azalacaktır (Kirk, 1995:102).

Atık yönetimi bir kuruluş içinde çalışanların ürün ve hizmetleri planlayan ve üretenlerin sorumluluğundadır. Atık yönetimi hiyerarşisinde, en verimli olan atık yönetimi yöntemi, atıkların azaltılmasıdır. Atıklar azaltılarak ortaya daha az atık çıkması sağlanır ve böylelikle, atıkların bir alanda toplanması yönetimi daha kolay hale gelir. Atık yönetimi, atıkların toplanması, uzaklaştırılması ve depolanmasından kaynaklanan zaman tüketimini ve parasal maliyetleri azaltır. Çünkü atıkların depolanması ve uzaklaştırılması sırasında, çevresel kirliliğin yanı sıra artı bir maliyet de ortaya çıkar. Atıkların yakılması yöntemi ise depolama maliyetlerini düşürmekle birlikte, hava kirliliği gibi, başka bir çevresel maliyetin kaynağını oluşturur. Geri dönüşüm yöntemi, daha önce sayılan iki yöntemden daha verimli bir atık yönetimi yöntemidir. Daha az finansal ve çevresel maliyet gerektirir. Yeniden kullanım, daha önce sayılan atık yönetimi sistemlerinin en verimlisi olup atıkların taşıdığı ekonomik değerlerin yeniden ekonomiye kazandırılmasını, dolayısıyla bu değerlerin tasarruf edilmesini sağlar. Çevresel maliyeti de azdır. Ancak en verimli atık yönetimi sistemi, atıkların en aza indirilmesi yöntemidir. Bu yöntemde, atıkların toplanması, uzaklaştırılması ve depolanmasından kaynaklanacak tüm harcamalar en aza indirilmiş olur. Ayrıca, atıkların toplanması, uzaklaştırılması ve depolanması sırasında ortaya çıkacak çevresel maliyetler de en aza indirilmiş olur.

Atıkların en aza indirilmesi ve geri dönüşümü en iyi ekonomik kazancı sağlar fakat buna rağmen, bazı atıklar ortaya çıkmaya devam edecektir. Mümkün olduğu yerlerde, bazı atıkların kullanım değeri düşük de olsa tekrar kullanılması sağlanmalıdır. Tekrar kullanılması mümkün olmayan materyaller, geri dönüşüm için toplanmalıdır. Enerji değeri olan materyaller ise enerji üretimi veya ısı elde etmek

amacıyla yakılabilir. Bunların hiçbiri mümkün değilse söz konusu materyaller, atık alanlarına uygun bir şekilde bırakılmalıdır. Materyallerin değerinin kaybolduğu ve atık alanlarının dolmasıyla, çevreye çifte olumsuz etkiye bulunan bu yöntemi en az tercih edilen alternatif yaklaşımdır. Bir otel işletmesi hangi yöntemi seçmiş olursa olsun, atık materyallerin elden çıkarılma metodunun şartlarına uygun bir şekilde, yasal olarak yapıldığına emin olmak zorundadır (Kirk, 1995:103).

Atık Denetimi

Atık yönetimi, otel içerisinde atık ürünlerin türü ve miktarının belirlendiği atık denetimi ile başlamalıdır. Atıkların nasıl ve hangi yöntemlerle toplandığını, uzaklaştırıldığını ve depolandığını gösteren bir tablo hazırlanarak satın alma ve yeniden kullanım potansiyeli kayıt edilmelidir.

Atık yönetim programı şunları göz önünde bulundurmalıdır:

- Aşırı, bozuk satın alım, düşük stok yönetimi ve yanlış üretimi engelleyerek atıkların miktarını azaltmak,
- Eşyaların gereğinden fazla paketlenmesi sonucunda oluşan atıkları azaltmak ve üreticilere yeniden kullanımı daha az olan ürünlerin kullanılmaması yönünde teşviklerde bulunmak,
- Aynı veya farklı amaçlar için eşyaların orijinal biçimleriyle tekrar kullanılması,
- Birçok materyalin, pazarın taleplerini karşılayacak biçimde dönüştürülmesinin sağlanması (Kirk, 1995:105).

Ürün Satın-Alımı

Ürün satın alma politikasının çevresel yönetime oldukça önemli bir katkısı olduğu anlaşılmıştır. Çünkü satın alınan ürünlerin kalitesinin ve birtakım özelliklerinin (paketlenme, atık yapma vs.) işletmelerin geri dönüşüm ve atıkların elden çıkarılması süreçlerine doğrudan bir etkisi vardır.

Uygun bir satın alma politikası ile sürdürülebilir bir turistik işletme yönetimi sağlamak mümkündür.

SIRA SİZDE



3

Satın alma politikası, çevresel açıdan sürdürülebilir bir otel yönetimi sağlanmasına nasıl katkıda bulunabilir?

Satın alma ilkeleri:

- Yalnızca gerekli olanı satın almak,
- Kusurlu materyalleri azaltmak için uygun kalitedeki materyalleri satın almak,
- Mümkün olduğu yerlerde, yerli işletmelerden alışveriş yaparak ulaşım sorununu azaltmak,
- Uygun miktarlarda alışveriş yapma (az satın alma, nakil maliyetlerini artırırken çok almak ürünlerin bozulmasına ve stokta kalmasına yol açar),
- Enerji yeterliliğini sağlamaya yönelik alışveriş yapmak,
- Geri dönüşümü mümkün olabilen ürünleri satın almak,
- Geri dönüşümü mümkün olan ürünlerden imal edilmiş ürünleri satın almak,
- Satın almak yerine kiralamak,
- Bayilerce yapılacak abartmalardan ve reklamlardan kaçınmak,
- Mümkün olduğunca atılan ürünlerin kullanımını engellemek,
- Paketlemeyi en aza indirecek ürünleri tercih etmek.

