

Küreselleşme Bağlamında Turizmin Ekonomik ve Toplumsal Önemi

Yakın zamanlarda dünyanın her tarafında coğrafi mekânın birbirine bağlanması, toplumsal iletişimin artması, bölgeler arası sermaye akımının ve harcamaların artması şeklinde küreselleşme bağlamında dünyadaki en önemli faaliyetlerden birisi turizm olmuştur. Özellikle de ülkelerarası/uluslararası turizme ülkelerin içinde gerçekleşmekte olan iç hareketliliği yani iç turizmi de katarsak, ekonomik-mekânsal-toplumsal olarak turizm faaliyetinin önemi dev boyutlara varmaktadır. Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi'nin (WTTC) “dünyanın en büyük endüstrisi, refah ve istihdam yaratan en büyük işvereni” şeklinde değerlendirdiği turizm, bir hesaba göre, “her üç saniyede bir yeni iş olanağı” yaratmaktadır. Uluslararası Turizmde Büyüme

Uluslararası ve İç Turizmde Büyüme Rakamları

Uluslararası düzeyde 2012 yılında 1 milyar eşiği geçilerek turist sayısı 1.035 milyara, turizm gelirleri de 1.078 trilyon \$'a çıkmıştı: 2016'da ise turist sayısı 1.235 milyar (2018'de 1.4 milyar), gelirleri de 1.220 trilyon \$ oldu. Turizm örgütleri turizmin ekonomi üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkilerinin dünya ekonomisinin yüzde 11'ine eriştiğini, halen toplam istihdamın %10.2'si (292 milyon iş) tuttuğunu tahmin etmektedirler. İç Turizmde Büyüme İç turizm, uluslararası turizmde on misli daha büyük bir hacme sahiptir ama istatistik elde etmenin güçlüğü yüzünden bu hacmi belirlemek çok zordur; örneğin Çin'de iç turizme katılım sayısının yaklaşık 1.2 milyara eriştiği ve bu bakımdan Çin'in dünyanın en büyük iç pazarı haline geldiği sanılmaktadır. Dünyada iç ve dış turizme harcanan paranın da 4 trilyon \$'ı aştığı hesaplanmaktadır. Turizm, küreselleşmeyi toplumsal ve ekonomik açılardan kolaylaştıran ve önemli bir uluslararası parasal yanı da olan faaliyettir.

Turizmin Ülke Ekonomilerine Katkısı: ABD ve Bahamalar Örneği

Büyük boyutlara varan dünya dış turizm harcamaları birçok ülke bütçesinin dengelenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Örneğin 1991'den itibaren, turizm, dünyanın ekonomik bakımdan en gelişmiş ülkesi A.B.D.'nin bile döviz girdisi sağlayan en büyük faaliyeti haline gelmiş ve bu ülkeyi turizm gelirlerinde dünyada birinci sıraya yükseltmiştir. Bazı küçük ülkelerde bu durum daha da belirginleşmektedir: Örneğin Florida açıklarındaki adalar ülkesi Bahamalar, turizmin yalnızca 327 bin nüfusa sahip küçük bir Karayip ülkesine nasıl zenginlik getirebileceğine iyi bir örnek oluşturur: 1950'lerde ancak 100 bin kişinin ziyaret ettiği Bahamaları 2016'da nüfusunun beş misline yakın, 1.5 milyon dolayında turist ziyaret etmiş ve bunlar 2.6 milyar \$'ın üzerinde bir gelir getirmişlerdi.

REKREASYON FAALİYETLERİ

Günümüzün dünyada en önemli faaliyetlerinden birisi haline gelen turizmin çok geniş kapsamlı bir faaliyetler çeşitliliği oluşturan rekreasyonun bir yönü olduğunu belirtmek gerekir. Rekreasyon, çok kısaca, insanların “varoluş (uyuma-yeme-içme vb.) ve geçim (çalışma, işe gidiş-geliş, çocuklar için okul, kadınlar için ev işleri vb.) için gerekli olanın dışındaki tüm zamanlar” olarak tanımlanan boş zamanlarında yaptıkları faaliyetleri ifade eden bir kavramdır. Rekreasyon, coğrafyacı Jean Gottmann'ın (1975) da dediği gibi, “insanın beden ve zihnini dinlendirmek, tazelemek ihtiyacı”dır. Aslında en güzel tanımıyla: “Rekreasyon, nasıl olursa olsun, insan yaşamının canlandırılması demektir; aynı zamanda insanın biyotik ve fiziksel çevresindeki yaşamın da iyileştirilmesini ifade eder”. Kısacası bir yandan insane kendisini yeni bir dönem için canlandırmaya-dinlendirmeye çalışırken onun bu olguyu gerçekleştirebilmesi için coğrafi ortamın da ona göre planlanması-canlandırılması gereklidir.

Rekreasyonun Mekânsal ve Katılım Türlerine Göre Ayrımı

Rekreasyon faaliyetleri çeşitli şekillerde ayrılabilir. Genellikle “kapalı” ve “açık” mekânlarda sürdürülmelerine göre ayrılabilirler gibi, “katılımcı” ve “izleyici” olarak gerçekleştirilmelerine göre “aktif” ve “pasif” olarak da ayrılabilirler. Aslında rekreasyon faaliyetleri için yapılan ve daha sık kullanılan ayırım “şehirsel” ve “kırsal” şeklinde olmalıdır. Ancak, hemen belirtmek gerekir ki günümüzde artık açık havada yapılabilen birçok rekreasyon faaliyeti kapalı mekânlarda da sürdürülebildiği gibi, daha önce kapalı mekânda yapılan birçok faaliyet artık açık mekânlara da taşınmıştır. Örneğin futbol, tenis, buz pateni vb. faaliyetler kapalı mekânlarda da aynı ilgiyi çekmekte, senfoni orkestrası konserleri açık havada bile verilebilmektedir; hatta kumsallar ve deniz dalgaları kapalı mekânlarda yapay olarak yaratılabilmektedir. Şehirsel Alanlarda Rekreasyon Şehirlerde yer alan rekreasyon faaliyetleri kısa süreli boş zamanlarda ve in-sanların kendi yakın çevrelerinde bulabilecekleri faaliyetlerdir. Bunların lokasyonları, müşterilerinin konut ya da işyerlerine yakın olmayı gerektirir. Bu grup içinde yer alan sinemalar, tiyatrolar, eğlence yerleri, kapalı ya da açık spor

tesisleri, müzeler, sanat galerileri, çeşitli nitelikteki parklar, hayvanat bahçeleri vb. gibi çok çeşitli kolaylıklar “açık” ve “kapalı mekân” rekreasyon faaliyetleri için seçenekleri arttırmaktadırlar. Şehirli kadara turistleri de yakından ilgilendiren şehirsal açık alan talebini karşılamada en büyük yük şehir parklarındadır. Dünyanın büyük şehirlerinin, örneğin İstanbul’un Gülhane Parkı, Emirgân Parkı gibi ün kazanmış bir ya da daha çok parkı vardır: Central Park New Yorkluların, Hyde Park (ve başka çok sayıda park) Londralıların, özellikle de şehrin baskısı altındaki yoksul, özürülü ya da şanssız insanların rahatlayabilecekleri; kapalı işyerlerinde çalışanların, kısa süre de olsa, temiz hava alabilecekleri yerlerdir. Kırsal Alanlarda Rekreasyon Kırsal (ya da açık hava) rekreasyon faaliyetleri, aslında kırsal kökenli değil, tersine şehirden çıkmışsa da, geniş arazi kullanımı ve bazı doğal özellikler gerektirdiklerinden, ancak kırsal alanda yapılabilen rekreasyon faaliyetleri-dir. Bölgesel ölçekteki (genelde 400 hektardan büyük) parklar, özel çiftlikler, koruluklar, boş kıyıları, hayvanat bahçeleri, botanik bahçeleri, hatta bu kapsamların hiçbirisine girmeyen boş kırsal alanlar, yapay kanallar, baraj gölleri vb. bunlar arasında yer alırlar. Böylece, yine açık alanda yapılabilen fakat doğal ortamdaki ayrılarak insan-yapısı mekânlar gerektiren futbol, tenis, kriket vb. türde şehir içinde de yapılabilen rekreasyon faaliyetleriyle aralarındaki temel farkı kırsal rekreasyon faaliyetlerinin en önemli özelliklerinin “doğal ortam” gerektirmeleri oluşur.

Rekreasyon-Mesafe İlişkisi

Kırsal rekreasyon faaliyetleri gerek tatil süresi gerekse rekreasyon alanlarının yakınlık ya da uzaklığına, yani mesafesine göre değişmektedir. Hafta ve yıl içinde rekreasyona ayrılabilir zamanın değişik uzunlukta olması, farklı hareket tiplerinin yarattığı farklı kalıpların birbirinden ayırt edilmesini kolaylaştırır. Günlük, hafta sonu ve yıllık tatillerde gidilecek yerlere karşı olan eğilimler de böylece belirlenebilir.

Turizm Kavramı ve Tarihsel Kökeni

Turizm, insanların kısa, orta veya uzun süreli boş zamanlarında gerçekleştirdikleri rekreasyon faaliyetlerinin seyahatle birleşen bir yönüdür. En basit tanımıyla “dinlenmek ve tatil geçirmek amacıyla yolculuğa çıkmak” olarak ifade edilse de, iş seyahatleri gibi dinlenme dışındaki amaçlarla yapılan yolculukların da turizm kapsamına girmesi, kavramın karmaşıklığını artırmaktadır. Turizm coğrafyası, bu olayın ve ilişkilerinin mekânsal açıklamasıyla ilgilenen bilim dalıdır. “Turizm” ve “turist” sözcüklerinin kökeni Latince’ye (tornare – dönmek) dayanmakta olup, Stendhal’in 1838 tarihli eseriyle “turist” kavramı yaygınlaşmıştır.

Turizm Olayının Temel Koşulları ve Tanımlar

Bir seyahatin turizm olayı olarak kabul edilebilmesi için üç temel koşulun gerçekleşmesi gerekir: seyahatin mutlaka devamlı oturlan, çalışılan ve günlük ihtiyaçların sağlandığı yerler dışına yapılması; seyahat edilen yerde konaklama sırasında genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetlerin talep edilmesi; ve gidilen yerdeki konaklamanın geçici olması. Turist tanımı zaman içinde evrimleşmiştir. İlk olarak Birleşmiş Milletler (1937) tarafından “24 saat ve daha fazla bir süre kalmak üzere oturduğu ülkeden başka bir ülkeye seyahat eden herhangi bir kişi” olarak benimsenmiştir. Dünya Turizm Örgütü (WTO) ise 1981’de bu süreyi en az 24 saat ve en fazla 1 yıl olarak belirlemiş, 24 saatin altında kalanları “ziyaretçi” veya “günübirlikçi” olarak tanımlamıştır. WTO’nun 1991 tanımı ise daha genel bir nitelik kazanarak, kişinin olağan çevresinin dışında, belirlenmiş bir süreden az kalmak ve para kazanma amacı dışında seyahat etmesini vurgulamıştır. Bu bağlamda, “ziyaretçi” terimi tüm turizm istatistikleri sisteminin temel kavramı haline gelmiştir. Ziyaretçiler (turistler) rekreasyon, tatil, spor, sağlık, iş, aile ziyareti gibi amaçlarla 24 saatten çok kalanları; günübirlikçiler ise 24 saatten az kalanları kapsar. Göçmenler, işçiler, diplomatlar, öğrenciler, transit geçenler ve bir yıldan uzun süreli kalanlar turist sayılmaz. Turizm türleri ise uluslararası turizm (ülke dışıyla bağlantılı), iç turizm (ülke içinde), ülke-içi turizm (iç turizm + dışarıdan gelenler) ve ulusal turizm (iç turizm + dışarıya gidenler) olarak sınıflandırılır.

Turistlerin istatistiksel olarak belirlenmesi, tanımlardaki esneklik ve turistlerin geçici ve hareketli yapısı nedeniyle büyük zorluklar taşır. Turist sayımında başlıca üç yöntem kullanılır: sınır varışları, geceleme miktarı ve döviz bozdurma işlemleri. Sınır varışları (pasaport, vize, giriş-çıkış kartları) en uygun yöntem olsa da, Schengen gibi serbest dolaşım bölgeleri veya çoklu girişlerin tekil turist olarak sayılması gibi sorunlar nedeniyle kesinlik sağlamaz. Geceleme miktarı, ticari ve özel konaklama ayrımı, birden çok tesiste kalma gibi nedenlerle turist sayısını doğru yansıtmayabilir. Döviz bozdurma ise banka dışı işlemler ve karaborsa gibi faktörler nedeniyle neredeyse imkânsızdır. Bu zorluklara rağmen, turizm istatistikleri, turizm olayının hacmini, akışını ve etkisini anlamak, ayrıca ülke ve bölgeler arasında karşılaştırmalar yapmak için tek kriter olma özelliğini korur.

İnsanları seyahate çıkmaya teşvik eden temel güdüler ve turizme katılabilmek için gerekli koşullar mevcuttur. Seyahat, kişilerin herhangi bir amaçla farklı coğrafi konumlar arasında yer değiştirmesi iken, turizm daha sınırlı anlamda, dinlenmeyi hedefleyen belirli türde seyahatleri ifade eder. Turizme katılmak için öncelikle ayrılabilir boş zaman ve ayrılabilir gelir gereklidir. Sanayileşmiş ülkelerde son 40-50 yılda çalışma haftalarının kısalması ve ücretli tatillerin uzaması (örn. Batı Avrupa’da ortalama 60 saatten 38-40 saate düşüş), turizme katılımı artırmıştır. Ancak meslek grupları arasında boş zaman miktarları farklılık gösterir; hizmet sektöründe çalışanlar daha az boş zamana sahipken, serbest meslek sahipleri veya karar vericiler iş seyahatleri gibi farklı şekillerde turizme katılabilirler. Gelir artışı olmadan boş zamanın artışı tek başına turizmi tetiklemez; gelir düzeyi yüksek olanlar pahalı rekreasyon ve dış turizme yönelirken, düşük gelirli olanlar iç turizm veya düşük fiyatlı paket turları tercih ederler.

Demografik yapı da seyahat güdülerini etkiler. Daha iyi eğitilmiş kesimler daha sık ve yabancı ülkelere seyahat etme eğilimindedir, eko-turizme ilgi gösterirler. Gençler (özellikle 25-34 yaş grubu) uzun mesafeli ve maceralı yolculukları tercih ederken, yaşlılar güç ve gelir kısıtlamaları nedeniyle daha az seyahat eder, ancak zengin yaşlılar için lüks gemi veya sağlık turları gibi özel ürünler geliştirilmiştir. Dünya nüfusunun yaşlanması, turizm acentelerini eskortlu turlar ve kış tatilleri gibi düzenlemeler yapmaya yöneltmiştir. Küçük çocuklu aileler ise maliyet ve okul nedeniyle daha az seyahat ederler. Seyahate ilgi duymamak ise alışılmış yaşamı değiştirmeme, yolculuktan nefret etme, psikolojik

korkular (yabancı yer, dil, ulaşım) gibi çeşitli faktörlerden kaynaklanabilir.

Turizm endüstrisinin amacı, turistleri istedikleri yere götürüp konaklatarak ve zevk almalarını sağlayarak kâr elde etmektir; bu hizmetler bütününe “turistik ürün” denir. Endüstri parçalı olsa da işbirliği ve rekabet içindedir. Turizme katılmayı teşvik eden faktörler yerine getirildiğinde, ziyaret nedenleri ve yer tercihleri devreye girer. Tatil dışındaki seyahat nedenleri arasında din (hac, inanç turizmi), iş (konferans, fuar), arkadaş ve akraba ziyareti, spor ve kültürel temaslar (Olimpiyatlar, festivaller) yer alır. Gray (1970), seyahat güdülerini “Wanderlust” (yeni ve farklı şeyler görme arzusu, kültürel turizm, çoklu destinasyonlar) ve “Sunlust” (kendi ortamından daha güzel yerlere gitme arzusu, sıcak iklimler, kayak, manzaralar) olarak ikiye ayırmıştır.

Turizm, çok sayıda farklı seyahat şeklini içerir ve bu şekiller turist deneyimlerine ve ev sahibi toplum üzerindeki etkilere katkıda bulunur. Cohen (1972), turistleri turizm endüstrisine katılım düzeyleri ve ev sahibi toplumla ilişkileri açısından dört tipe ayırmıştır:

1. ****Ayrı (Drifter):**** Kendi gezilerini planlar, turizm çekiciliklerinden kaçınır, ev sahibi kültürle bütünleşir (öncü turist).
2. ****Araştırmacı (Explorer):**** Kendi gezilerini planlar, popüler yerlerden kaçınır, bütünleşme arzusu olsa da “çevresel köpük” içinde kalır, rahat konaklama kullanır.
3. ****Bireysel Kitle Turisti:**** Seyahat acentesi hizmetlerini kullanır ancak plan üzerinde söz sahibidir, “köpük” içinde kalır, ev sahibi toplumla az kaynaşır.
4. ****Organize Kitle Turisti:**** En az maceracı tiptir, tüm programı acente hazırlar, ev sahibi toplumdan tamamen ayrı kalır (örn. kruvaziyer yolcuları). Bu turist tiplerinin coğrafi tercihleri de farklılık gösterir; araştırmacılar uzak bölgelerle ilgilenirken, organize kitle turistleri en popüler turizm alanlarını ziyaret ederler.

Turistin yöneldiği coğrafi mekândaki ev sahibi toplumun da turizmin karşılanması konusunda farklı güdüleridir. Bunlar ekonomik güç sahipleri, yerel siyasal güç sahipleri, doğrudan gücü az olan yerel sakinler ve ülkenin genel yönetimi olarak sıralanabilir. Coğrafi araştırma, turizme çeşitli yollardan katkıda bulunur: mekândaki coğrafi kaynakların (kıyıları, dağlar, tarihsel yerler vb.) belirlenmesi ve değerlendirilmesi, fonksiyonel turizm bölgelerinin analizi, çıkış ve varış yerleri arasındaki seyahat hacmi tahminleri, turizm bölgeleri ve koridorlarının analizi. Turizm coğrafyasının başlıca altı geniş konu alanı ise talebin mekânsal özellikleri, arzın mekânsal özellikleri, turizm alan ve bölgelerinin coğrafyası, turist hareketleri, turizmin etkileri ve turizm mekânına ilişkin modellerdir. Bu kapsamlı inceleme, turizm olgusunun çok boyutlu yapısını anlamak için kritik öneme sahiptir.

Turizmde, gerek turisti tanımlamak gerekse gidilecek yerler üzerine yapılan çeşitli sınıflandırmaların ardından, bir bölge ya da ülkede turizmin gelişebilmesi için “turizmin temel unsurları” denilen üç unsurun gerçekleşmesinin gerektiğini belirtmek gerekir. Bu üç unsurdan biri olan çekicilikler turizmin yer seçiminde rol oynayan coğrafi kaynaklardır ve bir alanı ziyaret etme isteğini doğururlar.