Gürültü Kirliliği ve Yönetimi

Gürültü, toplumların gelişmesi sonucunda oluşan sanayileşme, trafik, nüfus artışı ve diğer insan etkinlikleri sonucunda ortaya çıkan bir durumdur. Gürültü; toprak,

Gürültü kirliliği turizmin gelişimi sonucu ortaya çıkan ve insan sağlığını etkileyen olumsuz çevresel etkilerden birisidir.

hava ve su kirlenmesi kadar, çevreselde bir sorundur. Kentsel mekanlarda ve yarpay çevrelerde yaşayan insanlar, sürekli bir gürültü ile kuşatılmışlardır. Dolayısıyla gürültüyü, insanları rahatsız eden, öfkeliendiren bir etken olarak tanımlayabiliriz. Gürültü kirliliği, iş yerindeki gürültüden, eğlence yerlerindeki (müzik) gürültüye kadar farklılıklar gösterir.

İŞLETME YÖNETİMİ

Çevre yönetimi açısından öncelikle, sağlam bir planlama ile atıkların oluşumunun engellenmesi gerekmektedir. Atık denetimiyle, atıkların üretildiği şekil ve üretildiği alanlar belirlenmelidir. Atık ürettiği tespit edilen işlemlerin belirlenip atıkları minimize edecek hale getirilmesi gereklidir. Atıkların çoğunun, elden çıkarılması gereken atık materyallerden oluştuğu kanıtlanmıştır. Bazı maddeler kullanılırken atıkların oluştuğu görünmeyebilir. Bu durum temizlik maddelerinde sıkça görülür. Amaç temizlik yapmakken sonuçta bir sürü atık oluşur. Deterjanla temizlik yapılırken su kullanımına gereksinim vardır. Temizlik sonrasında arta kalan su atık sudur ve bu suyun ıslah edilmesi oldukça maliyetlidir, ayrıca deterjanlı olduğundan sucul yaşamı tahrip eder. Aynı şekilde, gıda maddelerinin de toplu bir şekilde diğer atıklarla atılması, hem gıda hem de para kaybına yol açar ve atık suyun artmasına yol açar.

Diğer modern işletmeler gibi oteller de büyük miktarlarda kağıt harcarlar. Kağıtların geri kazanımı akla gelen ilk çözüm yolu olarak görünse de yapılması gereken, kağıt tüketimini mümkün olduğunca azaltmaktır. Kağıt tüketiminin kayıt altına alınarak tüketiminin sınırlandırılması bir çözüm olabilir. Bu yolla, tüketilen kağıt miktarı azaltılabilir. Her bölüme, büyüklüğüne ve gereksinim duyulan kağıt türüne göre, kağıt verilmeli veya mümkünse kağıtların çift yönlü kullanılması sağlanmalıdır. Kağıt tüketimini azaltan bir diğer yöntem de çalışanlara yönelik olarak yazı tahtalarının kullanılmasıdır. Bugün birçok şirket, yazılı iletişim yerine elektronik posta kullanımını tercih etmekte ve bu yolla hem iletişim kolaylaşmakta hem de böylelikle kağıt tüketimini azaltmaktadır.

Müşterilerine sabun, şampuan ve deterjan sağlayan bazı otellerin, kullanımdan arta kalan bu maddeleri, yeniden kullanması zor olduğundan, bunları bazı vakıflara (hayır kuruluşlarına) bağışlayabilir veya müşterilerin gereksinim duyacakları kadar temizlik maddelerini dağıtarak atık oluşmasını engelleyebilirler. Ayrıca, otellerin gereksinim duymadığı mobilyalar gibi eşyaların eğer içinde ahşap malzeme varsa ya mobilya firmalarına satılması ya da vakıflara verilerek yeniden kullanım değeri kazanması sağlanabilir.

ÇEVRE YÖNETİMİ SİSTEMİNİN KURULMASI

Çevresel konular, birçok karşılıklı etkileşimi içeren, karmaşık ve çoğunlukla neden ve sonuçlarının gözle görülmesi zor olan konulardır. Bu karmaşıklığı anlamak için, çevreyi bir sistem olarak ele almak gerekmektedir. Çok basit olarak bir sistem, üç temel unsuru olan bir organizasyon olarak ele alınabilir; girdiler, çıktılar ve girdileri çıktıları dönüşürecek olan sistemin kendisi.

Çevre yönetimi organizasyonu, çevreyi korumak için birçok sorumluluk içerir. Bu sistemin oluşturulması, bir çevre koruma politikasının satın alınmasını ve çevre korumayı sağlayacak organizasyonun varlığını gerekli kılar. Çevreye duyarlı ve uyumlu bir organizasyon; sistem içinde oluşan etkileşimleri kontrol edecek ve çevresel etkilere karşı duyarlı olacaktır.

Bir çevre yönetim sisteminin kurulması ve uygulanabilmesi için, özel olarak bu iş ile görevli bir grubun olması, bu grubun programın başlatılmasını sağlaması ve uygulamasında görev alacak tüm çalışanlara planı anlatması gerekir. Bu grup, uygun bir kültür (eğitim) ve yapıyı gerektirmektedir. Bu grup bir komite olabilir, çalışma grubu olabilir ya da problem çözme grubu olabilir.

Bir çevre yönetim sisteminin kurulmasının ilk aşaması, çevre politikasının belirlenmesidir.

Çevre yönetimi sisteminin turistik işletmelerde kurulması söz konusu olduğunda; öncelikle, turistik işletmelerin, birçok grup insanın iç içe yer aldığı bir ilişkiler ağı olduğunu belirtmek gerekir. Turistik işletmeler, sadece çalışanları değil, müşterileri, otele mal hizmet sağlayanları, finansörleri, yerel toplum gruplarını, yerel ve ulusal düzeyde çevre politikalarının uygulanması ve denetlenmesinden sorumlu olan birçok devlet görevlisini de kapsayan bir sistem içinde yer alırlar. Tüm bu insanların, çevresel konularda değişebilmesi için, değişimin gerisindeki nedenleri kabul etmiş olmaları gerekir. Bununla birlikte, çevresel konulardaki ve çevre programının uygulanması konusundaki desteğin, organizasyonun en tepesinden gelmesi çok önemlidir (Kirk, 1996:19).

Bir işletmede çevre yönetimi sistemi kurulmasının ilk aşaması, bu işletmenin bir çevre politikasına sahip olmasıdır. Çevre politikasının ilk aşaması ise çevre politikasına sahip olan organizasyonun, çevre yönetimi sistemini istemesidir. Bir işletmenin çevre politikasının olması, belirlenen hedeflere ulaşmak konusunda net bir niyet belli eder. Bu politika, çevre yönetimi uygulamasının, pazarlama, satış da dahil olmak üzere sistemin bütün boyutlarını kapsamaludur (Kirk, 1996:20).

ÇEVRESEL ETKİ DEĞERLENDİRME

Çevresel Etki Değerlendirme (ÇED) doğal olarak pro-aktif ve engelleyici olmalıdır. Çevresel etki değerlendirme, normal olarak bir üretim faaliyetinden önce gerçekleştirilen bir süreçtir. Değerlendirme, herhangi bir çevresel etkiye ilişkin bilginin toplanması ve analizini kapsar. Değerlendirme yöntemi, uygulaması planlanan projeden; fiziksel, toplumsal, ekonomik ve çevresel olarak etkilenen yerin planlanması sürecinde gerçekleştirilir.

Bir çevresel etki değerlendirme, gelişmenin yaratabileceği herhangi bir çevresel etkinin, yerel düzeyde ve küresel düzeydeki etkilerinin belirlenmesini gerektirir (Kirk, 1996:22). Gerçek bir operasyon için çevresel etki değerlendirme, ön çevresel izleme olarak değerlendirilebilir. Bir şirket bir eylem planı ortaya koymadan önce, eylem planında yer alan eylemlerin muhtemel sonuçlarını içeren temel standartları ortaya koymak zorundadır. Bir çevresel etki değerlendirme, şirketin var olan çevresel performansını değerlendirecek ve kısa, orta ve uzun vadeli önceliklerinin belirlenmesine yardımcı olacaktır. Ön çevresel izleme, en iyi teknik ve hukuk uzmanlarının yer alacağı çok disiplinli bir ekip tarafından gerçekleştirilir. Ön izleme, eğer bilgi toplama konusunda çok dar kapsamlı ve çok geniş kapsamlı olmayacak ve bazı anahtar noktaları göz ardı etmeyecekse planlama boyunca devam etmelidir.

TÜRKİYE'DE EKO-TURİZM

Ekolojik turizm kavramı, ilk kez 1980'lerin başlarında kullanılmış ve batı kökenli bir kavram olmasına rağmen, ülkemizde kavramsal düzeyde tanınması ve uygulama alanına girmesi gecikmemiştir. Ancak bu kavramın turizm sektörü tarafından yeterince tanınması ve yaygın olarak uygulanması, henüz çok fazla mümkün olmamıştır. Halbuki ülkemiz, bir yandan sahip olduğu doğal güzellikler itibarıyla, ekolojik turizme çok uygun iken diğer yandan, bu doğal kaynakların sürdürülebilir bir şekilde ekonomik değere dönüştürülebilmesi açısından, eko-turizm en uygun ekonomik kalkınma yolu olarak düşünülebilir (Bal, 2002). Eko-turizm, doğal ve kırsal alanlarda, doğal ve kültürel mirasın korunmasında önemli katkısı olabilecek bir turizm türüdür. Kaynakların korunarak kullanılması amaçlanırken yeni kaynakların kullanıma açılması yerine, öncelikle kullanılmış alanların değerlendirilmesi ve yeni kaynakların kullanımının en aza indirilmesi bu olguda temel ilkedir (Bakırcı, 2002).

Türkiye eko-turizm potansiyeli açısından, çok önemli olanaklara sahiptir.

Türkiye'nin eko-turizm potansiyeli nedir? Tartışınız.