TURİZMİN DOĞAL COĞRAFYA KAYNAKLARI: ÇEKİCİLİKLER

Çekicilikler doğal coğrafi ya da fiziki coğrafya unsurları (Pamukkale traverten taraçaları, Büyük Kanyon vb. gibi) olabildiği gibi, insan tarafından da yapay olarak yaratılan (örneğin Disneyland gibi, hatta Dubai'nin ya da başka şehirlerin büyük kesimleri gibi) unsurlar da olabilir. Turistler, tatillerini iyi geçirebilmek için, gittikleri yerin doğal coğrafi unsurlarının en önemlilerinden birisi olan iklim koşullarında fiziksel bir rahatlık elde edebilmelidirler. Bu tür çekicilikler “klimatik kaynaklar”ı (iklim kaynakları da diyebiliriz) oluştururlar.

KLİMATİK KAYNAKLAR

Her tür iklim tipi turistlerin rahatlığını sağlayamamaktadır. İklimin en önemli unsurlarından sıcaklık ve nispi nemin yarattıkları olumsuz koşullar bu rahatlığı sağlayamamada başlıca etkenler olmaktadır. Bu iki unsura ilişkin değerlerin yüksek olması turistleri olumsuz etkiler. İklimin diğer unsurlarından rüzgâr çoğu kez turistler için istenmeyen ancak bazı spor türleri (yatçılık, sörfing vb.) için özellikle arzulanan yaratabilir. Yine iklim unsurlarından yağış ve bulutluluk (havanın kapalı olması) sürelerinin uzun olması da turistler, özellikle de deniz tatillerinden hoşlananlar üzerinde olumsuz etki yaratır. İklim unsurlarından güneş ışığının süresini ölçmek kolay değildir ama bu husus turist tercihlerinde önemli rol oynar. Güçlüğü nedeni de günlük toplam güneşli saatlerin miktarının, değişik enlemlerin özelliklerine göre, gün ışığı saatlerini geçemeyeceğidir. Güneşli saatleri yağış ve bulut örtüsünün olduğu zamanlar da kısaltır. Bu da yine özellikle deniz-güneş-kum tatilcilerini etkiler. Tüm bunlara rağmen, turistler en olumsuz iklim koşullarına sahip olan (örneğin Alaska, Güney Kutbu ya da çöller gibi) yerlere bile gitme arzusundadırlar ama bunların sayısı görece azdır.

DÜNYA İKLİM BÖLGELERİ VE TURİZME UYGUNLUKLARI

Dünya iklim bölgeleri de insanların rahat yaşama koşulları sürdürebilmeleri için önem taşımaktadır ancak turizm bazı iklim koşullarında daha fazla bazılarında ise daha az gelişmiştir. Dünya iklim bölgelerinin koşullarıyla bu bölgelerin gerektirdiği giyim-kuşamın bağlantısı kurulabilmektedir. Sıcak İklimler: Minimum Giyinme Kuşağı Sıcak iklim bölgeleri sahip oldukları yağış kalıbına göre değişiklikler gösterirler. Bunlar: Ekvatorial İklimler: 100 kuzey ile 100 güney enlemleri arasında yer alırlar ve sıcak iklim kuşağının tam ortasını oluştururlar. Sıcaklık 260C'nin üzerinde ve nispi nem %75 'den fazladır; yıl boyunca yoğun yağış vardır. Rekreasyon faaliyetlerini güçleştirdiği için, turistler açısından çekici olmayan bu iklim koşullarına rağmen belirli bazı turizm şekillerinin geliştirilmesiyle, ekvatorial bölgelere de turistlerin gelmesi sağlanmaktadır. Tropikal İklimler: Genellikle 230C'nin üzerinde, orta yoğunlukta yaz yağışlarına ve daha serin ya da daha kurak denilebilecek bir kış mevsimine sahip sıcak iklimlerdir. 10-250 kuzey enlemleri arasında yer alırlar. Güney Amerika kıyısının bazı kesimleri ve Güney Pasifik Adaları'nın büyük kısmını içine alır. Okyanus adaları ve kıtaların doğu kıyısı yıl boyunca yağış alma eğilimindedirler; ancak yağışlar yaz maksimumu gösterirler ve en önemlisi de daha çok yaz aylarında meydana gelen ve hurricane, siklon ya da tayfun olarak bilinen çok şiddetli tropikal fırtınalara sahne olurlar. Sıcak Çöller: Ortalama sıcaklığın 330C'nin üzerinde olduğu, günlük maksimumun 370C'nin üzerine çıktığı bu bölgelerde sürekli güneş ışığı vardır. Güneşten korunmak için bir miktar giyinme gerekiyorsa da bu gevşek ve hafif olmalıdır. Sıcak çöller aslında hiç yağış almayan yerlerdir. Kışlar yaz ayları kadar sıcak değildir ama tüm mevsimlerde gece-gündüz farkı çoktur. Kurak Kuşaklar: Sıcak çöllerin kenarlarında da sıcak bölgeler yer almaktaysa da buralarda yıllık yağış 250 mm dolayında meydana gelebilmektedir. Kurak kuşaklar Türkiye'de ve dünyada geniş alanlar kaplarlar. Ilıman Orta İklim Kuşağı Bu kuşaktaki iklim koşulları turizm için insanın rahatlığı ve faaliyetin yıl boyunca sürdürülebilirliği bakımından en uygun olanlardır. Ortalama aylık sıcaklıklar kışın 100C, yazın ise 250C dolayında olsa da yazın günlük maksimum 300C'yi sık sık geçer. Nispi nem genellikle faal tatilleri sürdürebilecek kadar düşük olmakla birlikte, maksimum sıcaklıkların yüksekliği gün ortasında bir dinlenme (siesta) arası vermeyi gerektirir. Kışlar yazlardan daha serinse de hiçbir zaman çok soğuk değildir (Kış ortalaması 60C'nin altına inmez). Dünyada turizmin en fazla geliştiği iklim bölgelerinin başında "ılıman orta iklim kuşağı"nda yer alan Akdeniz iklimi gelmektedir. Bu iklimin görüldüğü Akdeniz havzasındaki Fransa,

İspanya, İtalya, Türkiye gibi ülkeler ve kısmen de Kuzey Afrika ülkeleriyle bu havzanın dışında yer alan Güney Afrika, Güneydoğu Avustralya, Florida Yarımadası, Kaliforniya gibi aynı iklim özelliklerine sahip bölgeler bu duruma tipik örneklerdir. Serin Orta İklimler Daha çok Batı Avrupa ile özdeşleşmiş iklim tipleridir. Aylık ortalama sıcaklıklar kış ortasında 00C'den yaz ortasında 160C'ye kadar değişir ve yalnızca yaz aylarını daha pasif turizm faaliyetlerine uygun kılar. Dünyanın turist gönderen en önemli ülkeleri bu klimatik kuşakta yer alırlar ve buralardan çıkan turistler, kendi içinde buldukları iklimin tersine daha rahat, daha sıcak iklimleri ararlar. Soğuk İklimler: Maksimum Giyinme Kuşağı Bu kuşakta ortalama sıcaklık, yılın en az yarısında, 60C'nin altındadır. Kış günleri çok kısa, yaz günleri ise çok uzundur. Yazlar (haziran-ağustos) kısa ve serin geçerken, mevsim aniden yazdan kışa geçer. Bu tür alanlar manzara ve doğayla ilgili faaliyetlere meraklı olanlar için uygun olabilir; fakat yine de tatil sezonu son derece kısadır. Bu kuşağın kıtasal iç kesimlerinde iklim koşulları daha da ekstremdir; kış soğuğu daha şiddetli (donma noktasının altında, -300C) meydana gelirken, yazın sıcaklık 190C'ye kadar çıkabilmektedir. Arktik ve Polar İklimler Daima soğuk olan bu iklim kuşağında ortalama 60C sıcaklık bile yalnızca üç ay vuku bulmakta ve diğer zamanlar son derece soğuk iklim koşulları yaşanmaktadır. Tundra kesimlerinde kar örtüsünün bulunmadığı kısa bir zaman dilimi yaşanmakta fakat daha kuzeyde süreklilik kazanmaktadır. Kuzey Kutbu bölgesine gelecekte özel turizm türleri geliştirilebilecektir; Güney Kutbu'na ise bazı turlar zaten düzenlenmektedir. Ancak potansiyel sınırlıdır ve çevreciler de zaten bu alanların zarar görmesine karşıdırlar. Dağ İklimleri Dağlık bölgeler genelde yer aldıkları bölgenin klimatik rejimine tabidirler: Kurak bölgelerde yer alan dağlar kurak olurken, tropikal kuşaktakiler yerel mevsimlik kalıba uygun olarak yağış alırlar. Bununla birlikte, yükselti dağlardaki iklimi etkiler.

Dünyada turizm davranışı üzerindeki en önemli etkenin iklim (klimatik) kaynakları olduğunu değerlendirmiştik. Gerçekten de dünya nüfusunun büyük kısmı için tatil demek, deniz kıyısına gitmek demektir. Aslında yalnızca deniz kıyıları değil, göl, akarsu ve hatta baraj gölleri kıyıları bile çekim alanlarıysa da, bunlar deniz kıyılarıyla kıyaslanacak kadar önem taşımazlar.

KIYIYLA BAĞLANTILI KAYNAKLAR VE DENİZ

Turist, ilk ve her şeyden önce yüzmeye ve güneş banyosu yapmaya uygun temiz, kumsalı olan bir plaj arar. Tehlikeli olabilecek dalgaların, gelgit olayının olmaması da istenir. Birdenbire derinleşen bir deniz de boğulma olaylarını arttırdığı için, tehlikeli sayılır. Turist ya da turizm acentesi açısından plaj ya da denize erişebilirlik hayati bir önem de taşır. Olabildiğince plaja yakın, otel yapımına uygun düz arazinin çekiciliği büyüktür. Plajın Yapısı Kıyıları açısından bu en önemli niteliklerdir. Kumsal bir plaj en çekicisi olurken, bataklık ya da kumsalı olmayan bir plajın turizm açısından kullanımını çok düşük düzeydedir. Kumsal kıyılara en çok 200-400 Kuzey ve Güney enlemleri arasında rastlanır. Bu kuşak ise yaklaşık olarak turizme en uygun iklim tiplerinin (tropikal ve orta kuşak iklimler) bulunduğu kesime denk düşmektedir. Dalgalar Turistlerin yaz aylarında güvenli ve zevkli bir tatil geçirmeleri için dalga büyüklüğü ve yapısı da önem taşır. Gelgit ve akıntılarla birlikte dalgalar plaj ve kıyı oluşturacak ya da bunları aşındıracak süreçleri belirlemede rol oynarlar. Bazı iklim tiplerinde rüzgâr diğerlerinden daha fazladır; buralarda sık sık meydana gelen fırtınalar ve rüzgârlar kıyılarda tahribat ve erozyon yaratacak şekilde büyük bir gürültüyle düşen büyük enerji yüklü dalgalar yaratırlar. Dünyanın 200-400 enlemleri arasında yer alan kıyıları deniz kıyısı turizmine en uygun faktörlerin bir araya toplandığı kıyıları olarak ortaya çıkar. En iyi iklimler, bol kum ve bu kumu dünyanın en büyük kumsallarını yaratmak üzere kıyılarda biriktiren düzenli ve yumuşak dalgalar burada yer alırlar. Gelgit Denizlerdeki su kütleleri üzerinde ayın çekim etkisi sonucu meydana gelen gelgit sırasında, su seviyesinin en yüksek ve en alçak olduğu zamanlardaki fark dünyanın çeşitli yerlerinde değişik olmaktadır. Okyanuslarda genellikle 2 m kadar olan bu fark, kıyı çizgisinin kıta içine fazla girdiği yerlerde çok daha artar. Turizm açısından gelgitin önemi, en yüksek ve en düşük seviyeler arasındaki farkın plajın genişliğini de belirlemesidir, fark ne kadar büyükse plaj da o kadar geniş olur. Kapalı Denizler Dünyanın kapalı denizleri “korunmalı denizler” olarak kabul edilirler. Bunlar okyanuslara bağlantısı olan fakat büyük kara kütleleriyle (örneğin Akdeniz gibi) ya da bir adalar grubuyla (Meksika Körfezi gibi) bunlardan ayrılmış su kütleleridir. Bunlar, okyanuslara göre oldukça küçük kaldıkları için ayın etkisinin gelgit daha az olduğu denizlerdir. Kapalı denizlerde sirkülasyonun daha az olması ve suyun okyanuslara kolayca karışmaması nedeniyle kirlenme daha kolaylıkla meydana gelir. Bu, özellikle Akdeniz için önemli bir sorundur. Dar Cebelitarık Boğazı’ndan su akışının sınırlı olması yüzünden, tüm Akdeniz’deki suyun Atlas Okyanusu sularıyla değişmesi 75 yıl sürmektedir.

MANZARA VE DOĞAL YAŞAM KAYNAKLARI

Daha çok kırsal alanlarla özdeşleşen bu kaynakları ziyaret etmek isteyenler, kıyı turizmine yönelenlerden daha karmaşık ve çeşitli güdülerle hareket ederler. Bunların başında da “dünyanın doğal harikaları”nı görmek arzusu gelir. Bir coğrafi mekânı oluşturan başlıca üç temel coğrafi unsur vardır: Araziyi meydana getiren ve biçimlendiren yer şekli (jeomorfoloji) ve jeoloji; Doğal bitki örtüsü ve bununla bağlantılı hayvanlar (flora ve fauna); coğrafi görünümün üçüncü elemanı da insanın varlığıdır. Yer Şekilleri ve Tercihler Turistlerin coğrafi görünüm bakımından tercihlerinin özellikle nispi rölyefi fazla, arızalı bir yapıya dayanan manzaradan yana olduğu anlaşılmaktadır. Düz alanlar uzun mesafelerde manzara oluşturmadıkları için genelde sıkıcı olarak algılanır ama bazı durum ve zamanlarda bu tür yerleri ziyaret etmekten hoşlananların sayısı da artar. Flora ve Fauna Bütün dünyada Ekvator’dan Kutuplara kadar bir dizi bitki örtüsü kuşağıyla karşılaşılır ve bunların her biri bir iklim kuşağına denk düşer. Bitki örtüsü aynı zamanda da kendi faunasına/hayvan varlığına sahiptir. Orman görüntüsü olan alanlar topografyadan bağımsız olarak da yüksek derecede çekiciliğe sahiptir. Doğa Turizmi ve Ekoturizm Doğal olan ortamlara yapılan seyahatleri ifade eden “doğa turizmi”, “doğaya nispeten daha az rahatsızlık veren turizm türü” olarak kabul edilmektedir. Doğaya dayalı turizm, kırsal mekânlarda yapılan rekreasyonel ve macera türü spor faaliyetlerini içine almaktadır. Doğa turizmiyle “ekoturizm”i eşanlamlı tutarsa da, ekoturizm daha çok “nispeten dokunulmamış ya da bozulmamış doğal alanlara manzaralarını ve yabani bitki ve hayvanlarını olduğu kadar, varsa, mevcut kültürel özelliklerini de inceleme, görme-öğrenme gibi belirli bir amaçla seyahat etmek” şeklinde tanımlanmaktadır. **COĞRAFİ MEKÂNLARDA TURİZMİ GELİŞTİRME VE KORUMA**

1972 yılında UNESCO dünyanın en dikkati çeken doğal ve kültürel miraslarını korumak üzere World Heritage Convention'ı oluşturmuştu. Bu konvansiyon, 1978 ve 1983'de 76 ülkenin dünya mirası "sit" alanlarını belirleme, koruma ve saklamayı kabul eden anlaşmayı imzalamalarıyla yaşama geçmişti. "World Heritage List"de 2019'da 167 devlet topluluğuna göre, 845 kültürel, 209 doğal ve 38 karışık özellikli 1092 yer bulunmaktadır. İtalya (54), Çin (53), İspanya (47), Fransa (44) ve Almanya (44) bu konuda başta gelen ülkelerdir. Türkiye'den ise 18 yer Dünya Miras Listesi'nde yer almaktadır. Uluslararası Ulusal Parklar Birleşmiş Milletler'in ulusal parklar listesinde yer alabilmek için bir ulusal Parkın ya da buna aday bir rezervin, sahip olduğu doğal kaynaklarını insanın bütün işletme amaçlı faaliyetlerine karşı yasal olarak korunma hakkını kazanması gerekir. Tarım, avcılık, balık tutma, ormancılık, madencilik ve benzerleri tamamen yasaklanmalı; konut, ticaret ya da sanayi gelişmesi olmamalı; kara yolu ya da demir yolu gibi ulaşım sektörlerinin geçişlerine izin verilmemelidir. Tek istisna, bir Ulusal Parkın varoluşunun en büyük nedeni olan, turizmdir. Dünyada ilk Ulusal Park uygulaması A.B.D.nde başlamıştır: 1864 yılında Başkan Lincoln, Yosemite Vadisi'ni "sonsuz kadar başkasına devredilemez" kamu parkı ilan etmişse de, resmi olarak ilk kez 1872 yılında Amerikan Kongresi Yellowstone Ulusal Parkı'nı ulusal varlık olarak ilan ederek, Ulusal Park tarzı bir koruma, saklama ve kullanım beraberliğini de yaşama geçirmişti. Dünyada ikinci Ulusal Park 1879'da Avustralya'da Sydney'deki Royal National Park olmuş; Avrupa'da ise 1903'de Almanya'daki Lüneburger Heide (Lüneburg Fundalıkları) ilk ulusal park olarak kabul edilmişti.

Turizmin üç temel unsurundan birincisi olan çekiciliklerin içerisinde doğal kaynakların yanında beşeri kaynaklar olarak yer alan tarihsel kaynaklar, kültürel turizm kaynakları ve şehirlerin kendine özgü yapısı da önemli bir yere sahiptir.

TURİZMDE TARİHSEL KAYNAKLAR

Tarihsel kaynaklar, geçmiş medeniyetlerin ve geçmiş çağların yaşayan fiziksel kalıntılarıdır. Bunlar arasında mimari, coğrafi görünüm ve arkeolojik özellikler kadar, geçmişten buyana gelen, günlük yaşam için önemi olan unsurlar da yer alırlar. Önemli tarihsel, dinî ya da mitolojik olaylar da, bunların meydana geldikleri yerler de tamamen değişmiş ya da geçmişten hiçbir delil kalmamış olsa da tarihsel kaynak olarak kabul edilebilirler. Tarihsel Kaynakların Turizm Amaçlı Kullanımı Tarihsel kaynakların mekânsal olarak dağılımları herhangi bir şekilde olabilir: Uzak kırsal alanda tek bir çekicilikten (örneğin bir malikâne ya da arkeolojik sit) köy, kasaba ve şehirlerde çekici bir görünüm oluşturacak şekilde bir cadde boyunca uzanmış binalar topluluğuna ya da belirli bir lokasyonda (örneğin müzelerde) birikmiş tarihsel nesnelere kadar çeşit çeşittir. Bununla birlikte, tarihsel turizm, yakın zamanlarda tarihsel ve kültürel geçmişten günümüze aktarılan kaynaklara dayanan “miras turizmi” ile eşanlamlı değildir ama onun önemli bir parçasıdır. “Miras turizmi” kavramı turistlerin yalnızca binaları ve tarihsel eserleri değil, aynı zamanda, bir ülkenin manzaraları, doğal tarihi, sanat ve kültürünü de kullandığı anlamına gelir –aslında, bir nesilden diğerine geçen her tür kaynağın kullanımını ifade eder. Tarihsel çekicilikler birbirinden çok farklı ve çok çeşitli özellikleri içine aldığından, sınıflandırmaları da çeşitli yollardan yapılır. Kaynağın fiziksel yapısına dayanılarak dörtlü bir ayırma gidilebilir, Bunlardan birincisi binalar ya da bina kalıntıları: Büyük malikâneler, sanatçıların konutları, camiler, kiliseler, şatolar, atölyeler, fabrikalar vb. gibi. İkincisi tarihi olayların meydana geldiği yerler: Savaşlar, dinsel, siyasal ya da mitolojik olayların meydana geldikleri yerler. Üçüncüsü arkeolojik sitler: İnsan tarafından yapılmış, bina şeklinde olmayan anıtlar ya da diğer inşaatlar (örneğin gömütler, eski tarla sistemleri, dikilmiş taşlar, surlar, demiryolları, madenler vb. Dördüncüsü de çeşitli sitlerden toplanmış ve başka bir yerde yani her tür müzede bir araya toplanmış nesnelere: Bu grup içine açık hava müzeleri de girer. Kültür turizmi ya da kültürel turizm ise kültürler arasındaki farklılıktan doğar. İnsanların kendisinininkinden farklı kültürleri görmeye, öğrenmeye karşı olan merakı kültür turizmini yaratmıştır.