SIRA SİZDE

Eko-turizm, giderek artan ölçüde, ülkemizin turizm politikalarında, yer almaktadır. Nisan 2002'de Ankara'da toplanan III. Turizm Şurasında, Eko-turizm bir ana başlık altında incelenmiş ve bu konuda çok sayıda bildiri sunulmuştur. Sunulan bildirilerde eko-turizmin ülkemizdeki ve dünyadaki konumu, geleceği, uygulama alanları, (Çağatay ve diğ., 2002; Öztürk, 2002) sorunları, yasal ve yönetsel çerçevesi, (Nurlu ve Erdem, 2002) planlanması, (Atabay, 2002) altyapı sorunları, (Işıkcı, 2002) ekolojik ve biyolojik çeşitlilik boyutu (Bal, 2002; Karaman, 2002) ve turizmin çeşitlendirilmesi bağlamında eko-turizm (Altıparmak, 2002) gibi değişik boyutları tartışılmıştır. Söz konusu turizm şurasında, ülkemizin eko-turizm açısından çok zengin bir potansiyele sahip olduğunun altı çizilmiştir.

Dünyadaki hızlı, ekonomik, siyasal, teknolojik gelişmelere paralel olarak turizm tüketim kalıplarında da son yıllarda önemli değişimler gözlenmektedir. Giderek lüks turizm hareketlerine katılım azalmakta, alışılmış turizm merkezlerinden uzaklaşma yönünde bir eğilim yaşanmaktadır. Zamanla daha da belirginleşen, yeni tip turistlerin beklentileri, "deniz, kum ve güneş" üçgeninden uzak, doğa ile iç içe, abartılı olmayan tesislerde iyi bir oda, iyi hizmet ve tüm bunların başında bozulmamış ve temiz bir çevrede aktif bir tatil olarak özetlenebilir (Tuna, 2012).

Bu yeni turizm anlayışı, en fazla kazanç sağlamak isteyen kitle turizmi yerine, bireysel veya daha küçük gruplar halinde gelecek turistleri çekmeyi, turizm aktivitesini daha uzun bir alana yaymayı, farklı mekanlara yaygınlaştırmayı tercih eder. Bu anlayış turizm alanlarında, kısa bir zaman diliminde çevreye büyük bir baskının yaratılmasını ve bu turizm alanlarının kalabalıklaşmasını önleyici bir niteliğe sahiptir.

Türkiye, arkeolojik ve kültürel zenginliklerinin yanı sıra, doğal değerler açısından da büyük zenginlik göstermektedir. İlgi çekici jeolojik yapısı ve iklim özellikleri ile binlerce bitki ve hayvan türleri ile Türkiye, çok yönlü bir potansiyel sergilemektedir.

Mevcut potansiyel ve yeni eğilimler de göz önüne alınarak yayla turizmi, av turizmi, trekking, rafting, sportif olta balıkçılığı, botanik turizmi, atlı doğa yürüyüşü gibi pek çok turizm aktivitesi yönündeki çalışmalar hız kazanmış ve sürdürülmektedir (Çağatay ve diğ., 2002; Bakırcı, 2002:244-246).

SONUÇ

Doğal, sosyo-kültürel ve kentsel çevre, turizmin temel varlık alanlarını oluşturmaktadır. Özellikle doğal çevre ve doğal kaynaklar, turizm açısından vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Kitle turizmi, doğal kaynakların sürdürülebilirliği açısından, son derece önemli riskler taşımaktadır. Buna karşın, sürdürülebilir bir turizm formu olan eko-turizm, kitle turizminin ortaya çıkardığı çevresel sorunları, ortadan kaldıracaktır. Sürdürülebilir bir turizm yapısı oluşturmak için, öncelikli olarak gerçekleştirilmesi gereken ise ulusal, bölgesel, yerel ve hatta işletme düzeyinde çevre yönetim sisteminin oluşturulmasıdır. Turizm açısından son derece önemli olan, doğal çevrenin korunması ve sürdürülebilirliği büyük bir önem taşımaktadır.

Tuna, Muammer. Turizm Çevre ve Toplum (Marmaris Örneği), Detay Yayınları, Ankara. (2007).



K İ T A P

Özet



Turizmin gelişmesinin çevresel boyutunu değerlendirmek.

Turizmin gelişmesiyle birlikte, turizmin geliştiği yörede birçok çevresel etki ortaya çıkar. Bu etkiler olumlu ve olumsuz olmakla birlikte, çoğunlukla olumsuz etkilerden söz edilmelidir. Turizmin gelişmesiyle birlikte, doğal alanlar bozulmaya, ormanlık alanlar azalmaya, deniz, göl ve sulak alanlar kirlenmeye ve bozulmaya başlar. Kırsal alanlar ve tarımsal alanlar, hızla kentsel alanlara dönüşmeye ve bozulmaya başlar. Değinen gelişmelerin sonucunda; tarım, hayvancılık, balıkçılık gibi toprağa ve denize bağlı olan geleneksel üretim biçimleri bozulmaya ve bu alanlardaki üretimler düşmeye başlar. Sonuç olarak doğal çevrede ortaya çıkan söz konusu değişimlerden turizm de etkilenir ve gerilemeye başlar.



Turizmin gelişmesinin çevresel etkilerini tanımlayabilmek.