KÜLTÜREL TURİZM KAYNAKLARI

“Kültürel turizm” kavramı aslında çok karmaşıktır ve çok çeşitli turizm faaliyetlerini içine alan bir kavramdır. Bir ulus ya da etnik grubun “kültürü hayat tarzı, değer yargıları ve normlarıyla tanımlanabilir; yani, dinî, dili, gelenek ve davranışları, sanatı icra yolları (müzik, dans ve tiyatro) ile siyasal ve toplumsal örgütlenme yollarının birlikteki bütünlüğünden oluşur. Kültürel turizm, bu nedenle, insanların kendi kültürlerinin eğlence yanlarıyla birlikte, diğer grupların kültürlerine de açık olan yanlarıyla ilgili turizm faaliyetlerinin tümünü kapsar. Kültürel kaynaklar da yalnızca sanatsal faaliyetlerin (opera, bale, tiyatro gibi kültürel özelliklerden show, kabare ve pop konserleri gibi popüler kültür faaliyetleri şeklindekilere kadar) icrasına değil, aynı zamanda da mevcut kültürlerin yaşayan tüm anlatımlarına da dayanır. Bu canlı anlatımlar arasında dünyanın farklı insanların giyim-kuşam, mutfak, dinsel özellikler, gelenek ve görenekleri de yer alır. Dünya Kültür Kalıbındaki Farklılıklar İnsanların toplumsal örgütlenmedeki farklılıkları, fiziksel çevrelerine uyum sağlamadaki benzersizlikleri, farklı geçmişleri, ekonomik ve siyasal kalkınma tarzları, dünyanın farklı kısımlarında farklı kültürlerin gelişmesine yol açmıştır. Dünya haritasında yer alan bölgelerin her biri kültürel turizm için zengin kaynaklar sunan farklı kültürel gelişme kalıpları sergilerler. Bazı uzak, küçük ve izole, erişilmesi güç yerler kültürlerinin çeşitli özelliklerini değişimden koruyabilmişlerdir. İşte kültürel turizmin özel bir türü olan etnik turizme kaynak oluşturanlar da bu kültürlerdir. Etnik turizmin örnekleri dünyanın dışarıya az açılmış çeşitli kesimlerinde gözlenir. Alaska'nın tundra ya da kutup bölgelerindeki Eskimo turizmi, Kuzey Avustralya topraklarının uzak kısımlarında Aborijin turizmi, Himalayalar'ın uzak kesimlerdeki dağ insanları (Bhutan ve Ladakh'da) ve Tayland'ın iç kısımlarındaki dağ kabileleri, Afrika'da artık turizm malzemesi hâline gelen (Kamerun ile Ruanda arasında dağılmış olarak) ve ancak büyük ormanların derinliklerinde ayakta kalabilen Pigmeler bunlar arasındadır. Buralara yapılan turizm gezileri bazen de “macera” unsuru da olan gezilere dönüşür. Kültürel Kaynakların Turizm Amaçlı Kullanımı: Kültürel ve Etnik Turizm “Kültürel” olarak nitelenen kaynakların çok çeşitli olduğu ve bunların sınıflandırılmasının çok zor olduğu bilinmektedir. Birçok

araştırmacı özellikle tarihsel kaynakları da kültürel kaynakların içine alırlar. Şehirlerde yer aldığı için örneğin sanat ve eğlence faaliyetlerinin de önemli bir bölümü aynı zamanda kültürel kaynaklar arasına girmektedir. Şehirsel kaynakların dışında kalan ve bir ülke ya da bölge halkının yaşam tarzı, gelenek-görenek, değer yargıları ve alışkanlıklar, din, dil, giyim-kuşam, mutfak, mimari ve el sanatları gibi dışa yansıyan özellikleri kültürel turizm alanı içinde kalmaktadır. Kültür turizmi ya da kültürel turizm, kültürler arasındaki farklılıktan doğar. İnsanların kendisinininkinden farklı kültürleri görmeye, öğrenmeye karşı olan merakı kültür turizmini yaratmıştır.

ŞEHİRLERDE TURİZMİN YER SEÇİMİ VE ETKİLERİ

Şehirlerde turistleri çeken hususların başında şehir merkezinde yaratılmış olan hoş ortam gelir. Değişik mimarileri olan sokaklar, caddeler, meydanlar, binalar ve yeşil alanlar, varsa limanlar, tarihsel özellikler ve benzerleri şehre çeşitlilik kazandırır. Şehrin kendisine özgü toplumsal-kültürel ortamı, yani şehirsel yaşam tarzı ve canlılığı da son derece önemli bir çekicilik unsurudur. Şehirlerde gerek turistlerin gerekse yerel sakinlerin çeşitli ihtiyaçlarının giderilmesi için rekreasyonla ilgili birçok kolaylık ayrılması gerekir. Ayrıca, bu kolaylıkların çok büyük kısmının da şehrin iş merkezinde ya da yakınında yer alması zorunludur. Diğer İnsan Yapısı Turizm Kaynakları İnsan yapısı eğlence kaynakları olarak kastedilen turizm çekicilikleri, yukarıda ele alınan kültürel kaynaklardan oldukça farklıdır. Kültürel kaynaklar belirli bazı halk gruplarının yaşadığı belirli yerlere sıkı sıkıya bağlıdır. Buna karşılık, insan yapısı kaynaklar insanın tercih ettiği herhangi bir yerde yaratılabilirler; ancak dağılımları ve yer seçimleri bakımından açıkça gözlenen bazı mekânsal kalıp ve kurallar bulunmaktadır. Eğlence Parkları (Tema Park) Tamamen batı kültürünün rekreasyon ve turizm kavramına uygun olan eğlence parklarının en tanınan örneği, ilki 1955’de Kaliforniya’da, Anaheim’da açılan Disneyland’dır; o zamandan beri sayıları çok artmıştır. Bu tür eğlendirme merkezleri (aslında ABD’ye gelen ziyaretçiler için en büyük çekiciliklerin bunlar olduğu anlaşılmıştır) geleneksel şehir eğlence parklarından başlayarak gelişmişlerdir; daha doğrusu fikir böyle doğmuştur. Rekreasyon Alışverişi Genelde turist davranışı, en iyi bir şekilde, yeme-içmenin de dâhil olduğu alışverişte yansır. Toplam turizm harcamalarının %40’a yakını bu tür alışverişler oluştururlar. Turistlerin alışverişi satın almaya da yönelse vitrin seyretme şeklinde de olsa, şehir plancılarını daha çekici alışveriş ortamları düzenlemeye yöneltmiştir. Yalnızca yayalara açık yollar ayrılması, eğlence kolaylıklarının toplandığı sokakların ortaya çıkması, otopark kolaylıklarının artırılması ve cadde ve sokakların ağaçlar, çiçekler, işaretler, ışıklandırma vb. kolaylıklarla donanması bunlar arasındadır. Büyük Düzenlemeler Dört, üç, iki yılda bir, yıllık ya da başka düzenli aralıklarla düzenlenen festivaller, fuarlar, sergiler ya da kültürel başka olaylar (örneğin İstanbul Bienali , Venedik Bienali gibi) da turist çekmede önemli bir rol oynarlar. Londra’da Dünya Turizm Fuarı, Rio Karnavalı, Edinburgh Festivali, İstanbul Festivali vb. dünyanın belli başlı şehirlerindeki düzenlemelerde daha çok izleyici çekmek için turizm sezonu da göz önünde tutulur. Bunlardan bazıları öteden beri kökleşmiştir ve artık turist çekmek için bir çaba harcamaları gerekmez. Örneğin, Cannes Film Festivali gibi; bazıları da turizm endüstrisi yaratmaya yönelik olarak üstlenilen düzenlemelerdir. Olimpiyatlar ya da Eurovision Şarkı Yarışması gibi. Sınır turizmi Daha az arzulanan, ancak turizmin önemli bir yanını oluşturduğu da muhakkak olan bir husus da gözden kaçırılmaması gerekir: Bu ise, sınır alanlarında kumar, içki, kötü alışkanlıklarla ilgili tesisler ve komşu ülkede elde edilemeyen ya da pahalı olan mal ya da hizmetlerin miktarlarının çokluğu ve bundan turistlerin yararlanma arzudur.

Herhangi bir yerin (ya da bölgenin, ülkenin) turist çekebilme potansiyelinin üç şeye bağlı olduğu daha önce belirtilmişti. Turizmin temel unsurları ya da turizmin arz kaynakları denilen bu üç şey çekicilikler, erişim ve konaklamadır. Bunların yeterliliği ve de organizasyon turizmde gelişmenin temellerini oluştururlar.

TURİZMDE ÇEKİCİLİKLERE ERİŞİM

Bir ülke ya da bölgenin turizm kaynakları -çekicilikleri- ancak turist oraya erişebilirse kullanılabilir. Ulaşım, her şeyden önce, turizm gelişmesinin etki ve tepkisi olmuştur: İyileşen ulaşım kolaylıkları turizmi teşvik ederken, turizmin yayılma ve gelişmesi de ulaşımı teşvik etmiştir. Turistlerin seyahatleri, mekânsal karşılıklı etkilenmeyi ve insanın yaşadığı ve çalıştığı yerden uzaklara taşınmasını ifade eder. Bu taşınmayı mümkün kılan ulaşım, bu nedenle, turizmin tamamlayıcı bir parçasıdır ve çok büyük sayıda insanın taşınmasını sağlayacağından dev yatırımları ve karmaşık organizasyon şekillerini de gerekli kılar. Turizm faaliyeti mesafe-zaman ilişkisinden büyük ölçüde etkilendiği için ulaşım ve haberleşmeye yaşamsal bir şekilde bağlıdır. Turistin çıkış yeri ile varılacak yer (destinasyon) arasında her hangi bir ulaşım türünün bağlantı kurması gerekir; fiziksel izolasyon ve yetersiz bir ulaşım bağlantısı turizmi açıkça engeller.

Ulaşım sistemi ise

(a) ulaşım araçları (otomobil, tren, uçak vb.); ve

(b) ulaşım araçlarının izleyeceği yol ağlarından oluşur. Ulaşım araçlarının ağlar üzerindeki hareket hızı ise “yolculuk süresi”ni belirler. Her ulaşım sektörünün hız, rahatlık, maliyet ve elverişlilik bakımından üstünlükleri birbirinden farklıdır. Demiryolları: Çağdaş turizm hareketlerinin başlamasında en önemli rolü oynayan sektördür. Thomas Cook’un ilk organize gezisinden sonra demiryolları hem daha büyük kitlelerin yolculuklarını kolaylaştırmış ve hem de maliyeti düşürmüştür. 1870’lerde G.M.Pullman adlı Amerikalının Pullman tipi vagonları ve trende yemek yeme kolaylıklarını keşfetmesi uzun mesafeli seyahatleri daha konforlu hale getirmişti. Karayolları: Otomobil, aslında tatil alışkanlığında devrim yaratmıştır. Gerek gidilecek yerin seçiminde gerekse yolculuğun zamanlamasında ve istenilen anda ara verilmesinde otomobil seyahate hiç bir araçla kıyaslanamayacak çok büyük bir esneklik getirmiştir. I. Dünya Savaşı’na kadar hem pahalı ve hem de az sayıda olan otomobil ve II. Dünya Savaşı’ndan sonra da dünyanın her tarafına yayılmıştır. 1930’larda çift şeritli yolların ortaya çıkması, yolların hızla iyileştirilmesi otomobil yapımında teknolojik ilerlemeleri de hızlandırmıştır. Su Ulaşımı: Suyoluyla ulaşım, büyüklü küçüklü su kütlelerinin aşılmasını sağlayarak diğer ulaşım sektörlerine büyük katkılar yapmıştır. Geçmişte önemi çok daha büyük olan su ulaşımı, havayollarının gelişmesinden önce, Amerika ile Avrupa’nın, İngiliz ve Japon adalarının dünyayla bağlantısını kuran tek ulaşım sektörüydü. Turizmin bugünkü yapısı içinde su ulaşımının esas olarak iki rolü üstlendiği görülür: Birincisi, boğazlar ve benzeri deniz geçişlerinde yolcuların motorlu araçlarıyla birlikte ferryboatlarla taşınması ve “kruvaziyer” (cruising) denilen büyük ölçüde denizde tatil geçirmeye dayanan yolcu gemiciliği. Büyük Daire Yayı ve “Jet Stream” Denizyolları ve havayollarında mesafeyi en aza indirmek için yerküre üzerinde “Büyük Daire Yayı” izlenir. Örneğin Ekvador’daki Quito ile Kenya’daki Nairobi şehirleri arasındaki en kısa yol Ekvator’un izlenmesiyle elde edilir. Londra’dan İspanya’da Valencia’ya gitmek içinse en kısa yol Greenwich Meridyeni’nin (00 boylamı) izlenmesidir. Gerek Ekvator gerekse Greenwich Meridyeni dünyayı iki eşit parçaya böler; dünyayı bu şekilde iki yarım küreye ayıran hatlara ise Büyük Daire denir. Hava Ulaşımı: Turizmde organizasyon ve kitlesel taşımacılık ile havayollarındaki taşımacılık arasındaki ilişki, dünyadaki ekonomik ve toplumsal küreselleşmeye büyük katkıda bulunmaktadır. Özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında havacılıkta meydana gelen ilerlemeler ve paket turlar sayesinde turizmde havayoluyla taşımacılığının payı artmış, daha önce erişilemeyen ve tatile gidilemeyecek kadar uzak sayılan yerler artık turizmin çekim alanı içine girmiştir. Hava ulaşımının en büyük üstünlüğü hızıdır; bu da sınırlı zamanları olanların çok uzun bir sürede erişilebilecek yerlere kolayca ulaşmalarını sağlamaktadır. Zaman Kuşakları Hava ulaşımının sağladığı büyük hız ve zamandan tasarruf önemli bir üstünlük olmakla birlikte, başka ulaşım sektörlerinde görülmeyen sorunlara da yol açmaktadır. Havayolları bir yolcuyla birkaç saat içinde, insan bedeninin uyum sağlayabileceğinden daha hızlı olarak, bir zaman diliminden alıp bir başka zaman dilimine götürmektedir. İnsan bedeninin uyuma ve uyanık kalma ritminin bu yeni gün-ve-gece kalıbına uyum sağlayabilmesi için aradan en az birkaç gün geçmesi gerekir. Bu uyum dönemi süresince hissedilen yorgunluğa “jet lag” denilir; turistin ülkesi ile

gideceği yer arasındaki zaman farkı ne kadar çoksa, bu rahatsızlık da o kadar çok hissedilir.

TURİZMDE KONAKLAMA

Turizmin temel unsurlarının üçüncüsünü oluşturan konaklama, geceleme ve beslenmeyi ifade eden bir kavramdır. Konaklama tesisleri “geleneksel” ve “tamamlayıcı” şeklinde sınıflandırılmaktadır. Otel ve moteller geleneksel konaklama tesisleri olurken; tatil kampları, kampingler, tatil köyleri, ikinci evler, öğrenci yurtları ve benzerleri de tamamlayıcılar grubuna girmektedirler. Oteller, türe ve yıldızlama sistemine (ya da kalitelerine) göre çok çeşitli şekiller gösterirler: Örneğin büyüklüklerine göre küçük-orta-büyük oteller; yıldızlarına göre tek yıldızlı, 2,3,4,5 yıldızlı oteller gibi. Havalimanı, demiryolu vb. ulaşım sektörlerine göre terminal otelleri gibi; konumlarına göre kıyı otelleri, dağ otelleri, şehir otelleri; konaklamanın amacına göre de kaplıca, tedavi, konferans otelleri gibi. Bununla birlikte, otellerin farklı pazarların ihtiyaçlarına tepki olarak farklı şekillerde geliştiklerini de belirtmek gerekir.

DİĞER KOLAYLIKLAR

Konaklama kolaylıkları yanında çok çeşitli tamamlayıcı hizmetlere de sayfiye yerlerinde yine turistler tarafından ihtiyaç duyulmaktadır. Bunlar arasına, yalnızca turistlere yönelik özelleşmiş hediyelik eşya, spor malzemeleri satan dükkânlar, enformasyon büroları vb. gibi çeşitli turistik kolaylıklar değil, eczane, gıda maddeleri, giyim eşyası satan dükkânlar gibi yerel halkın taleplerini karşılamaya yönelik olanlar da girmektedir. Konaklamayı tamamlayıcı tesislerin en önemlisi ve herkes tarafından arananı, yeme-içme kolaylıkları, yani lokanta, restaurant, café vb. yerlerdir.

TURİZMDE ORGANİZASYON

Bir ülke ya da bölgede geliştirilmesi arzulanan turizm sektörü için çekicilikler, ulaşım ve konaklama kolaylıkları ile bunları tamamlayıcı altyapı gibi unsurların bazı kurum ya da kuruluşlar tarafından sağlanması ve sonra da sürdürülmesi gerekir. Bu konuda devlete ve özel sektöre düşen ayrı ayrı görevler vardır. Seyahat Acenteleri ve Turizm İşletmecileri Turizm sektörünün işlemlerini sağlayan devlet ya da hükümetlerin Ulusal Turizm Örgütleri'nin üstlendiği işlev kadar önemli görevler de özel sektöre düşmektedir. Özel sektörün turizm sektörüne yapacağı yatırımlar dışında en önemli işlevi, organizasyonu sağlayan ve kitlelerin seyahatlerini kolaylaştıran seyahat acenteleri yoluyla olmaktadır.

Giriş: Beşerî ve Kültürel Turistik Kaynaklar

Turistik kaynaklar arasında insan eseri ya da bir başka ifadeyle beşeri (kül-türel) kaynaklar da büyük bir çeşitlilik gösterirler. İnsanın doğal peyzaj üzerinde bıraktığı kültürel izler olarak da kabul edilen beşeri eserler, bugün dünya turizm-minde çok önemli bir yere sahiptir. Örneğin, tarihi kalıntılar, izler, müzeler, kül-türel miras kaynakları, yerel, ulusal, küresel organizasyonlar vb. daha pek çoğu beşeri-kültürel turistik kaynaklar olarak örnek verilebilir.

Türkiye'nin Turizm Potansiyeli ve Ürün Çeşitliliği

Türkiye turistik ürün çeşitliliği açısından Dünya ülkeleri içinde rekabet gücü en yüksek turizm ülkelerinden birisidir. Turizmde kaynak olarak değerlendirilen veya değerlendirilme potansiyeli olan birçok doğal veya insan yapısı kaynağa sahiptir. Dünya turizmde birçok ülkenin adı sayılabilir. Bu ülkelerin birçoğu yalnızca birkaç turistik ürün ile tanınmışlardır. İçinde Türkiye'nin de yer aldığı bazı ülkeler ise farklı turizm türlerinin, yılın farklı zamanlarında ve ülkenin çeşitli coğrafi mekânlarında dağılım gösterdiği bir turizm karakterine sahiptirler. Türkiye coğrafi konumu, tarihi, doğal görünümünün çeşitliliği, kültürel zenginliği gibi nedenlerle son derece geniş bir turistik ürün listesine sahiptir.

Doğal ve Kültürel Kaynak Ayrımı ve Tamamlayıcılık

Turizmde başlıca iki kaynak türünden söz etmek mümkündür. Bunlar, doğal ve kültürel turistik kaynaklardır. Doğal kaynaklar, meydana gelişlerinde insan faktörünün yer almadığı oluşumlardır. İklimsel çekicilikler, sıra dışı yeryüzü şekilleri ve oluşumlar, sular ve oluşturduğu çekicilikler doğal kaynaklara verilebilecek bazı örneklerdir. Bir akarsu tarafından derince yarılmış bir kanyon vadi veya volkanizmanın eseri olan bir dağın lav püskürtme anı gibi örnekler doğal kökenli turizm değerleri olarak sayılabilir. Türkiye için örnek vermek gerekirse; Ulubey Kanyonu, Damlatış Mağarası, İztuzu Plajı, Pamukkale travertenleri, peribacaları ve daha birçok oluşum bu grupta ele alınabilir. Doğal olmayan yani beşeri veya kültürel olarak da tanımlayabileceğimiz kaynaklar ise genel olarak insan yapımı veya insan eseri olarak bilinirler. Kültürel değerler, beşeri değerler, insanlığın ortak değerleri gibi farklı adlar ile tanımlanabilirler. Sıra dışı modern veya tarihi bir mimari yapıt veya kültürel bir uygulama doğal olmayan turizm değerleri olarak tanımlanabilir. Türkiye için örnek vermek gerekirse, Göbeklitepe Höyüğü bir kültürel turizm kaynağıdır. Buna ilaveten, Sümela Manastırı, Safranbolu Evleri, Kırkpınar Yağlı Güreşleri, Yayla Festivalleri, Ani Harabeleri, Müzeler, Gastronomik unsurlar, Divriği Ulu Camii, Efes Antik Kenti ve daha birçok örnek kültürel turistik çekicilikler olarak sayılabilir. Turizmde daha önce ikiye ayırdığımızı belirttiğimiz kaynak değerler zaman zaman bir diğerinin tamamlayıcıyı olabilmektedir. Örneğin, Pamukkale Travertenleri doğal bir oluşum olmakla birlikte, çok yakınındaki Hierapolis Antik Kenti ise kültürel bir turizm kaynağıdır. Benzer bir şekilde Kapadokya turizm bölgesinde doğal ve kültürel turizm değerleri iç içe sokulmuşlardır. Örneğin Peribacaları doğal bir oluşum iken, Peribacalarının çevresinde veya vadilerde insan eliyle yapılmış mağaralar ve yer altı yerleşmeleri ise kültürel değerlerdir.

Kaynakların Korunması ve Sürdürülebilirlik

Doğal ve kültürel turizm değerlerinin birçoğu turizm ve diğer nedenlerle yoğun bir kullanım ve bundan kaynaklı bir tahribat ile karşı karşıyadır. Doğal oluşum olarak adlandırdığımız birçok unsurun olası tahribi sonrasında yeniden oluşması ya mümkün değildir ya da binlerce yıllık bir sürece ihtiyaç vardır. Örneğin bir mağaranın tavanından sızan suların damlayarak oluşumuna neden olduğu sarkıtların oluşumu yüzlerce ve hatta sarkıtın boyutu ve suyun bileşimine göre binlerce yıl alabilir. Diğer yandan bir traverten oluşumu için de benzer süreçlerin geçmesi gerekebilir. Bazı doğal oluşumlu değerlerimizin yeniden oluşabilmeleri için gerekli doğal sistemler jeolojik zaman ve morfolojik süreçler nedeniyle mümkün değildir. Örneğin peribacalarının yeniden oluşabilmesi için başta Erciyes olmak üzere, Hasan Dağı, Melendiz Karadağ gibi volkanların yeniden aktif olmaları ve diğer dış kuvvet bileşenlerinin senkronize olmaları gerekir. Herkesin bildiği gibi bu volkanlar sönmekte veya sönmüş olarak tanımlanırlar ve yeniden tuf veya bazalt püskürtmeleri çok zayıf bir olasılıktır. Doğal kaynakların korunması için ulusal ve uluslararası boyutlarda çeşitli koruma sistemleri söz konusudur. Bu koruma statüleri sayesinde dünyanın pek çok yerinde olduğu gibi Türkiye'de de bazı değerler koruma altına alınmışlardır. Kanaatimizce korunmayı bekleyen daha fazla değerimiz bulunmaktadır. Çünkü tekrar hatırlamak gerekirse, doğal kökenli değerlerimizin birçoğunun yeniden oluşma ihtimali yoktur. Kültürel değerler için de benzer koruma çalışmaları vardır. Bunlar da çok isabetlidir. Çünkü her ne kadar insan yapımı olarak düşünülse de bazı kültürel değerler insanlığın yüzlerce hatta birkaç bin yılda

biriktirdiği değerlerdir. Örneğin UNESCO son zamanlarda bunların bazılarını somut olmayan kültürel miraslar olarak koruma programları geliştirmiştir.

Türkiye'nin Jeolojik ve Morfolojik Zenginliği

Türkiye doğal kökenli turizm değerleri açısından eşsiz bir zenginliğe sahiptir. Bu zenginlik büyük ölçüde doğal coğrafi görünümünün çeşitliliğinden kaynaklanır. Türkiye arazisi monoton bir görünüme sahip değildir. Aksine kısa mesafeler içinde farklılaşan görünlere sahiptir. Örneğin jeolojik olarak ülkemizde I-II-II ve IV. Jeolojik zamanların tümüne ait araziler dağılışı gösterir. Ülkemiz morfolojik olarak da son derece çeşitli görünlere sahiptir. Tek dağlar, sıra dağlar, dağların arasında uzanan platolar, kıyı veya iç kesimlerde geniş alanlara yayılan ovalar, vadiler ve daha birçok doğal peyzaj unsuruna kısa mesafelerde rastlamak mümkündür. Bu çeşitlilik turizm türlerinin zenginleşmesine imkân tanımıştır. Yamaç paraşütü sporu, Kanyon sporları, dağ tırmanışları, mağara gezi ve sportif faaliyetleri ve daha birçok aktivite buna örnek olarak sayılabilir. Türkiye'nin doğal turistik kaynakları oldukça çeşitli olmakla birlikte, bunlardan örnek olarak seçilen bazıları aşağıda daha detaylı olarak ele alınacaktır. Bunlar, Peribacaları, Travertenler ve Mağaralardır. Diğer doğal kökenli turistik kaynakları ele almak ciltler dolusu bir yayım sürecini gerektirir. Bu da Türkiye'nin zenginliğinin bir göstergesi olarak belirtilebilir.

PERİBACALARI

Turizm açısından ilgi çekici doğal güzelliklerden olan bu şekiller, genellikle sel yarıntıları arasında sütun ve kule biçiminde yükselmiş, koni ya da silindirik görünümleri olan tipik yeryüzü aşınma şekilleridir. Bunlar, örneğin kule biçiminde olabilecekleri gibi, hemen hemen konimsi, silindirik, doruğu sivri ve oval şekilde de olabilirler. Ancak tepelerinde, daha sert yapılı ve aşınmaya dayanıklı, bir şapka (koruyucu) bulunması gerekir. Yükseklikleri, yer yer 20 ila 30 metreyi bulabilir. Çok sayıda kulenin (Peribacasının) bir arada oluşmuş olması, peribacaları yörelerine uzaklardan bakıldığına, insanlarda kulelerle süslenmiş büyüleyici bir yerleşim yeri izlenimi uyandırır. Peribacası yakıştırmaları da, belki de bundan ileri gelir. İnsanları mekân değiştirmeğe yönlendiren güdülerinden birisi de meraktır. Peribacaları bu merakı fazlasıyla uyandıran bir turistik çekicilik sahasıdır. Yurdumuzda Peribacası ve tüf depolarının insan eliyle işlenmesi sonucu oluşan yapıların en fazla görüldüğü saha, Ürgüp-Avanos-Nevşehir çevresi ile Ak-saray ilinin İhlara Vadisi'dir. Nevşehir ilinde özellikle Ürgüp, Göreme, Uçhisar ve Ortahisar çevresi, peribacaları bakımından, tipik bir bölgelerdir. Çevreye, daha çok Göreme Vadisi veya Göreme Açık hava Müzesi denir ve artık Göreme Tarihi Milli Parkı (1986) adıyla, koruma altına alınmıştır. Bölgeye yönelik turizm hareketleri, doğal ve kültürel değerlerinden kaynaklanırlar. Bu güzelliklerin oluşmasında, arazinin volkanik tüflerden, yani kolay oyu-lup şekillenecek kayalardan meydana gelmesi, en önemli rolü oynamıştır. Belki Üçüncü Jeolojik Zaman sonlarında meydana gelen volkanik püskürmeler, kalın ve yumuşak bir örtü şeklinde birikmiş; Dördüncü Jeolojik Zaman içinde cere-yan eden yüzeysel aşındırma sonucu, çok sayıda peribacası doğmuştur. Bunların bazıları, zamanla insanlar tarafından oyularak, beşerî barınaklar ve çok katlı dini tapınaklar şekline getirilmiştir. Yani doğal peyzaj, zaman içinde kültürel peyzaja dönüştürülmüş, bu da turizm açısından son derece ilgi çekici kaynak değerlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

TRAVERTENLER

Karstik topografya sahalarındaki birikme şekillerinden olan traverten basamakları ya da traverten taraçaları şekillerine, litolojik yapısı kalker ve jips olan her bölgede rastlanabilir (Bu bölgeler, aynı zamanda da, mağaralara sık rastlanan bölgelerdir). Örneğin Antalya ovaları, büyük çoğunluğuyla traverten düzlükleri üzerinde gelişmişlerdir. Kentin yerleşim alanının bir bölümü de, zaten bu şekiller üzerindedir. Kent içinde ve hemen İç Kale yat limanının doğusundaki II. Düden Çağlayanı da, böyle bir taraça yamacından denize dökülür. Ülkemizde traverten oluşumlarına karstik topografya arazilerinin yayılışı gösterdiği alanlarda sıkça rastlanır. Ancak turistik çekicilik özelliğine sahip olan bir-kaç yer vardır. Bunlardan ikisi (Denizli Pamukkale ve Van-Başkale Akçalı travertenleri) önemli birer turistik kaynak değer olup, şimdilik bunlardan yalnızca Denizli-Pamukkale yöresi travertenlerinden turistik amaçlı faydalanılmaktadır. Bu doğa harikası, termal suların erittiği kireçtaşı tortularının, bu sıcak suların akış yatağı boyunca ve çevresinde yığılması sonucu oluşmuş, kireçtaşı tortuları basamakları veya yığınlarıdır. Bunlara da traverten basamağı (sekisi) denir. Traverten oluşumunda, yurdumuzun ilk akla gelen doğa harikası, Denizli-Pamukkale yöresidir. Hatta bu ilginç doğal oluşumu, çok turist çekmesi ve giderek iyi tanınması nedeniyle, bazı kurum ve kuruluşların (Pamukkale Üniversitesi, oteller, lokantalar ve pastaneler gibi) ve ulaştırma firmalarının (otobüs ve taksi işletmeciliği gibi) adı bile olmuştur. Bunlarla birlikte Pamukkale, ülkemizin turizm marka imajının oluşmasında önemli bir paya sahiptir. Pamukkale ve Hierapolis antik kenti çevresi 1988'den beri UNESCO Dünya Kültür Mirası listesinde yer almaktadır. Sahanın, çok turist çekmesinin bir diğer önemli nedeni ise, jeokültürel turistik potansiyel çekim gücü olarak göze çarpar. Daha açık bir ifadeyle Pamukkale, aynı zamanda da, bir termalizm (sıcak su tedavisi) merkezidir. Çevrede; sıcaklığı minimum 35 °C, maksimum 100 °C (derin sondajlarda su-buhar elde edilebilir) arasında değişen ve akım ortalamaları 328 lt/sn. ile 581 lt/sn. arasında değişen, ortalama akımı (debi) 465 lt/sn.'yi bulan, üç önemli termal kaynak vardır. Bu suların kimyasal bileşiminde potasyum, sodyum, kalsiyum,

magnezyum, demir ve alüminyum gibi iyonlar ile klorür, nitrat, sülfat, hidrofosfat ve hidrokarbonat gibi anyonlar vardır. Ayrıca, radyoaktivite derecelerinin de yüksek olması nedeniyle, bunlarda banyo yapılması, yani dıştan tedavi yoluyla, bazı hastalıklara iyi gelirler. Çok ilgi görmelerinin nedenlerinden biri de, bu sulara kür yapılmasıdır. Bu iki önemli faktör, bugün Pamukkale turistik çekim merkezi gibi, önemli bir merkezin oluşmasına yol açmıştır. Eski Çağ'dan beri yararlanılan bu termal su-lar, 1967'de Denizli kenti belediye yönetimince yaptırılan üç genel havuz ve ayrıca, bir aile havuzuna alınmışlardır. Yine açık havada, traverten seki düzlüklerindeki doğal gölcüklerde de banyo alınabilir. Restorasyon çalışmaları ile Pamukkale ha-mamları, çağdaş tesisler durumuna getirilmişlerdir. Pamukkale travertenlerinden sonra ülkemizin turistik açıdan potansiyeli en yüksek traverten oluşum sahası Akçalı travertenleridir. Bu traverten oluşum sa-hası Doğu Anadolu Bölgesinde, Van İli'nin Başkale ilçesi, Akçalı Köyü sınır-ları içinde yer alır. Traverten sahası Van kentine 156, Hakkâri kentine ise 87 km uzaklıktadır. Saha literatüre, Elmacı ve Sever'in (2006) Doğu Coğrafya Dergisi'nde yayınladıkları "Doğal Bir Anıt: Akçalı Travertenleri" adlı bilimsel çalışma ile ka-zandırılmıştır. Yazarlar, Akçalı travertenleri için Pamukkale'nin minyatürü benzet-mesini yapmışlardır. Daha sonra bu travertenler için basında Van'ın Pamukkale'si benzetmesi de yapılmıştır. Sahanın tanıtım, ulaşım, turistik altyapı yatırımları gibi bir takım eksiklikleri giderildiği takdirde bölgesel ve yakın komşu ülkelerden ge-lecek yabancı ziyaretçiler için önemli bir çekim gücü sahası olması muhtemel-dir. Akçalı travertenlerini çevresi ile bir bütün olarak düşünüp, planlamaları, Van Gölü, Muradiye Şelalesi, Akdamar Adası, Van Kenti turizm birlikteliği ölçeğinde hazırlamanın yerinde olacağı kanaati taşımaktayız.

MAĞARALAR

Karstik aşınım şekillerinin en tipiklerinden biri de, mağara denilen yer altı ve yerüstü boşluklarıdır. Bunlar, aslında büyük yer altı oyukları, diye tanımlanırlar.. Ancak oyulma yönü, yer altı derinliklerine doğru (kuyu biçimin-de), yani düşey (dikey olabilecekleri gibi, yatay da oyulmuş olabilirler). Mağaralar, doğal oluşumlu oldukları gibi, aynı zamanda insan eseri de olabilirler. Nitekim ülkemiz ve dünyanın farklı bölgelerinde her iki gruba ait mağara örnekleri vardır. Hem doğal hem de insan eseri mağaraların turizm açısından önemli yerleri vardır. Mağaraların pek çoğu suların eritme süreci ile ve özellikle karstik bölgelerde oluşmuşlardır. Bazıları, yatay ve düşey doğrultuda gelişmiş, karmaşık (girift) plan-lı, çok katlı ve yüzlerce metre uzunlukta mağara sistemleri oluşturur. Basit bir ma-ğaranın başlıca şekil elemanları şunlardır: Giriş (mağara ağzı), salon veya salonlar, tavan-taban, galeri (ler), mağara gölleri ve kuyular. Dünyadaki benzer örneklerinde olduğu gibi, Türkiye mağaralarının da, tipik bazı özellikleri vardır. Öncelikle bunların büyük çoğunluğu, jeo-ekonomik turis-tik kaynaklar durumundadır. Bu nedenle de, birer turistik çekim gücü taşıyıcısı doğal kaynaklar olarak önem taşırlar. Bu yönüyle de, yurdumuz çok zengindir. Az önce belirtildiği üzere, sadece jipsli-kalkerli-dolomitli formasyonlar değil, bunlarla birlikte, volkanik formasyon bölgeleri de mağara oluşumuna çok uygun bölgeler durumundadır. Herhangi mağaranın turizme kazandırılabilmesi için öncelikle belirlenmesi gereken başlıca özellikler şunlardır:

9. Mağaranın adı,

10. Coğrafi konumu (il, ilçe, köy, mevki, deniz düzeyine göre yüksekliği, ko-ordinatları gibi),

11. Toplam uzunluğu ve derinliği (boyutları ile ilgili ölçüm değerleri),

12. Jeolojik ve jeomorfolojik özellikleri,

13. Klimatolojik özellikleri (iç havasının sıcaklığı, nem oranı, havasının bile-şimi gibi özelliklere-mağara klimatolojisi-denilmektedir),

14. Hidrografik özellikleri

15. Zoolojik ve fitolojik özellikleri

16. Tarihsel özellikleri

DÜNYA TURİZMİNİN BÖLGESEL KALIBI

Avrupa dünyanın en çok turist ve döviz çeken bir numaralı turizm bölgesidir. Avrupa'nın ardından Dünya Turizm Örgütü tarafından küresel ölçekte tek bölge olarak alınan Amerikalılar (en çok A.B.D.) uzun yıllar ikinci iken artık üçüncü durumdadır. Dünya turizm hareketinin yakın zamanlarda en hızlı büyüme oranını sergilediği Doğu Asya/Pasifik bölgesi ise artık ikinci duruma yükselmiştir (Çin etkisi).