Turizmin gelişmesiyle birlikte doğal çevrede bozulmalar görülür; toprak, deniz, göl ve sulak alanlar doğal niteliklerini yitirmeye başlar. Doğal çevre, kırsal ve tarımsal alanlar bozulmaya başlar. Turizmin gelişmesiyle birlikte doğal çevrede görülen ve yukarıda değinen değişimler bir bakıma kaçınılmazdır. Dolayısıyla, turizmin gelişmesiyle, ortaya çıkacak olan olumsuz çevresel etkiler göz önünde bulundurularak sürdürülebilir bir turizm politikası geliştirilmelidir.



Sürdürülebilir turizmin ne olduğu ifade etmek.

Sürdürülebilirlik, kaynakların özellikle, doğal kaynakların sadece bugünün kuşaklarının değil, geleceğin kuşaklarının da kullanımını sağlayacak şekilde, dikkatli özenli ve yeniden üretimini de sağlayacak bir şekilde kullanımını sağlamaktır. Turizm açısından sürdürülebilirlik ise turizm açısından, vazgeçilmez olan doğal kaynakların, bir defalık değil, uzun süre ve gelecek kuşakların da yararlanmasını sağlayacak bir şekilde kullanılmasını ifade etmektedir.



Eko-turizmin neden önemli olduğunu ifade etmek.

Eko-turizm bir sürdürülebilir turizm formu olup, özellikle doğal kaynakların korunarak kullanımı

ifade etmektedir. Daha somut olarak eko-turizm, turizm faaliyetlerinin ekolojik ilkelere uygun bir şekilde ve ormanlar, denizler, göller ve sulak alanlar gibi doğal kaynaklara zarar vermeyecek bir şekilde kullanımını ifade etmektedir. Eko-turizm, turizmin gelişimi açısından yeni bir turizm biçimi olup kitle turizminin doğal çevre üzerinde yarattığı yıkıcı etkileri ortadan kaldırmaya yönelik, alternatif bir turizm türü olarak ortaya çıkmıştır.



Turizm yaşam döngüsü modelinin ne olduğunu tanımlamak.

Turizm yaşam döngüsü modeli, bir turizm yöresinde, turizmin gelişme aşamalarını belirleyen bir açıklama modelidir. Turizm yaşam döngüsü modelinin aşamaları; başlangıç, gelişme, olgunluk, kısmi gerileme ve gerileme ya da yeniden canlanmadır. Turizm yaşam döngüsü modeli, bir yörede turizm ortaya çıktığı andan itibaren bir süre sonra gelişme açısından, olgunluk ya da doyum aşamasına ulaşacağını ve bu aşamadan sonra kısmi gerileme görüleceğini ifade eder. Eğer kısmi gerileme aşamasında gerekli yeniden canlandırma önlemleri alınmazsa turizm gerçek bir gerileme sürecine girer. Dolayısıyla turizmin sürdürülebilirliği açısından, turizm yaşam döngüsü modelinin ve turizm gelişiminin hangi aşamasında hangi önlemlerin alınacağını çok iyi bilmesi gerekmektedir.



Turizmde çevre yönetim sisteminin ne olduğunu değerlendirmek.

Turizmde çevre yönetim sistemi, sürdürülebilir bir turizm için son derece önemli olan ve bir turizm işletmesinde kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanımı için, nelerin ne şekilde yapılması gerektiğini ayrıntılı bir biçimde belirleyen bir eylem planıdır. Turizm çevre yönetim planı; işletme düzeyinde, yerel düzeyde ve bölgesel düzeyde belirlenmiş aşamaları olan entegre ve bütünsel bir plandır. Turizm çevre yönetim planının, farklı düzeylerde hazırlanmış bölümlerinin, birbiriyle uyumlu ve bütünleştirici olması temel ilkedir. Bununla birlikte, işletme düzeyindeki çevre yönetim planının ana unsurları, enerji yönetim sistemi, su yönetim sistemi ve atık yönetim sisteminden oluşur.

Kendimizi Sınayalım

1. Aşağıdakilerden hangisi turizmin çevresel boyutunu ifade etmektedir?

- Turizm doğal çevre üzerine kurulmuştur ve doğal çevreyi kullanarak üzerinde daha çok olumsuz etkiler yapar,
- Turizmin çevre üzerinde belirgin bir etkisi yoktur,
- Turizmin doğal çevre üzerindeki olumlu etkisi daha fazladır,
- Turizm çevreyi kullanmaz,
- Turizm ile çevre arasındaki ilişki tanımlanamaz.

2. Aşağıdakilerden hangisi turizmin doğal çevre üzerindeki etkilerinden biri **değildir**?

- Gürültü kirliliği,
- Deniz kirliliği,
- Tarımsal alanların bozulması,
- Kırsal alanların yok olması,
- Ormanlık alanların yok olması.

3. Aşağıdakilerden hangisi turizm ile çevre arasındaki ilişkileri **tanımlamamaktadır**?

- Turizm gelişiminin doğal çevre üzerinde daha çok olumsuz etkileri vardır,
- Turizm gelişiminin doğal çevre üzerinde olumlu etkileri de olabilir,
- Turizmin gelişmesi kentsel çevrenin yaygınlaşmasına yol açar,
- Turizmin gelişmesiyle özellikle kırsal çevrenin bozulmaya başladığı görülür,
- Turizmin gelişmesiyle birlikte, turizmin geliştiği alanlarda tarımın da geliştiği görülür.