AVRUPA'DA TURİZM

Avrupa, dünyanın en gelişmiş turizm bölgesidir ve küresel ölçekte öteden beri de dünyada en çok turist çeken bölgeyi oluşturmaktadır. Özellikle Güney (286.2 milyon dolayında turist) ve Batı Avrupa (203.6 milyon turist) uluslararası turizmin halen dünyadaki en büyük iki pazarı durumundadır. Avrupa'da halen en çok turist alan ülkeler ise Fransa, İspanya, İtalya, Almanya ve İngiltere'dir. Avrupa'da Turizmin Yöneldiği Alanlar Avrupa'da güneş-deniz-kum tatili için güneye gitmek genel bir eğilim halinde belirmiştir. Kuzeyden güneye olan akış bir "yaz göçü" şeklindedir. Farklı ülkelerin, bir ülkenin bir başkasına olan çekiciliğine ve belirli sayfiyelerin moda olma durumuna göre, farklı "favori" yer (destinasyon) tercihleri vardır. Örneğin, Kanarya Adaları'na gelen turistlerin milliyetleri onların bu konuda ne kadar özelleştiklerini ortaya koymaktadır: Büyük Kanarya ve Fuerteventura Almanların egemenliğinde olurken, Tenerife ve Lanzarote "İngilizler" tarafından sanki kolonize edilmiş gibi görünmektedirler.

FRANSA'DA TURİZMİN BAŞLICA ÖZELLİK VE ALANLARI

Fransa çok çeşitli turizm kaynaklarıyla tanınan bir ülkedir: Farklı iklim ve kıyı tipleri, çekici, bozulmamış kırsal alanlar, dağlık bölgeler, tarihi ve arkeolojik zenginlik, Fransa'nın çeşitlilik gösteren kültürel yaşamı ve de mutfağı. Ayrıca Fransa, özellikle şatolarıyla bağlantılı şarap, konyak (Cognac bölgesinde), şampanya (Champagne bölgesinde) ve başka içkileriyle de ünlüdür ve yalnızca bunları tatmak için bile turlar düzenlenmekte ya da organize turlara böyle bir deneyim de eklenmektedir. Fransa'ya ülke dışından gelenler açısından dış turizmin yöneldiği alanlar daha dar kapsamlıdır ve Paris, Cote d'Azur ve Alpler'de odaklaşmıştır. Paris Şehri ve çevresi Tam ortasında Paris şehrinin yer aldığı Paris Havzası aslında Seine Nehri havzasından meydana gelir. Paris Havzası'nın kırsal alanları hoş bir ortam sunduğu için turistlerden çok Paris şehri halkının günlük ve hafta sonu rekreasyon taleplerini buralarda karşılar. Burada, doğal olarak, Paris başlı başına bir çekiciliktir. Fransız Rivierası ve diğer Akdeniz kıyıları Fransız Rivierası, doğudan batıya doğru uzanan, Alplerin soğuk kuzey rüzgârlarına (örneğin Mistral) karşı koruduğu bu kıyıları, kış turizmini de teşvik eden, ılıman bir kış iklimine sahiptirler. Kıyı kesiminin arızalı bir yapıda olması nedeniyle oldukça dar bir kıyı şeridi vardır. Avrupa'da turizmin başladığı dönemden beri Côte d'Azur moda bir sayfiye yeri olma özelliğini kaybetmemiştir. Fransa'nın tüm kıyı kesimi ün kazandığı Fransız Rivierası halinde değildir. Fransa'nın Akdeniz kesimi genelde üç parça halinde kabul edilir. Bu üç kısım:

- a) Fransız Rivierası: İtalya sınırından Marsilya'ya kadar uzanan ve Côte d'Azur olarak bilinen kesim;
- b) Camargue: Marsilya ile Nîmes arasında, Rhône Deltası'na denk düşen kesim;
- c) Languedoc-Rousillon kıyısı: Nîmes'den İspanya sınırına kadar uzanır. Fransız Alpleri ve Fransa'nın diğer dağlık Kesimleri Aslında beş (İsviçre, Avusturya, Almanya, İtalya, Fransa) ülke sınırları içinde uzanan Alp Dağları'nın Fransa sınırları içinde güneybatı ucu kalır. Alpler, kuzeyde Avrupa'nın en yüksek tepesi Mont Blanc'da 4807 metreden başlayıp, güneyde Akdeniz kıyısında Provence'da Alçak Alpler olarak 2000-3000 m arasında sona ererler. Her ne kadar yaz ziyaretçileri kış sporları için gelenlerden daha fazlaysa da bölge, esas olarak, kayak kolaylıklarıyla tanınmıştır. Alpler dışında da Fransa'nın dağlık kesimleri vardır.

İSPANYA'DA TURİZMİN BAŞLICA ÖZELLİK VE ALANLARI

Dünyanın en çok turist çeken ilk üç ülkesi arasında yer alan İber Yarımadası'nın büyük ülkesi İspanya, Akdeniz'deki kitle turizminin de odak merkezidir. İspanya turizmi II. Dünya Savaşı'ndan beri sürekli bir büyüme göstermiş ve bu büyüme ülkenin daha çok Akdeniz kesiminde, kıyı ve adalarında yoğunlaşmıştır. Yabancı turistlerin İspanya'da yöneldikleri alanlar çok çeşitli olmakla birlikte, genelde belirli yerlerde toplanmalar gösterir. Daha önce belirtildiği gibi, konaklama miktarlarına göre otellerdeki konaklamaların beşte bir kadarı Balear Adaları'nda, yüzde on kadarı da Kanarya Adaları'nda (en çok Las Palmas ve Tenerife'de) toplanmıştır. Aslında İspanya'nın turizm bölgelerine çok geniş olarak üç açıdan bakılabilir:

- a) İç kesimler,

b) Kıyılarda çekiciliklerin yoğunlaşma alanları,

c) Adalar. İç Kesimler Dümdüz, monoton manzarasıyla yüksek bir plato halindeki bu iç kesim yer yer plato yüzeyinde yükselen doğu-batı doğrultulu dağlar tarafından kesilir.

Bir yarım daire şeklinde uzanan sıradağlar kuzey, doğu ve güney sıralarıyla platoyu çevrelerler.

İspanya'nın kıyılardan uzakta önemli miktarda turist alan tek yeri bu kesimdeki başkent Madrid'dir.

Akdeniz Kıyısı İspanya'nın Akdeniz kıyısı boyunca bir dizi ünlü kıyı sıralanmıştır. Bunlardan birincisi

Fransa sınırından başlayıp Barcelona'nın 60 km kadar kuzeydoğusundaki Blanes'e kadar uzanan Costa

Brava kıyısı oldukça arızalı bir yapıya sahiptir (adı da buradan geliyor). Turizm açısından genelde çok

yoğun bir yapılaşma düzeyine varılmıştır. Diğer kıyılar da çeşitli adlarla (Costa Bianca, Costa del Sol

vb.) anılarak Akdeniz kıyısı boyunca uzanırlar. Diğer kıyılar Akdeniz kıyısı İspanya'da turizmin

gelişmesinin ana toplanma alanıysa da, Atlas Okyanusu kıyısı da büyük bir potansiyele sahiptir. Costa

de la Luz Cebelitarık'dan Portekiz sınırına kadar uzanır. Hıristiyanlık açısından önemli bir yer olan ve

çok ziyaret edilen Santiago de la Compostela da bu kesimdedir. Ayrıca Biscay Körfezi'ne bakan Bask

bölgesinin Bilbao, Santander ve San Sebastian şehirleri de, kitlesel ölçüde turist çekemezlerse de, bu

kesim için önem taşırlar. Balear Adaları Barselona'nın 200 km güneyinde, Valencia'nın da 240 km

kadar doğusunda uzanan bu adaların en büyüğü Mayorka'dır (Mallorca) ve turizm faaliyetlerinin

merkezi de bu adadır. Konaklama kolaylıklarının kalıbı İngiliz ve Alman pazarlarına göre çizilmiştir.

Kanarya adaları Afrika kıyılarından açıkta uzanan bu adalar Akdeniz havzasının çok dışında kalırlar.

Siyasal bakımdan ve ekonomik olarak İspanya'yla bütünleşmişlerdir.

İTALYA'DA TURİZMİN BAŞLICA ÖZELLİK VE ALANLARI

İtalya, turizm endüstrisini yüzyıldan daha fazla bir zaman önce kurmuş bir ülkedir. Kıyılardan başlayıp

kış sporları merkezlerine, tarihsel şehirlerine kadar uzanan çok farklı turizm çekiciliklerine sahip olan

İtalya, uluslararası turizmden de büyük bir pay almaktadır. Turizmin İtalya'da ağırlığı, bir döviz

kaynağı ve istihdam yaratıcı sektör olarak görülmesi de eklendiğinde, daha da çok hissedilir. Bu yüzden

de, turizm İtalya için öncelikli sektördür; bu öncelik ülkenin özellikle güney kesiminde daha çok önem

taşır. Turistler ülkenin zaten kalabalık olan kuzeyinde toplanmış, turizm ülke düzeyine eşit

dağılmamıştır. Doğal bakımdan İtalya, kuzeyden güneye doğru, her birinin diğerinden farklı turizm

kaynakları ve iklim koşulları olan aşağıda sıralanan dört ana bölgeye ayrılır Kuzey İtalya-İtalyan

Alpleri Alplerden İtalya'nın payına düşen ana Alplerin güneye bakan yamaçları ve Po havzasına doğru

alçalan Ön Alplerin güney kesimleridir. İklim koşulları da tipik alpin özellikler taşır: Yani, yağışların

maksimuma ulaştığı yaz ve nitelikli kar birikmesine izin veren soğuk ve güneşli kış koşullarına. Kuzey

İtalya Ovası Po havzası İtalyan sanayisinin kalbidir; bölgenin batı ucundaki Milano ve hinterlandı

üzerinde odaklaşan çok büyük bir nüfus toplanma alanı oluşmuştur ve hatta bu alan "İtalyan

Megalopolisi" olarak da kabul edilmektedir. Turizm bu bölgedeki çekicilikler etrafında yoğunluk

gösterir. Apenninler ve İtalya Yarımadası Apenninler, İtalyan yarımadasının belkemiğini oluştururlar.

500 km uzunluğu boyunca Sicilya'ya kadar kuzeybatı-güneydoğu doğrultusunda uzanırlar, birdenbire

doğu-batı doğrultusuna yönelirler. Bunlar da Kuzey, Orta ve Güney Apenninler olarak üç fiziksel kuşağa

ayrılabilirler. Kıyılar İtalya'nın bütün kıyı kesimleri içerilerden daha az yağış alırlar ve daha

karakteristik bir Akdeniz iklimine sahiptirler. Bununla birlikte, kıyı her tarafta aynı derecede gelişme

gösterememiştir. İtalya kıyıları her biri farklı fiziksel özellikler ve farklı turizm gelişme düzeyleri

gösteren alt bölümlere ayrılmaktadır (Amalfi, Adriyatik kıyıları vb.gibi).

DİĞER BAZI AVRUPA ÜLKELERİ

Avrupa, tüm ülkeleriyle çekicilik oluşturan dünyanın bir numaralı turizm bölgesidir. Ancak, yukarıda

ele alınan 3 ülkeden de ibaret değildir. Örneğin dünyada en çok turist çeken ülkeleri arasında Birleşik

Krallık 7. ve Almanya 9. sıradadır. Ancak burada tüm Avrupa ülkelerine ayrıntılı olarak

değinilemeyecektir.

BİRLEŞİK KRALLIK

Birleşik Krallık olarak anılan ülke İngiltere, İskoçya, Galler, Kuzey İrlanda ve bunlarla birlikte

Channel Islands ve Man Adası'ndan oluşmakla birlikte, genelde daha kısa bir ad gibi gelen "İngiltere"

olarak anılmaya devam edilmektedir. Büyük Britanya'da iç turizm yüzyıldan fazla bir süre öncesinde

kurulmuş gelişmiş bir pazara sahiptir. Dış turizmden gelen turist sayısı 37.6 milyon dolayındadır.

Gelen gelir 51.5 milyar \$ (6.sırada) olurken, harcamaları çok daha fazla olarak 71.7 milyar \$ ile 4.

durumdadır.

ALMANYA

Almanya, dünyanın en çok turist çeken 9. ülkesi durumundadır. Turizm gelirlerinde de 56.2 milyar \$ ile

5. durumdadır. Ancak turizm harcamalarında 97.6 milyar \$ ile 3. sırada yer alarak bu konuda büyük

açık vermektedir. Almanya'da yabancı turistler için özellikle çekici olanlar büyük ve tarihi şehirler ile

diğer tarihsel yerleşmelerdir –örneğin merkezi yaylalar kesiminde modern sanayi gelişmesinin

uğramadığı Heidelberg gibi. Bavyera eyaleti ve ormanları, Karaormanlar, Berlin, Münih ve başka

şehirler yanında, Avrupa Merkez Bankası'nın yer aldığı Frankfurt da çekicilikler arasındadır.

İSVİÇRE VE AVUSTURYA

İsviçre ve Avusturya esas Alp ülkeleri olarak bilinirler; her ikisi de, başka birçok özelliklerine rağmen

adeta Alplerle özdeşleşmişlerdir. İsviçre, 10 milyona yakın turist miktarıyla (geçişleri sıkı tuttuğu için azalma var) daha gerilerde kalmakla birlikte, 20.1 milyar turizm geliri elde etmektedir. Avusturya ise İsviçre'nin iki misli büyüklüktedir fakat Alplerin kapladığı alan iki ülkede de eşittir. Daha çok Almanlardan oluşan 29.5 milyon turist (2017) çeken ve dünyada üst sıralarda yer alan Avusturya'da turizm çok yoğun bir şekilde Alplerde toplanmıştır (başkent Viyana'yı saymazsak).

ASYA-PASİFİK’TE TURİZM

Dünyada en çok turist çeken küresel bölge Avrupa’dan sonra ikinci bölge olan Pasifik, daha doğru bir deyişle “Asya-Pasifik” dünya iklim bölgelerinin hemen hepsini kuşatarak uzanan çok geniş bir bölgedir. Asya-Pasifik bölgesi içinde yer alan alt-bölgeler arasında Dünya Turizm Örgütü’nün “Kuzeydoğu Asya” olarak ayırt ettiği bölge en çok turist çekmekte ve dünyanın en yoğun nüfus topluluklarından birkaçının da yaşadığı alanı oluşturmaktadır. Görece çok turist çeken diğer bölge ise Güneydoğu Asya olmuştur. **KUZEYDOĞU ASYA: ÇİN, JAPONYA VE DİĞERLERİ**

Asya-Pasifik havzasında en çok turist çeken alt-bölge olan Kuzey-Doğu Asya Çin, Moğolistan, Japonya, Koreler, Tayvan, Hong Kong ve Makao’yu içine alır. “Ticari uçuşlar başladığından beri küresel seyahat endüstrisini vuran en büyük olgu Çin turizmi olmuştur” diyor 10 Nisan 2013 tarihli CNN International’deki uzun yazının başlangıcı. Gerçekten de inanılmaz rakamlar ortaya çıktı: Dünya Turizm Örgütü’ne göre 2015’e kadar 100 milyon Çinli ülkesi dışına bir tatil gezisi yapacaktı ama daha 2012’de zaten 83 milyon Çinli ülkesi dışında 102 milyar doları uluslararası turizme harcamış durumdaydı –Alman ve Amerikalıları geride bırakarak. Özellikle de Güney Kore, Hong Kong ve Tayland gibi yakın ülkelere akıyorlar. Çin’deki bu büyüme eğiliminde ağır basan olgu geçmişte başka ülkelere (örneğin Tayvan, Makao, Hong Kong, Güneydoğu Asya ülkeleri vb.) göç etmiş etnik Çinlilerin anavatanlarını –özellikle Hong Kong üzerinden- ziyaretleri olmuştur. Beijing ve çevresi Ülke başkenti Beijing (ya da geçmişte çok kullanılan adıyla Pekin) “turizm göçü”nün de en önemli destinasyonudur. Beijing tarihsel açıdan çeşitli ve zengin kaynaklara sahiptir: “Şehir içinde şehir içinde şehir” diye anılan, hemen merkezi kesimde yer alan Yasak Şehir (Kraliyet Sarayı Müzesi) 15. yüzyılda inşa edilmiştir. Büyük Çin Seddi’nin bazı kısımlarına da Beijing’den kolayca erişilebilmektedir. Çin Seddi MÖ 770-221 arasındaki dönemde inşa edilmiştir; çeşitli kısımlar, daha sonraki nesiller tarafından, değişik zamanlarda onarılmış ve yeniden inşa edilmiştir. Orta Çin Onbir hanedanlığa başkent olmuş tarihi Şian (Xi’an) şehri orta Çin’in ana çekim merkezidir. Çok iyi korunmuş bu şehrin sur ve hendekleri Ming hanedanlığı zamanından (1374-178) kalmadır. 1974’deki kazılar sırasında ortaya çıkarılan, imparatorla birlikte gömülmüş bronz atlı arabaları ve oklarıyla 6000 insan boyu topraktan yapılmış savaççı ve asker yine burada yer alır. Halen Şian’ın en önemli turizm çekiciliği burasıdır fakat başka birçok tarihsel yapı bulunmaktadır. Hong Kong Eski sömürgeler Hong Kong ve Makao da milyonlarca turist çekerler. Yüz yıl süreyle İngiliz kontrolünde kalan Hong Kong’un 1997 Temmuzunda Çin’e geçmekle birlikte, bir sanayi ve ticaret merkezi olarak geliştiği kapitalist ekonomik yapısını en az 50 yıl süreyle koruyacağı açıklanmıştır. Makao Çok küçük (21.5 km2) bir eski Portekiz sömürgesi olan Makao da, Hong Kong gibi Çin’e geri verilmiştir. İnci Nehri (Pearl River) ağzında yer alan Makao’nun iklimi, yıllık ortalama sıcaklığın 200C’nin biraz üzerinde olduğu, yaz aylarında yüksek nem oranının meydana geldiği, ılıman-sıcak arası özellikler taşımaktadır. Japonya Japonya 1987’de uygulamaya konulan “On Milyon Programı” uyarınca 1991’e kadar 10 milyon Japon’un dış geziler yapmasını teşvik etmiş ve hedefe 1990’da varılmıştı. Yakın yıllarda Japonlar bu kez kendi ülkelerine turist çekme programına giriştiler. Bir denge sağlamak üzere 21. yüzyıl için “İki Yönlü Turizm 21” (TWT21) programını hazırlamıştır. Japonya’nın yakın yıllarda ekonomik büyüme hızının düşmesi ve bazı kırsal kesimlerinin ve eski sanayi bölgelerinin yatırım ihtiyacı içinde olmaları, Japon hükümetini yeni programlar hazırlamaya zorlamıştır. Turizm ve rekreasyon da bu alanlar için en iyi çözüm olarak görülmüştür.