4. Aşağıdakilerden hangisi sürdürülebilirlik kavramını tanımlamaktadır?

- Doğal kaynakların kullanılması,
- Kültürel kaynakların kullanılması,
- Kentsel kaynakların kullanılması,
- Özellikle doğal kaynakların gelecek kuşakların da kullanımını sağlayacak şekilde dikkatli ve özenli bir şekilde kullanılması,
- Daha fazla doğal kaynak kullanılması.

5. Aşağıdakilerden hangisi eko-turizm kavramını tanımlamaktadır?

- Eko-turizm ekonomik turizm demektir,
- Eko-turizm, ekolojik ilkelerin, turizm gelişiminde dikkate alınmasını ifade etmektedir,
- Eko-turizm ekonomik olarak yararlı turizm anlamına gelmektedir,
- Eko-turizm ekonomik olarak zararlı turizm anlamına gelmektedir,
- Eko-turizmin toplumsal çevre üzerinde olumsuz etkileri olabilir.

6. Aşağıdakilerden hangisi turizm yaşam döngüsü modelinin aşamalarından biri **değildir**?

- Başlangıç,
- Gelişme,
- Olgunluk,
- Gerileme ya da yeniden canlanma,
- Yok oluş.

7. Aşağıdakilerden hangisi, turizmde çevre yönetimi sisteminin ana unsurların birisi **değildir**?

- Enerji yönetimi,
- Su yönetimi,
- Atık yönetimi,
- Eğlence yönetimi,
- Satın alma yönetimi.

8. Aşağıdakilerden hangisi, turizmde çevre yönetiminin amaçlarından birisi **değildir**?

- Sürdürülebilir bir turizm işletmesi oluşturmak,
- Sürdürülebilir bir turizm yapısı oluşturmak,
- Kaynak kullanımını artırmak,
- Harcamalarda tasarruf sağlamak,
- Kaynak kullanımında tasarruf sağlamak.

9. Aşağıdakilerden hangisi çevresel etki değerlendirmeyi ifade etmektedir?

- Doğal kaynakların daha iyi kullanılmasını ifade eder,
- Çevresel kaynakların tasarruflu kullanılmasını ifade eder,
- Bir ekonomik faaliyetin olumlu ve olumsuz çevresel etkilerinin tespit edilerek olumsuz etkilerinin en az indirilmesini amaçlayan bir faaliyettir,
- Doğal süreçlere insan müdahalesini ifade eder,
- Doğal süreçlere insanların müdahale etmemesini ifade eder.

10. Aşağıdakilerden hangisi Türkiye'nin eko-turizm potansiyelini ifade eden örneklerden birisi **değildir**?

- Ormanlık alanlar,
- Göller ve sulak alanlar,
- Tarihsel ve kültürel değerler,
- Çöl ve kumul alanları,
- Kıyı alanları.

Kendimiz Sınavalım Yanıt Anahtarı

1. a Yanıtınız yanlış ise “Turizm ve Çevre” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
2. a Yanıtınız yanlış ise “Turizm ve Çevre” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
3. e Yanıtınız yanlış ise “Turizm ve Çevre” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
4. d Yanıtınız yanlış ise “Sürdürülebilirlik ve Eko-Turizm” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
5. b Yanıtınız yanlış ise “Sürdürülebilirlik ve Eko-Turizm” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
6. e Yanıtınız yanlış ise “Turistik Yerlerin Konumlarının Tanımlanması” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
7. d Yanıtınız yanlış ise “Turizmde Çevre Yönetimi” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
8. c Yanıtınız yanlış ise “Turizmde Çevre Yönetimi” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
9. c Yanıtınız yanlış ise “Çevresel Etki Değerlendirme” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
10. d Yanıtınız yanlış ise “Türkiye’de Eko-Turizm” konusunu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Turizm yaşam döngüsü modeli açısından, Türkiye’nin Doğu Akdeniz ve Batı Anadolu yöreleri değerlendirildiğinde, bu yörelerde yer alan birçok işletmenin, doğal kaynakların kullanımı ve doğal çevre üzerinde yarattığı etkiler açısından, artık olgunluk ya da doyumluk düzeyine ulaştığını belirtmek mümkündür. Dolayısıyla söz konusu yöreler için artık, yeniden canlandırmaya yönelik önlemlerin alınmasının zamanı gelmiş hatta geçmektedir. Bu önlemler öncelikle, turizm yapısının sürdürülebilir bir yapıya dönüştürülmesi, doğal çevreye mümkün olduğunca az zarar verecek önlemlerin alınması, hava, su, toprak kirliliğinin önüne geçilmesidir. Özellikle su kirliliğinin önüne geçilmesi için gerekli önlemler hızla alınmalıdır. Yukarıda değinilenlerden daha ileri düzeyde olmak üzere ulusal, bölgesel, yerel ve işletmeler düzeyinde çevre yönetim sistemleri geliştirilerek, derhal uygulanmaya başlanmalıdır.

Sıra Sizde 2

Turizmde çevre yönetim sistemi, turizmin sürdürülebilirliği açısından son derece büyük bir öneme sahiptir. Doğal kaynakların sürdürülebilir bir kullanımı ve turizm

sektörünün ekonomik anlamda daha uzun süre varlığını sürdürebilmesi ve katma değer yaratabilmesi için, çevre yönetim sistemi, turizm için zorunlu ve gereklidir. Ancak, Türkiye’de turizm işletmelerinde, çevre yönetim sisteminin önemi yeni yeni anlaşılmaya başlanmış ve bu bağlamda az sayıda turizm işletmesinde çevre yönetim sistemi kurulmuş, buna karşın, birçok işletmede çevre yönetim sistemi henüz kurulabilmiş değildir.

Sıra Sizde 3

Bir turizm işletmesinde satın alma politikası, çevre yönetim sisteminin önemli unsurlarından birisini oluşturmaktadır. Çevre yönetim sisteminin bir bileşeni olarak çevreye duyarlı bir satın alma politikası oluşturulmalıdır. Çevreye duyarlı bir satın alma politikasının gereği olarak satın alınan tüm ürünlerin, üretilmesi ve tüketilmesi sürecinde, çevreye duyarlı olup olmadığı temel bir ölçüt olarak belirlenmelidir. Çevreye duyarlı bir üretim ve tüketim sürecine sahip olan ürünlerin satın alınması tercih edilmeli ve böylelikle tedarikçilerin de çevreye duyarlı bir üretim sürecine yönlendirilmesi sağlanmalıdır. Somut olarak ifade etmek gerekirse çevreye duyarlı ürün, üretilmesi sürecinde doğaya zarar vermeyen ve tüketilmesi sürecinde ortaya atık çıkarmayan ya da mümkün olduğunca az atık ortaya çıkaran ve ortaya çıkan atığın geri dönüştürülebildiği üründür.

Sıra Sizde 4

Türkiye, eko-turizm potansiyeli açısından çok zengin olanaklara sahiptir. Eşsiz doğal güzellikleri, tarihsel ve kültürel değerleri eko-turizm açısından büyük olanaklar sunmaktadır. Dağlar, ormanlar, göller, sulak alanlar, kıyı alanları ve diğer kırsal alanlar doğa turizmi açısından önemli olanaklar sunarken Anadolu coğrafyasının birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış olması ve bu uygarlıklardan arda kalan kültürel değerler tarih ve kültür turizmi açısından çok önemli olanaklar sunmaktadır. Dolayısıyla, eko-turizm açısından Türkiye çok önemli olanaklara sahip olmasına rağmen, bu alanda yeterli düzeyde bir farkındalığın, bilinçlenmenin olmaması ve uygun bir turizm politikasının ve stratejisinin olmaması önemli eksiklikler olarak görünmektedir.

Yararlanılan Kaynaklar

- Altıparmak, M. (2002). Turizm Çeşitlendirilmesi, Sürdürülebilir Turizm ve Planlama, **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara
- Atabay, S. (2002). Ekolojik Yaklaşımlı Turizm Planlaması, **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara
- Akurgal, E. (1998). **Anadolu Uygarlıkları**, İstanbul.
- Baki, A. (1990). Turkey: Redeveloping Tourism, **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, 31 (2): 60-64.
- Bakırcı, M. (2002) Eko-Turizm, **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara.
- Bal, C. (2002). Biyoçeşitlilik ve Turizm, **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara
- Baykara, T. (1999). **Rakamlar Marmaris ve Yöresi**, Marmaris Ticaret Odası Yayını, Marmaris.
- Baykara, T. (2001). **Rakamlar Marmaris ve Yöresi-II**, Marmaris Ticaret Odası Yayını, Marmaris.
- Bean, G. E. (1987). **Karia**, Çev: B. Akgüç, İstanbul.
- Beck, U. (2000). Risk Society revisited: Theory, Politics and Research Programmes, **The Risk Society and Beyond: Critical Issues for Social Theory**, Ed: Barbara Adam, Ulrich Beck ve Loost Van Loon, Sage Publications, London.
- Benton, T. (2001). Environmental Sociology: Controversy and Continuity, **Sociologisk Tidsskrift**, 9:5-48.
- Benton, T. ve Craib, I. (2001). **Philosophy of Social Sciences: The Philosophical Foundations of Social Sciences**, Palgrave, Hampshire.
- Birkan, İ. (2001). **Sürdürülebilir Bir Turizm İçin Turizmde Vizyon**, Yıl: 1 Sayı:3 İstanbul.
- Ceylan, T. (1995). Sürdürülebilir Kalkınma, **Gelişme İktisadi**, Beta, İstanbul.
- Ceylan, T. (2001). Turizm ve Sürdürülebilir Gelişme, **Anatolia**, Yıl:12, Ankara.
- (CE) Commission of the European Communities, Directorate General XXIII-TourismUnit. (1993) **Taking Account of Environment in Tourism Development**, Bruxelles.
- Çağatay, O., Yurdaer, M. ve Kırış, R. (2002). Eko-Turizm için Mekansal ve Yerel Toplulukların Katılımının Planlanması (Akseki-ibradı Havzası Örneği), **II-I. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara
- Çevik, F. (1999). Sürdürülebilir Turizme Hizmet Eden Çevre Dostu Konaklama işletmelerindeki Çevreci Uygulamalar, **Standard**, Sayı:476, Yıl:40, İstanbul.
- Dindar, M. (2002). Turizm ve Çevre ilişkileri, **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara
- Enz, C. A. ve Signav, J. A. (1999). Best Hotel Environmental Practices, **Cornell Hotel And Restaurant Administration Quarterly**, 40(5): 72-77.
- Giddens, A. (1990). **The Consequences of Modernity**, Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. (1991). **Modernity and Self-Identity in the Late Modern Age**, Cambridge:
- Göymen, K. (2000). Tourism and Governance in Turkey, **Annals of Tourism Research**, 27(4): 1025-1048.
- Güvenç, B. (1979). **İnsan ve Kültür**, Remzi Kitapevi, İstanbul.
- Güvenç, B. (1992). **Türk Kimliği**, Kültür Bakanlığı Yayını, Ankara.
- Herodotos. (1973). **Herodot Tarihi**, Çev: M. Ökmen, İstanbul.
- Hildebrand, P. M. (1992). The European Community's Environmental Policy, 1957 to '1992': From Incidental Measures to an International Regime? **Environmental Politics**, 1(1): 13-43.
- Inforegio/panorama. (2002a). Sustainability - Holy Grail of Tourism in The 21. Century, **European Union Regional Policy, Cooperation Without Borders**, Office for official publications of the European Communities, Luxembourg. January, 2002/6
- Inforegio/panorama. (2002b). Tourism is Trump for Europe's Regions, **European Union Regional Policy, Cooperation Without Borders**, Office for official publications of the European Communities, Luxembourg. January, 2002/6
- Işıkcı, Yılmaz. (2002). "Türk Turizmde Altyapı ve Çevre" **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara
- Judge, D. (1992). A Green Dimension of the European Community, **Environmental Politics**, 1(1):1-9.
- KalDer, Türkiye Kalite Derneği, Müşteri Memnuniyeti Uzmanlık Grubu. (2000). **Müşteri Memnuniyeti Yönetimi**, Türkiye Kalite Derneği, İstanbul.