GÜNEYDOĞU ASYA: BAŞLICA ÜLKELER

Asya-Pasifik havzasının ikinci büyük turizm alt-bölgesini Güneydoğu Asya oluşturmaktadır. Bu bölgede en çok turist çeken ülke dünya sıralamasında 10. durumdaki Tayland’dır. Malezya Malezya Yarımadası ile Borneo Adası’ndaki Sabah ve Sarawak’dan meydana gelen Malezya’nın Singapur’la sınırın açık olması, çok sayıda Malezyalının Singapur’a geçmesini sağladığı gibi, Singapurluların da Malezya’ya tekrarlayan ziyaretler yapmasını kolaylaştırmıştır. Malezya -özellikle yarımadada- turizm bakımından Singapur’a çok büyük ölçüde bağımlıdır; bu ülkeye yapılan 26 milyon dolayındaki ziyaretlerin yarısından fazlasını Singapurlular gerçekleştirirler. Endonezya Endonezya, hem yüzölçümü hem de nüfus bakımından dünyanın en büyük ülkelerinden birisidir. 269 milyonla dünyanın dördüncü büyük ülkesi olurken, aynı zamanda da dünyanın en çok Müslüman nüfusa sahip ülkesidir. Toprakları, okyanus üzerinde 4500 km’den fazla bir uzunluk oluşturacak şekilde dağılmış 13,667 adadan meydana gelmiştir. Aslında Bali, Cava, Borneo ve Sumatra gibi adaların adları turizmde Endonezya’dan daha çok ün yapmışlardır. Singapur Küçük şehir-devlet Singapur son derece modern batı tarzı gelişme

göstermiş bir iş ve iletişim merkezidir; kısa süreli kalıplara dayanan bir “iş turizmi” geliştirmiştir. Ancak, dünyanın en çok turist ve turizm geliri çeken belli başlı ülkeleri arasında yerini almıştır. Vietnam Vietnam’ın kaynakları ise daha çok kıyıyla bağlantılıdır. Etnik ve macera turizmine uygun yerler de vardır. Büyük bir savaştan çıkan Vietnam aradan geçen zamanda turist sayısını 13 milyonun üzerine çıkarmıştır ama gelirleri düşüktür. Filipinler Filipinler, en büyükleri kuzeyde Luzon ve güneyde de Mindanao olan 7,100’den fazla adadan meydana gelmiştir. Bu da kıyılarının çok büyük bir uzunluk oluşturduğu anlamına gelir. İklimi kasımdan mayısa kadar süren bir kurak dönemi olan tropikal muson iklimidir; dolayısıyla da turizmin gelişmesine çok elverişli bir temel oluşturmaktadır. Ancak toplumsal sorunları vardır. Okyanusya: Avustralya, Yeni Zelanda ve adalar Başlangıçta tamamen Avrupalılar tarafından yerleşilen (18.yüzyıl sonundan başlayarak) Avustralya ve Yeni Zelanda halen kişi başına en yüksek gelirlerden birisine sahip gelişmiş birer ülke olarak iç turizmde yüksek bir rekreasyon ve tatil talebiyle karşı karşıyadırlar. Avustralya daha çok yabancı turist çekiyorsa da (8.8 milyon) her iki ülkede de uzaklık turizm açısından olumsuz bir faktördür. Avustralya’ya gelen yabancıların önemli bir kısmını oluşturan Yeni Zelandalılardan sonra Çinliler ve Malezya, Hindistan gibi başka Asya ülkelerinden gelenlerin sayısı da gittikçe artmaktadır. Yeni Zelanda’yı da en çok Avustralyalılar ziyaret etmektedir.

GÜNEY ASYA

Bölgenin kültürel kaynakları çok çeşitli ve çok zengindir: Pakistan’daki eski arkeolojik sitlerden başlayıp Hindistan’daki Hintli ve Moğol mimarisinin şaheserlerine, modern Müslüman, Hindu ve Budist kültürlerine ve yaşam tarzlarına kadar turistlere değişik deneyimler kazandıracak çeşitlilikler vardır. Bu alt-bölgede hatırı sayılır miktarda turist çeken ülke Hindistan’dır (15.5 milyon) ama nüfusuna göre çok az sayılan bu miktarla dış turizmde henüz çok büyük bir paya sahip değildir. İç hareketlilik turizmden çok rekreasyon amaçlı ziyaretlerden oluşmaktadır. 1.4 milyara yakın nüfusun Hindistan’da rekreasyon kaynakları üzerinde, özellikle de şehirlerdeki baskısı korkunçtur ve kaynaklar yetersiz kalmaktadır. Aslında turisti çekecek çok çeşitli coğrafi kaynaklara sahiptir ama yoksulluk bunların turizm amaçlı kullanımını engellemektedir.

AMERİKALAR'DA TURİZM

Amerika kıtasının fiziksel, ekonomik ve toplumsal bakımlardan gösterdiği coğrafi farklılıklar turizmde de gözlenir. Farklılıkların başında kıtanın kuzeyi ve güneyi arasındaki kalkınmışlık farkı gelir: Kuzey Amerika'nın kuzeyindeki iki ülke (ABD ve Kanada) gelişmiş dünyanın önde gelen, dünyanın ekonomik çekirdeği sayılan iki ülkesi olurken, Meksika dâhil, daha güneyde kalan ülkeler ve komşu Karayiplerde yer alanlar ise gelişmekte olan dünyanın, gelişme sürecinin değişik aşamalarında bulunan ülkeleridir. Amerika kıtasına gelen turist sayısı yakın zamanlarda yıllık yüzde 3'ün biraz üzerindeki bir artış hızıyla önce 128 milyonu aşmış, 2001 yılında, 11 Eylül krizi nedeniyle düşmeye başlamış ve 2003'te yeniden artmaya başlamıştı. Bölge halen turist sayısını 143 milyona yaklaştırmıştır. Amerikalılar bölgesinde diğer alt-bölgeler ise çok geniş bir alanda uzandıkları ve çeşitli çekiciliklere sahip oldukları halde, yeterli miktarda turist çekememektedirler. Bunun nedeni, kalkınmışlık/gelişmişlik farkıdır. Bu bölgelerde artış hızı da dikkat çekici değildir. Buna karşın Amerika Birleşik Devletleri 2017'de dünyada turist çeken 3. ülke olarak 76,941,000 turist almış, Kanada ise 17. sırada yer alarak 20,798,000 turist çekmiştir.

KUZEY AMERİKA'DA TURİZM

ABD, Kanada ve Meksika'dan oluşan bu alt kıtada yer alan iki ülke, ABD ve Kanada, dünyanın "ekonomik çekirdek" denilen ülkelerinin başında gelirler. Karasal büyüklüğü 20 milyon km² ile kuzeyde Kuzey Kutup Dairesi'nden, güneyde Yengeç Dönencesi'ne kadar uzanırken, iklimi de kutupsaldan başlayıp subtropikale kadar çeşitli tipleri içine almaktadır. Bununla birlikte, Kuzey Amerika'nın da turizm açısından en önde gelen kesimleri Akdeniz (batı kıyısı) ve subtropikal (güney) iklim alanlarıdır. Çok geniş bir alan kaplayan Kuzey Amerika'da doğal özellikler de çok büyük boyutlardadır ve çok da büyük bir çeşitlilik sunarlar; çöller, dağlar, ovalar, sulak alanlar, ormanlar ve kıyılar, şehirler, sayfiyeler gibi. Dünya Turizm Örgütü'nün bölge ayrımında Kuzey Amerika'yı oluşturan üç ülkeden Meksika, geçiş konumu ve farklılığı nedeniyle, bu derste Karayiplerle birlikte ele alınacaktır.

Amerika Birleşik Devletleri

Ülke olarak büyüklüğü, nüfusunun zenginliği ve hareketliliği, buradaki turizm tercihlerinin Avrupa'dakinden çok değişik olmasına yol açmıştır. Bir Avrupalının yurt dışına tatile gittiği mesafe, yaklaşık olarak, bir Amerikalı için hafta sonu ikinci evine gittiği mesafeye denk düşmektedir. Bir Amerikalının San Francisco ile New York arasında kat ettiği mesafe (4,100 km) ise Avrupalı için 10 ülkenin sınırını geçmek demektir. Amerikalılar, kendi ülkeleri içindeki gezileri yanında, öteden beri, uluslararası turizme de en çok katılanlardan birisi olarak da bilinirler ve hemen hemen dünyanın birçok bölgesine giden turistler arasında en büyük grubu Amerikalılar oluşturur. Ancak bazı yıllar bu durum değişir. Amerikalıların turizmle ilgili davranışlarındaki değişikliklerin bunda rolü varsa da, yolculukları daha çok \$'ın değer kazanma ya da yitirmesinden etkilenir; hatta, Amerikalıların uluslararası seyahat davranışlarını "Big Mac İndisi"ni belirler. ABD için istatistikler açısından önemli bir nokta da, Pasifik'teki ellinci eyalet olan Hawaii'ye yapılan yolculukların iç turizm olarak kabul edilmesidir. ABD'ne gelen turistlerin başında Kanadalılar, Meksikalılar, İngilizler, Japonlar, Alman ve Çinliler gelmektedir. 20-25 milyon dolayında Kanadalı en çok kendilerine komşu olan New York ve Washington eyaletlerini, Florida'yı, Maine, Michigan ve Kaliforniya'yı -milyonlarca sayıda olmak üzere- gidilmeyen hiçbir eyalet bırakılmaksızın, ABD'nin hemen her yerini ziyaret ederler. Buna karşılık, ABD'ye en çok turist gönderen ikinci ülke olan Meksika'dan gelen 18-20 milyon dolayında ziyaretçi çok az sayıda eyaleti çok az sayıda kişi olarak ziyaret ederken, daha çok kendileriyle sınırı olan Teksas, Kaliforniya ve Arizona'da toplanmaktadırlar.

Kuzeydoğu (New England)

ABD'nin en büyük metropoliten alanı New York'un bu bölgede yer alması ve ülke nüfusunun kabaca yüzde 40'ının da bu bölgede yaşaması büyük bir pazarın varlığını göstermektedir. Aslında bu alana yönelen turist trafiğinin önemli bir bölümü yabancı turistlerden (yüzde 60'dan fazlası da batı Avrupa'dan gelenlerden) oluşur; uluslararası turizmde de önemli bir bölgedir. Kuzeydoğunun turizm açısından çok tutulmasının nedeni, nüfusun büyüklüğü yanında, bölgenin sahip olduğu çok çeşitli turizm kaynaklarıdır. Kuzeydoğu'nun kıyı kesimi Cape Cod'dan güneyde Cape Hatteras'a kadar uzanır. Bölgede turizm faaliyetlerinin en fazla yoğunlaştığı kıyı kesimi de burasıdır. Norfolk ile Long Island arasında güvenli kumsallar ve bunlara bağlı olarak gelişmiş bir dizi şerit halinde sıralanmış sayfiye yerleşmeleri yer alır; Virginia Beach, Ocean City ve Atlantic City bunlar arasındadır. Bölgedeki büyük

şehirlerin önemli bir kısmı, aynı zamanda, iş, ticaret ve kültür merkezleridir. Philadelphia ve Baltimore gibi, başkent Washington DC’de, özellikle Beyaz Saray’a çok miktarda turist çeker. Washington’a “dünyanın en büyük kumpanya kasabası” takma adı da yakıştırılır; buradaki kumpanya ya da şirket ABD hükümetidir. New York ise kendi başına da çok önemli bir çekicilik alanıdır ve 25 milyondan fazla ziyaretçi sayısı ile turizm bu şehir için büyük önem taşımaktadır. Bölge sanayi faaliyetlerini birdenbire ve büyük ölçüde kaybederken, New York şehri sakinlerinin gelirlerini yüzde 25 oranında ülke ortalamasının üzerine çıkaran turizm ve parasal hizmetler olmuştur.

Florida

Amerika Birleşik Devletleri’nin tropiklere açılan penceresidir Florida. Yüzde 80 kadarı ülke içinden olmak üzere, yılda ortalama 40 milyon dolayında ziyaretçi çeken Florida, uygun iklim koşulları nedeniyle artık neredeyse bir kış sayfiye alanı haline dönüşmüştür. Florida için çok önemli olan kıyı kesimi genelde kapalı lagünler ve içeriye doğru uzanan kumullarla çevrilidir. Örneğin Miami Beach ve Fort Lauderdale’den içeri doğru lagünler, akarsular ve kanalların uzunluğu 400 km’yi bulur.

Kaliforniya

ABD’nde turizmden en çok para kazanan ve 2.6 milyon kişinin bu sektörde çalıştığı eyalet olan Kaliforniya’nın da turistleri çeken birçok özelliği vardır. Ancak, buradaki turizm hareketleri, 38 milyon nüfusun yüzde 91’i şehirlerde yaşadığı için, daha çok onların taleplerine cevap veren eyalet içi ağırlıklı bir yapıdadır. Kaliforniya’nın Pasifik’te uzanan 12,800 km’lik kıyı şeridinin varlığı ve şehirli nüfusun taleplerine göre donanmış olması da iç hareketlilikte rol oynar. Amerika Birleşik Devletleri gibi büyük bir ülkenin çekiciliklerinin yalnızca yukarıda sıralananlardan ibaret olduğunu düşünmek yanlıştır. Her eyaletin Ulusal Parkları, Eyalet Parkları, koruma alanları ve rekreasyon alanları vardır ve bunlar yerel nüfus tarafından yoğun olarak, diğer ziyaretçiler tarafından da değişik ölçülerde kullanılırlar.

Çekicilikler son derece çeşitlidir

Kanada

ABD gibi, Kanada da yüksek yaşam standartlarına sahip bir ülkedir. Kanada nüfusunun hemen hemen yarısının ABD sınırına 1 saatlik mesafede, diğer önemli bir bölümünün de yine bu ülkeye yakın sayılabilecek kesimlerde yaşaması ve sınır formalitelerinin olmaması iki ülke arasında geçişleri hem kolaylaştırmakta hem de sayıca arttırmaktadır. Küresel sıralamada 17. durumda olan Kanada 20,798,000 turist çekmiştir 2017’de. Kanada için turizm hem döviz dengesi sağlamak hem de istihdam yaratmak bakımından önemlidir. İç gezilerde en çok tercih edilen yerler, dış turizmde de olduğu gibi, ezici bir çoğunlukla Ontario ve Quebec’tir.

Ontario ve Quebec

Kanada’da nüfusun yoğun olduğu, St. Lawrence Havzasında Güney Quebec ve Güney Ontario önemli turizm ve rekreasyon alanları geliştirmişlerdir. Büyük Göller bölgesinde yer alan Ontario’da etnik bakımdan büyük bir çeşitliliğe sahip ama pahalı Toronto şehri önemlidir.

Batıda British Columbia ve Alberta

Ontario ve Quebec’den sonra Kanadalıların en çok tercih ettikleri bu iki bölge ülkenin batısında yer alır. İngiliz Kolumbiyası (British Columbia) Kanada’nın en güzel manzara, kıyı ve iklim kaynaklarına sahip alanıdır. Kıyıları fiyortlar, adalar ve bazıları çok güzel kumsalları olan plajlarıyla çok büyük çekicilik oluştururken, geride 4000 m’ye yükselen dağlar da ayrı birer manzara eklemektedirler bu alana.

Meksika ve Karayipler

Kuzey ve Güney Amerikalıların birbirine bağlayan dar bir kara şeridinden oluşan Orta Amerika’nın en büyük ülkesi ve en önemli turizm destinasyonu Meksika’dır. 40 milyonu (39.3 milyon) bulmak üzere olan Meksika turizm hacmiyle dünya sıralamasında 6.durumdur. Meksika dışında, Orta Amerika’nın geri kalan kısmında ise yedi küçük devlet, Kosta Rika (2.9 milyon), Guatemala (2.1 milyon), Nikaragua ve Panama (1.8 milyon), El Salvador (1.6 milyon), Honduras (851 bin) ve Belize (427 bin) yer alır.

Meksika

Meksika’nın uzun Yerli (Indian) şehrsel kültür tarihi geriye birçok arkeolojik sit alanı bırakmıştır. Maya, Toltek ve Aztek, İspanyolların burayı sömürgeleştirmesinden önce var olan medeniyetlerden yalnızca üçüdür. 1821’de Meksika’nın bağımsızlığına kadar buradaki dil, kültür ve mimariye bir de İspanyol boyutu eklenmiştir. Böylece de ortaya bir “Meksika tarzı sömürge” biçimi çıkmıştır.

Karayipler

Florida’dan Venezüella kıyılarına kadar Karayip adaları yaklaşık 4000 km boyunca uzanırlar. Adaları, oldukça sığ sayılan Karayip Denizi çevreler. Su sıcak ve temizdir; bu yüzden de mercanlar bazı adaları çepeçevre sarmışlardır.

Orta Amerika

Orta Amerika 10.9, Güney Amerika da 38.1 milyon turist sayısı ile –her ne kadar sürekli bir artış eğilimi gözleniyorsa da- dünya turizminde henüz çok önemli bir paya sahip değillerdir. Hatta Orta Amerika küresel ölçekte hem turist sayısı hem de gelirleri bakımından yakın yıllarda yüksek bir büyüme oranı gerçekleştirdiği halde, dünya turizminde önemli bir yer kazanamamıştır.

Güney Amerika

Zaten az olan turistlerin büyük kısmı Kuzey Amerika'dan (en çok Meksika ve ABD'nden) gelmekte, Avrupa ve Güney Amerikalılar da bunları izlemektedir. Buna karşılık Güney Amerika 12 ülkeden oluşmaktadır. Bu alt kıtada da en büyük ülke 231 milyon nüfusuyla Brezilya olurken, en küçüğü de 563 bin nüfuslu Surinam'dır. Nüfusla oranlandığında, Güney Amerika'nın oldukça az sayıda turist çektiği ve yine aynı bağlamda çok az sayıda turist çıkarttığı görülür. Ülkeler düzeyinde bakıldığında, gelişmişlik düzeyi ve turizme katılma açısından farklılıklar gözlenir. Örneğin, geçmişe göre turizmde önde gelen ülkeler arasında değişiklikler olmakla birlikte, halen en çok turisti Arjantin (6.8 milyon) ve Brezilya (6.6 milyon) çekmektedir. Bu iki ülkeyi Şili (6.5 milyon), Kolombiya ve Peru (4.0 milyon) ve Uruguay (3.7 milyon) izlemektedir.

TÜRKİYE TURİZMİNDE KORUMA STATÜLÜ ALANLAR

1.Modern zamanlar olarak adlandırılan dönem içinde insanlar yerel, ulusal ve uluslararası konulara karşı bilinçlenmeye ve hatta yaşadıkları yerlerden çok uzaktaki sorunlara taraf olmaya yönelmişlerdir. Her hangi bir ülkedeki doğal veya kültürel bir kaynak değer bu süreçte evrensel miras olarak değerlendirilmeye başlanmış ve korunup, gelecek kuşaklara devredilmesi için çokuluslu yapılanmalar ortaya çıkmıştır. Endonezya'nın yağmur ormanları, Meksika'daki bir Aztek kültürel yapısı, Okyanuslardaki canlı türleri, Türkiye'deki bir prehistorik yerleşme, Kanada yerlilerinin geleneksel yaşamları... gibi birçok konu küresel ilgi görmekte ve bunların korunması için girişimler yürütülmektedir. Dünyanın birçok ülkesinde korumacı düşünce çeşitli sebeplerle taraftar bulmaya ve yasal dayanaklara sahip olmaya başlamıştır. Genel olarak kalkınmış ülkelerin daha fazla önem verdiği koruma faaliyetleri giderek gelişmekte ve geri kalmış ülkelerde de yaygınlaşmaktadır. Korumanın felsefesini özümsemiş devletler koruma olayını eğitim ile başlatarak, çocuklara "çevre bilinci ve duyarlılığı" kazandırmayı başlangıç olarak kabul etmektedirler. Böyle bir eğitim ile davranış ve tutum kazandırılan bireyler zaman içinde yakın çevresinden başlayarak küresel konulara doğru tutumlar geliştirmeye başlamaktadırlar.

2. DÜNYA VE TÜRKİYE'DE BAŞLICA KORUMA STATÜLERİ

Gezeganimizde keşifler çağının sona ermesi, bilinmeyen ve gidilemeyen yerlerin kalmaması, dünyanın sonsuz kaynaklardan oluşan bir yer olmadığına anlaşılmaya yol açmıştır. Bu nedenle insanlar hem kendilerine ait kültürel değerleri ve hem de içinde yaşadıkları doğal ortamın (çevrenin) kaynaklarını yine kendi faaliyetlerine karşı koruma mecburiyetinde kalmıştır. Ormanlar, topraklar, su kaynakları, hayvan ve bitkiler, nadir bulunan doğal oluşumlar ve hassas ekosistemler başta olmak üzere birçok unsurun korunması gerektiği anlaşılmış ve belki de daha önemlisi bunların herhangi bir ülkenin değil insanlığın evrensel mirası olduğu yönünde artık güçlü bir inanç ve ortak hareket etme eğilimi doğmuştur. Bugün Dünya ve ülkemizde yürürlükte olan başlıca doğal ve kültürel koruma statüleri şunlardır: - Milli Parklar, Tabiat Parkları, Tabiatı Koruma Alanları, Tabiat Anıtları - Yaban Hayatı Koruma Bölgeleri - Özel Çevre Koruma Bölgeleri - Uluslararası Öne Sahip Sulak Alanlar - Ramsar Alanları - UNESCO Koruma Programları (Dünya Mirası Listeleri, Dünya Belleği Programı, Dünya Biyosfer Rezervleri Programı, Küresel Jeoparklar)

3. TÜRKİYE'DEKİ KORUMA STATÜLÜ ALANLAR

Türkiye'nin sahip olduğu doğal ve kültürel zenginliklerine bakıldığında ulusal ve uluslararası öneme sahip birçok değeri barındırdığı görülür. Bunun en önemli delillerinden birisi ülkemize yönelik turizm talebidir. Dünya'nın başka bir bölgesinde bulunmayan, sadece Türkiye'ye özgü birçok doğal ve kültürel değeri vardır. Bu zenginliği Türkiye'yi aynı zamanda büyük bir sorumluluğun da altına sokmaktadır. Artık tescilli bir turizm ülkesi olan Türkiye, kaynaklarının yaşatılması ve gelecekte de kullanılabilmesi için çeşitli önlemler almakta ve bunları yaygınlaştırmaktadır. Türkiye'de farklı statülere sahip koruma alanlarının ülke yüzölçümüne oranı giderek artmaktadır (%6). Bu oranın yakın gelecekte daha da yükselmesi beklenmektedir. Çünkü Türkiye'de korunmayı bekleyen birçok doğal ve kültürel değerimiz bulunmaktadır. Dünyada korunan alanlara yönelik ilgi her geçen yıl artmakta ve ülkeler sahip olduğu değerleri çeşitli ulusal veya uluslararası statülerde koruma altına alarak bunları yaşatmanın ve yollarını aramaktadırlar. Bu yerler birçok ülke için turizm sayesinde aynı zamanda önemli bir gelir ve tanıtım aracı olmuşlardır. Herhangi bir yerin bir koruma statüsü altında yer alması genel olarak turistlerde ilgi uyandırır ve bu durum o yere yönelik seyahat isteklerinin artmasına yol açar. Türkiye milli parkları genel olarak dağlık alanlar, endemik türler, su ekosistemleri, sıra dışı jeolojik şekiller, mağaralar, kıyı alanları, göller, orman alanları gibi doğal kökenli değerler ile özgün mimari yapılar, tarihi öneme sahip yerleşme kalıntıları, tarihimizde önem arz eden bazı savaşların geçtiği yerler gibi kültürel değerlerin koruma altına alındığı yerlerdir. Ülkemiz milli parklarının bazıları doğal ve kültürel kaynak değerlerin aynı anda koruma altına alındığı yerlerdir. Örneğin Altındere Vadisi Milli Parkı, Beydağları Sahil Milli Parkı, Köprülü Kanyon Milli Parkı gibi koruma alanları bu grupta ele alınabilir. Ülkemizin koruma altındaki alanlarından olan milli parklar turizm açısından da oldukça önemli yerler haline gelmişlerdir. Türkiye turizminin nitelik ve niceliksel yükselişindeki itici güçler olan kaynak değerlerinden birisi de korunan alanları ve özellikle de milli parklarıdır. Geçtiğimiz yıl sadece milli parkları 35 milyon kişinin ziyaret ettiği hatırlanırsa, bu koruma alanlarının turizmdeki yeri en azından sayısal olarak ifade edilmiş olur. Türkiye'nin

uluslararası ölçekli korunan alanları içinde ülke tanıtımı ve turizmi açısından en bilinenlerinden bir diğeri de UNESCO Miras listelerindeki değerleridir. Bu listeler, Dünya Mirası, İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası, Dünya Belleği Programı, Biyosfer Rezervleri Ağı ve Küresel Jeoparklar başlıkları altında oluşturulmuştur. Bunlardan en bilineni Dünya Mirası Listesi olup, Türkiye'nin bu listedeki daimi miras alanı sayısı şimdilik 18 olup, geçici listede yer alan 78 miras alanı ile birlikte toplamda yüze yaklaşmış ve yakın zamanda sunulması beklenen yeni dosyalar ile bu sayının üzerine çıkması beklenmektedir. Türkiye'nin Dünya Miras Listesine dâhil olan ilk zenginlikleri aynı yıl içinde (1985) dosyaları kabul edilerek tescillenen, Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası (Sivas), İstanbul'un Tarihi Alanları, Göreme Milli Parkı ve Kapadokya (Nevşehir) miras alanlarıdır. Takip eden yıllarda şu değerlerimiz miras listesine girmiştir: Hattuşa: Hitit Başkenti (Çorum), Nemrut Dağı (Adıyaman), Hieropolis, Pamukkale (Denizli), Xanthos-Letoon (Antalya-Muğla), Safranbolu Şehri (Karabük), Truva Arkeolojik Alanı (Çanakkale), Edirne Selimiye Camii ve Külliyesi, Çatalhöyük Neolitik Alanı (Konya), Bursa ve Cumalıkızık: Osmanlı İmparatorluğunun Doğuşu, Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı (İzmir), Diyarbakır Kalesi ve Hevsel Bahçeleri Kültürel Peyzajı, Efes (İzmir), Ani Arkeolojik Alanı (Kars), Aphrodisias (Aydın) ve Göbekli Tepe (Şanlıurfa). Dünya Miras Listesi kapsamında koruma altına alınan miras kaynaklarımızın 16'sı kültürel, 2'si karma (doğal ve kültürel) miraslardır. Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Miras alanı ile Hieropolis-Pamukkale Miras alanı karma değerleri barındırır. Yani bu iki alan içinde hem kültürel unsurlar ve hem de doğal oluşumlar koruma altına alınmıştır. Dünya Mirası Listesine alınmaları önemlerini ve tanınırlıklarını daha da pekiştirdiği gibi aynı zamanda korunmalarına yönelik çabaları da artırmıştır. Bu miras alanlarından özellikle Hieropolis-Pamukkale miras alanı turizm kaynaklı aşırı kullanım ile karşı karşıya olup, çevresel taşıma kapasitesinin üzerinde ziyaretçi kabul ettiği gözlenmektedir. Özellikle doğal miras kısmında yer alan Pamukkale travertenlerinin çok uzun zaman gerektiren oluşum süreçlerinin bir ürünü olduğu unutulmamalı, sürdürülebilir ve gerekirse ziyaretçi kotalı bir kullanım prosedürüne geçilmelidir. Sonuç olarak Türkiye'de farklı statüler altında korunan alanlar bulunmaktadır. Bunlar ulusal veya uluslararası önem taşıyan doğal ve kültürel değerlerin korunmasını hedeflemekle birlikte hem sayıları ve hem de ülkemizin yüzölçümü içindeki oranları artmaktadır. Türkiye artık kabul görmüş bir turizm ülkesidir. Turizm bir ülkenin doğal ve kültürel kaynaklarını değerlendiren bir sektördür. Bu kaynakların turizm ve diğer sektörler tarafından kullanımı sürdürülebilirlik açısından bazı sorunlar doğurmaktadır. Birçoğu yeniden oluşturulma olasılığı olmayan değerlerden oluşan kaynaklarımız için koruma statüleri çok önemli bir görev üstlenmiştir.

Dağlık Alanların Beşerî Faaliyetlerdeki Rolü ve Turizm

Dağlar ve dağlık alanlar insanlık tarihi boyunca pek çok beşerî faaliyet açısından dikkat çekici yerler olmuş ve bu doğrultuda birçok amaçla kullanılmışlardır. Kimilerine göre beşerî faaliyetleri sınırlandıran engeller olarak düşünülse de aslında aksine insanoğlunun bilgi, ihtiyaç, teknik donanım gibi durumlarına paralel olarak, sayısız amaçlar ile yararlandığı yerlerden birisidir dağlar.

Günümüzde dağlık alanlarda sürdürülen insan faaliyetlerinden birisi de turizmdir. Turizm, doğası gereği farklı coğrafi (doğal, kültürel) karakterlere sahip mekânlarda kendisine yer bulur. Turizmin ve turistlerin ihtiyaç ve beklentilerini karşıladığı, güdülerini doyurduğu ender mekânlardır dağlar. Dağlık alanlar ve dağlarda turizmin farklı uygulamış türlerine tanıklık etmek mümkündür. Dolayısıyla dağlar turizm için başlı başına turistik çekiciliklerdir. Kimi zaman özgün doğal ortamı, kimi zaman ise kar örtüsü, canlı türleri, eğitim değerleri, iklimik çekicilikleri, mitolojik hikayeleri, “en” yüksek, en hâkim yerler olmaları ve daha birçok yönleriyle turizm için vazgeçilmez mekanlardır.

Dağ Turizminin Çeşitleri ve Motivasyon Kaynakları

Dağlar; spor turizmi (Alpinizm, trekking, spor-kamp turizmi, yamaç paraşütü), sağlık turizmi, inanç turizmi, kış turizmi, eko-turizm, kırsal turizm, yayla turizmi vb. turizm türlerinin sürdürüldüğü mekânlardır. Her bir turizm türünün dağlardan farklı beklentileri vardır.

Orta yükseklikteki dağların, dağ havası diye nitelenen bu özellikleri, başlıca şu rahatsızlıklara iyileştirici etkiler yapmakta ve sağlıklı bireylerin sağlığını, daha da güçlendirmektedir:

- Sinir sisteminin güçlenmesi ve uyarılması,
- Solunum organlarının güçlenmesi,
- Kan dolaşımının düzenlenmesi,
- Beslenme bozukluklarının düzelmesi,
- Sinir sistemi yorgunluklarının giderilmesi gibi. Beklenen bu yararların sağlanabilmesi için, denetimli (doktor tavsiyesine göre) veya denetimsiz kür süresinin, ortalama 21 gün ila 28 gün sürdürülmesi gerekir. İnsanlar, birer doğa harikası olan bazı dağlara karşı, bugün daha çok rekreasyonel amaçlarla ilgi duymaktadırlar. Böylece dağlar, kökeninde rekreasyonel amaçlar bulunan bilimsel, sportif ve sağlıkla ilgili nedenlerle, giderek ilgi odakları durumuna gelmektedirler. Bu nedenlere, dinî düşünceleri ve önemli dini olayları da eklemek gerekir. Bunlar ve insanda yükseklerle erişme motivasyonu, dağcılık diye bir faaliyet ve ilgi alanı doğmasına yol açmıştır.

Dağcılık ve Alpinizm: Tarihsel Gelişim

Dağcılık; nispeten serüven ve tehlike riski taşıyan yönleri olan, özel bilgi, beceri ve hazırlıklar gerektiren, aynı zamanda turistik yönleri de ağır basan sportif bir faaliyet olarak tanımlanabilir. Bu faaliyet, bilimsel amaçlara yönelik olarak, ilk kez 1850’de Alpler’de başlatılmış olması nedeniyle, Batı dillerinde alpinizm (alpi-nisme) ve faaliyete katılan kişilere de, alpinist (dağcı) denilmiştir. Türkiye’de dağcılık ve dağ turizminin öncüsü, Ali Vehbi Türküstün olmuştur.

Türkiye’de dağ turizmi

Türkiye arazisi içinde dağlık alanlar önemli bir yer kaplar. Sıra dağlar veya tek dağlar şeklinde ülkemizin bir ucunda diğer ucuna hemen bütün bölgelerimizde dağlar bulunur. Dağlar farklı oluşum süreçlerinin ürünleri olarak meydana gelmişlerdir. Bazıları volkanik kökenli iken, bir bölümü tektonik süreçlerin ürünüdürler. Dağların bazıları kıyının hemen gerisi itibarıyla yükselmeye başlarken bir kısmı da iç bölgelerde yüzlerce kilometre uzunluğa ulaşarak sıra dağlar oluştururlar. Türkiye dağları ile insanlar arasında hem günümüzde hem de tarih boyunca güçlü bağlar kurulmuştur. Dağlar bazı insan faaliyetlerini zorlaştırmış olsa da sağladığı ve sunduğu fırsatlar bu zorluklardan çok daha fazla olmuştur. Dağlar sahip oldukları doğal potansiyelleri ile çevrelerine her zaman zenginlikler sunmuştur. Su kaynakları, bitki örtüsü, yer altı kaynakları, yaban hayatı kaynakları, barınma ve savunma için sağladığı avantajlar gibi birçok özelliklerini saymak mümkündür. Türkiye’de dağların klasik kullanımının dışında artık turizmde de buralardan faydalandığını belirtmek gerekir. Dağlık alanlar birçok farklı turizm çeşidinin uygulanabildiği alanlardır. Bunların bazılarını şöyle sıralamak mümkündür:

- Kış turizmi
- Doğa turizmi
- Spor turizmi

- İnanç turizmi
- Eko turizm
- Kırsal turizm
- Yayla turizmi
- Dağlık alanlar muhtemelen giderek daha fazla turizm çeşidinin ortaya çıktığı alanlara dönüşecektir. Çünkü dağlık alanlar turizmin birçok türünün talep ettiği şey olan “özgün kaynaklara” sahiptir. İnsan etkisinin ve dolayısıyla buna bağlı bozulmaların en az olduğu alanlardır. Bu yüzden giderek daha fazla talep edilen yerler olma sürecine girmişlerdir. Bu durum dağlık alanlarımızın çok iyi korunması gerektiği konusunda bir farkındalık da oluşturmuştur.
- Bugün birçok dağlık alanımız çeşitli yönleri nedeniyle başta milli parklar olmak üzere farklı yasal koruma statüleri ile kuşatılmışlardır.

Koruma Statüleri ve Milli Parklar

Kaz Dağları Milli Parkı, Nemrut Dağı Milli Parkı, Kızıldağ Milli Parkı, Honaz Dağı Milli Parkı, Uludağ Milli Parkı, Ilgaz Dağları Milli Parkı, Kaçkar Dağı Milli Parkı, Ağrı Dağı Milli Parkı, Allahuekber Dağları Milli Parkı... gibi örnekler verilebilir. Örnek olarak verilen dağlarımız turizmde çok önemli çekim gücü noktaları haline gelmişlerdir. Türkiye dağlarında sürdürülen turizm faaliyetlerinin en önemli yönlerinden birisi mevsimsel çeşitliliğe sahip olmasıdır. Dağlarımızın turizmde talep görme mevsimleri geniş bir zamansal yelpazeye dağılmıştır. Örneğin yaz aylarında binlerce insanın serinlemek, dinlenmek, doğa ile iç içe zaman geçirmek, festival ve şenliklere katılmak gibi çeşitli amaçlar ile dağlara yönelirler. Kış aylarında da dağlarımız başta kış turizmi ve spor turizmi olmak üzere çeşitli turizm türlerinin uygulanmasına fırsat sunarlar. Dağlık alanlarımızın turizmde ön plana çıkmaları için bazı ihtiyaçları vardır. Turizmin olmazsa olmazlarından birisi olan konaklama olanakları bunlardan birisidir. Dağların doğal ve kültürel peyzajına zarar vermemek kaydıyla bu yatırımların sayısı artırılabilir. Dağlık alanlar ülkemizde genel olarak az nüfuslanmış ve göç verme oranı yüksek yerlerdir. Dağ turizmi en azından dağlık alanların çevresindeki kırsal yerleşmeleri kalkındırabilir. Az da olsa bu fırsatları değerlendiren olumlu örnekler vardır. Kaz Dağları çevresindeki bazı köyler, Beydağları eteklerindeki köy ve yaylalar turizm sayesinde çeşitli yollar ile kazanç elde etmeyi öğrenmişlerdir. Yaylalar ve yayla turizmi Türkiye, yayla turizmi potansiyeli bakımından da zengin bir ülkedir.

Yaylalar ve Yayla Turizmi: Ekonomik Dönüşüm

Geçmişte, Anadolu yaylaları, ekonomik faaliyet olarak, büyük çoğunlukla hayvancılık fonksiyon faaliyet alanları idi. Aileler, bu amaçla yaylalara çıkıyorlardı. Yine bu amaçlarla yaylalara çıkan vatandaşlarımız vardır. Ancak, yurdumuzda kırsal yerleşmelerin ekonomik yaşamlarında meydana gelen köklü değişimler ve küresel ölçekli makro ekonomik değişimler yaylaların yüzyıllardır süregelen klasik amaçlı kullanımlarına yeni fonksiyonlar eklenmesine neden olmuştur. Yaylalar zamanla sadece kırsal nüfusun kullanım alanları olmaktan çıkmış, artık kentli nüfusun da ilgi alanları haline gelmiştir. Çünkü kentli nüfusun turizm taleplerinin bir bölümü yayla adı verilen yerleşmeler ve çevrelerinde karşılanmaktadır. Yaz aylarında serinleme, dinlenme, doğal ortamda doğal yaşamı göz-lemleme, dağ-yayla havası teneffüs etme, doğal ürünler tüketme ve daha birçok faaliyetin sürdürüldüğü bir turizm türü olarak artık yayla turizmi adlı bir turizm türünden de söz edilir olmuştur. Daha çok 1980’ler sonrasında gelişmeye başla-yan bu turizm şekli, şimdilik ağırlıklı olarak kıyı bölgelerinin dağlık yörelerindeki yaylalarda önem kazanmaktadır. Ülkemizde yaylacılığın sürdürülmediği coğra-fi bölgemiz yoktur. Ancak yayla turizmi faaliyeti, şimdilik belirli yerlerde dağılım göstermektedir. Türkiye’de Kış Turizmi Türkiye, turistik ürün yelpazesi son derece geniş bir ülkedir. Turizmin farklı mevsimlerde ve farklı beklentilerdeki kitlelere yönelik birçok şekline Türkiye’de ta-nık olunur. Kış turizmi de bunlardan biridir.