- Karaman, M. R. (2002). Eko-Turizm Yaklaşımında Verimli Toprakların Korunması ve Ekolojik Dengenin Önemi, **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara.
- Karamustafa, K. (2000). Marketing-Channel Relationships-Turkey's Resort Purveyors' Interactions with International Tour Operators, **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, 41(2): 21-31.
- Kirk, D. (1995). Environmental Management in Hotels, **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 7(6): 3-8.
- Kirk, D. (1996). **Environmental Management For Hotels: A Student's Handbook**, Butterworth Heinemann, Musselburgh.
- Korzay, M. (1994). Turkish Tourism Development, **Tourism: The State of the Art**, A. V. Seaton ve diğerleri (Ed.), ss. 85-99, Chichester: Wiley.
- Kozak, M. ve Rimmington, M. (2000). Tourist Satisfaction with Mallarco, Spain as an off-season Holiday Destination, **Journal of Travel Research**, 38(3): 260-269.
- Kuşluvan, Z. A. (1999). Eko-Turizm Kavramına Yapısal Yaklaşım ve Türkiye Açısından Bir Değerlendirme, **Turizmde Seçme Makaleler-31**, Tügev, İstanbul.
- Langar, R. (1999). **Turizm ve Seyahat Sosyolojisi**, İletişim Yayınları, İstanbul.
- McCormic, J. (1999). **Understanding The European Union, A Concise Introduction**, Mcmillan Press Ltd., London.
- Nurlu, E. Ve Erdem, Ü. (2002). Avrupa Birliği Kapsamında Turizm Sektöründe Çevresel Etki Değerlendirme, **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara.
- Önder, M. (1995). **Türkiye Müzeleri**, İş Bankası Kültür Yayınları. Ankara.
- Özdemir, M. (1998). **Turizmde Fiske Taşları**, Rekmay, Ankara.
- Öztürk, S. (2002). "Eko-Turizm Destinasyonu Olarak İzmir", **III. Turizm Şurası Bildirileri**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara.
- Pretty, J. ve Ward, H. (2001). Social Capital and the Environment, **World Development**, 29(2):209-227.
- Redclift, M. (2001). Environmental Security and the Recombinant Human: Sustainability in the Twenty-first Century, **Environmental Values**, 10: 289-299.
- Rosander, A. C. (1989). The Quest for Quality in Services, **The Quality Resources**, New York.
- Strabon. (1987). **Strabon Coğrafya**, Çev: A. Pekman, İstanbul.
- Tourism and the Environment in Europe. (1995). **An Introduction along with reports on some European projects in tourism**, Tourism Division of the European Commission (DG XXIII), Alpenforschungsinstitut gemn. GmbH Garmisch-Partenkirchen, Germany.
- Toskay, T. (1989). **Turizm: Turizm Olayına Genel Bir Bakış**, Der Yayınları, İstanbul.
- Tosun, C. (1999). An Analysis of the Economic Contribution of Inbound International Tourism in Turkey, **Tourism Economics**, 5 (3): 217-250.
- Tuna, M. (2006). **Türkiye'de Çevrecilik: Türkiye'de Çevreye İlişkin Toplumsal Eğilimler**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Tuna, M. (2007). **Turizm Çevre ve Toplum (Marmaris Örneği)**, Detay Yayınları, Ankara.
- Tuna, M. (2009). **Cultural Approximation and Tourist Satisfaction**, Ed: M. Kozak, L. Andreu, Elsevier Publishing.
- Tuna, M. (2012). Social and Environmental Impacts of Tourism Development in Turkey, Ed: M. Kozak, N. Kozak, **Sustainability of Tourism**,
- Weale, A. ve A. Williams. (1992). Between Economy and Ecology? The Single Market and the Integration of Environmental Policy, **Environmental Politics**, 1992:1(1):45-63.