Türkiye’de Kış Turizmi ve Stratejik Planlama

Kış turizmi Akdeniz havzası turizm ülkelerinin klasik turizm türleri olan kıyı, deniz turizmine alternatif değil, onu tamamlayan bir turizm şeklidir. Türkiye, iklimik ve topografik koşullarının kısa mesafelerde gösterdiği çeşitliliği, turizmde son derece renkli bir ürün olarak sun-ma olanağına sahiptir. Alp dağlarını Himalayalara ulaştıran Toros ve Kuzey Ana-dolu dağları, uzun yıllar bu turizm türü açısından potansiyel mekânlar olmaktan öteye geçememişti. Bu örneklerden hareket ile ülkemizde 2023 Türkiye Turizm Stratejisi çerçevesinde “Kış Turizm Koridoru” planlanmış, bu planlama alanı Erzincan, Erzurum, Ağrı, Kars ve Ardahan illeri içindeki potansiyel kış turizm alanlarını kapsamıştır. Halen bu planlama bölgesinde yani kış turizm koridorunda bu amaçla önemli alt yapı ve kış turizm için gerekli donatılar tesis edilmekte, en son Erzincan Ergen Dağı Kış Turizm Merkezi’nin bu plan dâhilinde turizme açılması (2012) ile süreç de-vam etmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nca ülkemizde 25 kış turizm merkezi ilan edil-miştir. Bu kış turizm merkezlerinde günümüz itibariyle konaklama kapasitesi 7.764 kişidir. Yatırımların hedefi ise 65 bin yatak kapasitesine ulaşmaktadır. Türkiye kış turizminin en iyi değerlendirilen kış turizm merkezleri, Uludağ, Palandöken, Sarıkamış, Kartepe, Kartalkaya ve Erciyes’tir. Bu kış turizm alanları yerli turistlerin dışında yabancıların da ilgi gösterdiği yerlerdir. Bursa-Uludağ: Bugün yurdumuzda, kış turizmi veya kayak sporu denilin-ce,

öncelikle akla, Uludağ gelir (Eski Çağ'da adı, Olimpos Myslos ve Roma-Bizans devrinde ise, Keşiş Dağı diye geçiyordu. Atatürk döneminde adı, 1925'de TBMM tarafından, Uludağ diye değiştirilmiştir). Ancak bugün Uludağ yalnızca bir kış turizm sahası değil, kış ayları dışında da önemli bir turizm alanıdır. Erzurum-Palandöken: Erzurum kentine göre güneyde, Palandöken Dağları'nın kuzey eteklerinde ve kent merkezine yaklaşık 5 km uzaklıktadır. Kara-su-Aras Dağlarının orta kesimini oluşturan ve doğu-batı yönünde uzunluğu 120 km'yi bulan; batıda Dumanlıdağ (2170 m), orta bölümde Büyük Ejder ve doğuda Şahveled (2921 m.) dağları adını taşıyan, genel olarak yüksek plato yüzeylerinden oluşan dağlara, Palandöken Dağları denir. Palandöken dağlarının en yüksek do-ruğu, Erzurum TV vericisinin de tam bu doruk noktasında yer aldığı, 3176 m yüksekliği olan, Büyük Ejder tepesidir. Kayseri-Erciyes: İç Anadolu bölgesinin en yüksek volkanik kütlesi olan Erciyes, 3917 m. yükseklik gösterir. Kayseri il merkezi (1054 m) ile doruk noktası arasında, 2863 metrelik bir bağıl yükselti farkı vardır. Develi-Kayseri kentleri ara-sındaki depresyon (çöküntü) alanı içinde, yanardağ püskürmesi sonucu yığılan volkanik malzemenin oluşturduğu, sönmüş bir yanardağ olup, Kayseri kenti ve Kayseri Ovası'nın periferisinde, heybetli bir doğa harikası olarak yükselir. Çevre-sinde, çok sayıda parazit koni bulunmaktadır.

TÜRKİYE TURİZMİNDE HİDROGRAFIK DEĞERLER

Turizmde kaynak değer olarak kullanılan unsurlardan biriside su kökenli değerlerdir. Sular insan hayatına yer altı suları, kaynaklar, göller, akarsular, denizler, okyanuslar gibi çeşitli fiziksel konumlarda girerler. Bir bütün olarak su ile ilgili değerlere “hidrografik değerler” denir. Turizm sektörü her yıl yeni turistik ürünler ortaya çıkararak bunları turistlerin beğenisine sunmaktadır. Turistik ürün olarak nitelenen kaynak değerler içinde kullanım açısından en eskilerinden birisi şüphesiz su ile ilgili ürünlerdir. Su insanlar açısından taşıdığı önemin yanında turizm açısından tartışmasız bir turistik üründür. Bu ürün çok geniş bir yelpaze içinde turizmin kullanımındadır. Aynı zamanda turizmin vazgeçilmez ürünlerinin başında gelir. Çünkü su kökenli turistik ürünlerin günümüz turizminde ne kadar önemli olduğunu turizm taleplerinin dağılımını gösteren istatistiklerden anlamak mümkündür.

Su Kökenli Turizmin Tarihçesi ve Türkiye’deki Yeri

Su kökenli turistik ürünlere yönelik talebin tarihçesi oldukça eskidir. Yani bir turistik ürün olarak su devamlılığı olan bir değerdir ve bu onu turizm açısından vazgeçilmez kılmaktadır. Türkiye turizminde su kökenli turistik ürünlerin yeri özel ve önemlidir. Çünkü Türkiye’deki turistik aktivitenin yoğunluk alanları büyük ölçüde su kökenli unsurların dağılışı ile paralellik göstermektedir. Örneğin deniz kıyıları, göller, termal sular, akarsular, şelaleler vb. gibi su kökenli yerler Türkiye’de en yoğun turistik hareketliliğin olduğu yerlerden bazılarıdır. Su kökenli turizm alanları turizmin farklı türlerinin uygulanabildiği yerlerdir. Örneğin spor turizmi, doğa turizmi, sağlık turizmi, yat turizmi, termal turizm gibi turizm türleri bunların yalnızca bazıları olarak örnek verilebilir. Spor turizmi açısından sular oldukça zengin bir potansiyel barındırırlar. Dünya ve Türkiye’de sular ve yakın çevresinde çeşitli spor türleri gerçekleştirilmektedir. Dalış sporu, sörf sporu, yüzme sporu, şelale tırmanışları bunların yalnızca birkaçıdır.

Sağlık Turizminde Su: Hidroterapi ve Kür Uygulamaları

Sağlık turizminde suların yeri tarih boyunca önemli olmuştur. Su, fiziksel ve ruhsal tedavi veya sağlığın devamlılığı açısından sürekli kullanılan bir unsur olmuştur. Turizm hareketlerinin tarihçesine göz atıldığında sağlık turizmi faaliyetlerinin son derece köklü bir tarihe sahip olduğu dikkati çekmektedir. Sulara yapılan tedavilere “su kürü” adı verilir. Bu gibi tedavilere “hidro-terapi” adı verilmekte ve bunun için yapılan seyahatler turizmi doğurmaktadır. Su terapisi uygulamaları kaplıca sularında gerçekleştirildiğinde bu uygulamaya “balneoterapi” adı verilir. Eğer bu uygulama deniz suyu veya kumsallarda yapılıyorsa “talasoterapi” olarak adlandırılır. İnsanlar su terapilerini sadece hastalıklarını iyileştirmek için değil aynı zamanda mevcut durumlarını muhafaza etmek, zinde kalmak ve sağlığını sürdürmek için de uygularlar. Bütün bu amaçlardan doğan yolculuk, konaklama ve diğer süreçler turizm olayının gerçekleşmesine neden olur. Dünya turizminde olduğu gibi Türkiye’de de sağlık turizmi giderek yaygınlaşmaya başlamış ve her yıl katılımcı sayısında dikkat çekici artışlar gözlenmiştir. Türkiye’nin turizm planlamalarında sağlık turizmine özel bir başlık açması da bu nedenledir.

Termal turizm

Su banyosu, içme, inhalasyon ve çamur banyosu gibi uygulamaların yanında iklim kürü, fizik tedavi, egzersiz ve rehabilitasyon gibi destekleyici tedavilerin birleştirilmesi ile yapılan kürler ve termal suların eğlenme, dinlenme, rekreasyon amaçlarıyla kullanımlarını içeren turizm türüne termal turizm denir. Kimyasal ve fiziksel bileşiminde, insan sağlığına faydalı ve bazı rahatsızlıkları iyileştirici etkilere sahip doğal sulara, şifalı sular ve buralarda yapılan tedavi (kür) uygulamalarına ise termalizm denir. Bu uygulamalara katılmayı içeren turizm türü ise sağlık turizmi içinde ele alınan termal turizm olarak adlandırılır.

Suların Sınıflandırılması ve Türkiye’nin Potansiyeli

Termal turizm uygulamalarının sürdürüldüğü sular sıcaklık ve içerdikleri bileşimler açısından çeşitli gruplara ayrılır. Çıkış noktasında sıcaklığı 20 °C ve üzerinde olan sulara termal sular denir. Doğal ya da sondaj yoluyla yeryüzüne çıkarılan, litresinde en az 1 gr çözünmüş mineral içeren, tedavi edici özelliği bilimsel olarak kanıtlanmış sulara ise mineralli sular adı verilir. Türkiye termal turizm açısından oldukça zengin bir potansiyele sahiptir. Bunda Türkiye arazisinin fiziki yapısı belirleyici etmen olmuştur. Türkiye’de termal kaynaklar genel olarak tektonik kuşaklar ve volkanik arazilerin dağılışı ile paralel bir dağılışı sergiler. Türkiye topraklarında geniş yer kaplayan genç fay kuşakları da termal kaynaklarının zenginliğinin nedenlerinden birisidir. Bu nedenle ülkemizde termal kaynakların

yer almadığı ilimiz bulunmamaktadır.

Göller ve Göl Turizmi

Göller, hem başlı başına birer doğa harikaları olmaları ve hem de birer doğa turizmi potansiyel merkezi, yani turistik potansiyel çekim gücü taşıyıcıları olmaları nedeniyle, birçok doğal turistik kaynak olarak değerlendirilebilirler. Göllerin turizme açılmaları, şüphesiz bazı turizm altyapısının tesis edilmiş olmasına bağlıdır. Bunların başında, koruma statüsü kazandırılmaları, altyapı hizmetleri ve özellikle de ulaşım sorununun çözümlenmiş olması gelir. Ayrıca konaklama tesisleri, kamping ve piknik yerleri ile diğer hizmet tesisleri ve çevre uygunsa, düzenlenmiş plaj yerleri bulunmalıdır. Söz konusu bu hizmetlerin verilmiş olması kaydıyla, esas çekim gücü göller olan ve bu çekim gücü potansiyelinden kaynaklanan turizm tipi, göl turizmi diye tanımlanır. Dünyada turistik aktivitelerinin yoğunluğuyla ön plana çıkmış birçok göl vardır. İtalya-Como Gölü, ABD-Kanada sınırındaki Ontario Gölü, Almanya-İsviçre-Avusturya sınırındaki Konstanz Gölü bunlara örnek olarak verilebilir. Türkiye göller bakımından çok zengin bir ülke olmasa da çeşitli oluşumlara sahip göllere sahiptir.

Türkiye'nin Göller Coğrafyası ve Turizm Koşulları

Türkiye yüzölçümü içinde göllerin kapladığı alan yaklaşık 13 bin km² kadardır (Ülke yüzölçümünün yaklaşık %1.6 kadarı). Farklı büyüklüklerde yüzlerce göle sahip ülkemizde göllerin coğrafi dağılışı dengeli değildir. Belirli yerlerde yoğunluk göze çarparken bazı yerlerde ise göller seyrekleşir. Türkiye gölleri doğal ve yapay olmak üzere iki grupta ele alınabilir. Turizm açısından her iki grupta da öneme sahip göller bulunur. Örneğin Salda Gölü doğal bir göl iken, Aslantaş ise Ceyhan üzerinde tesis edilmiş yapay bir göldür. Türkiye topraklarında yer alan göller farklı oluşum süreçlerinin eserleri olarak ortaya çıkmışlardır. Örneğin ülkemizde volkanik göller, buzul gölleri, karstik kökenli göller, tektonik göller şeklinde göl çanağının farklı oluşum süreçleri ile oluştuğu göller yer alır. Diğer yandan çeşitli doğal ve yapay süreçler ile oluşan set gölleri yer alır. Herhangi bir gölün turizm açısından değerlendirilebilir olmasının bazı koşulları vardır. Göl sularının temiz olması, Göl çevresinin sıra dışı manzaraya sahip olması, Çok yüksek standartlarda olmasa bile ulaşılabilir olması, Hemen yanında olmasa bile yakınlarda konaklama tesisleri olması, Kamp alanlarına sahip olması, Temel altyapı donatılarına sahip olması... Şelaleler ve Turizm Çağlayanlar-şelaleler; buldukları çevrenin doğal güzelliği, erişilebilirlikleri, yakın çevrelerinde konaklama tesisleri ve kamp kurma imkânları bulunup bulunmayışına bağlı olarak, turizm açısından değerlendirilebilirler. Çünkü bunlar, sularla ilgili birer doğa harikası, ilginç birer jeomorfolojik-hidrografik şekiller olmaları yanında, hem de birer manzara güzelliği harikaları olarak göze çarparlar. Çağlayanlar ve şelaleler çok sık rastlanmayan hidrografik elemanlar olduğundan, pek çok insanın dikkatini çekerler. Çağlayanlar, birer turistik çekim gücü taşıyıcısı veya doğa turizmi elemanı olarak, zamanla turistik çekim merkezleri durumuna gelebilirler. Bunda esas rolü, başlı başına birer doğa harikası oluşturmaları oynar. Ancak, çağlayan yörelerinin turistik çekim merkezleri durumuna gelmelerinde, başka bir takım faktörlerin de rolü vardır. Akarsuların, akış yatağı boyunca yer yer oluşmuş eğim diklikleri üzerinden su kütlelerinin dökülürcesine aktığı ve çağıldadığı yerlerine çağlayan veya akarsuların yükseltisi az olan düşüş yerleri denir. Kesin bir limit olmamakla birlikte, çağlayan diye tanımlanan su düşüş yerlerinde eğim kesikliği veya su düşüş yüzeyinin yüksekliği, 50 metrenin altında olur. Türkiye'de, irili ufaklı birçok çağlayan vardır. Bunların bazıları tek bir su düşüş görünümüne, bazıları ise, bir dizi halinde birbirini takip eden su düşüşlerine sahne olurlar. Örneğin, Tortum Şelalesi tek su düşüş yüzeyine sahip iken, Erfelek ve Aybastı- Koçalan Şelaleleri birden çok basamaktan oluşurlar.

- Bu ders ile; Türkiye’de turizmin gelişimi, günümüzdeki durumu ve gelecekteki muhtemel seyrini değerlendirebilecek,
- Turizm ve coğrafya bilimi arasındaki ilişkiyi yorumlayabilecek,
- Türkiye’nin coğrafi özelliklerinin turizme ve turizm türlerine nasıl etki ettiğini analiz edebilecek,
- Türkiye turizminin yıllara göre seyrini rakamsal olarak yorumlayabilecek,
- Türkiye'nin sahip olduğu turizm türlerini ve turizm çeşitliliğinin nedenleri açıklayabileceksiniz.

TÜRKİYE TURİZİM COĞRAFYASI

1. GİRİŞ Turizm, doğası gereği üzerinde birçok bilimin çalıştığı bir uzmanlık alanıdır. Bunlardan biri de coğrafyadır. Turizm üzerine inceleme ve araştırma yapan her bilim gibi coğrafya da kendi yaklaşımları ve bilimsel özelliklerini turizme yansıtır. Belki de diğer bilimlerin birçoğunun sahip olmadığı çok özel yönleri nedeniyle coğrafya turizm için vazgeçilmez bir bilim haline gelmiştir. Mekân, zaman, lokasyon (konum) ve insan gibi başlıca temalar üzerine yaptığı araştırma ve katkılar coğrafyayı özel kılan yanlarıdır. Farklı bilimlerin turizm üzerine çalışmaları aslında bu sektörün yani turizmin geçtiğimiz yüzyılın ikinci yarısı yani 1950’li yıllardan sonraki yükselişiyle paralellik göstermiştir. Kısa zaman içinde toplumun birçok kesimini ilgilendirir hale gelen bu sektör, doğal olarak bazı bilimlerin ilgisini çekti.

2. TÜRKİYE’DE TURİZMİN GELİŞİMİ

Türkiye hiç kuşkusuz dünyanın önde gelen turizm ülkelerinden birisidir. Hatta bu sektörün sürükleyici ve öncü birkaç ülkesinden birisi olduğu rahatlıkla ifade edilebilir. Ülkemizde turizme dair yasal düzenlemeler ve organizasyonla ilgili gelişmeler Osmanlı Devletinin son zamanlarında 1850’li yıllarda başlamıştır. Bilindiği üzere İstanbul’daki Aya İrini Kilisesinin müze olarak turizme kazandırılması (1846), ülkemize yönelik seyahatleri planlamayı hedefleyen ilk seyahat acentesinin açılması (1863), turizm ile ilgili bir yönetmelik hazırlanması (1890) gibi gelişmeler, turizmin ülkemizdeki ilk tohumları olarak tarihe geçmişlerdir. Cumhuriyet döneminde turizm alanında birçok gelişme olmakla birlikte en önemlilerinden birisi turizm işleri ilgili bir bakanlığın kurulmasıdır. İlk olarak (1957) Basın Yayın ve Turizm Bakanlığı adıyla, daha sonra ise Turizm ve Tanıtma Bakanlığı (1963) ismiyle kurulan bakanlıklar bu sektörün ilk kez devlet nazarında bu denli üst düzeyde kurumsallaştığı anlamına gelmekteydi. Türkiye’de turizmin gelişiminde 1982 yılında çıkarılan bir yasa olan 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’nun özel bir yeri vardır. Türkiye’de turizmin gelişimi sürecinde söz edilmesi gereken önemli süreçlerden biri diğeri ise, halen devam etmekte olan Türkiye Turizm Stratejisi 2023 planlama sürecidir.

3. TÜRKİYE’DE TURİZM TÜRLERİ VE COĞRAFI FAKTÖRLER İLE ETKİLEŞİMİ

Türkiye, turizm türlerinin çeşitliliği bakımından son derece zengin bir ülkedir. Bir örnekle belirtmek gerekirse Türkiye aynı gün hem denize girilebilen ve hem de kayak yapılabilen yerlere sahip bir turizm ülkesidir. Ülkemiz turizmdeki zenginliğini başta coğrafi nedenler olmak üzere, uzun ve zengin tarihine, köklü kültürü ve buna ait kültürel değerlerine borçludur. Coğrafi etmenler turizm türlerinin zenginliğinin başlıca nedenidir. Turizmi etkileyen coğrafi etmenleri şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Türkiye’nin coğrafi konumu
- Türkiye’nin alanı ve sınırları
- Yeryüzü şekilleri
- İklim özellikleri
- Bitki örtüsü çeşitliliği
- Akarsular, göller, kaynaklar ve denizler
- Türkiye’nin nüfus yapısı
- Yerleşme tarihi ve yerleşme şekilleri
- Kültürel özellikleri

- Ulaşım Etrafının denizlerle çevrili bir yarım ada oluşu, kıtalararasında geçiş sahasında yer alması, dünya turizm pazarının geleneksel olarak en büyük katılımcılarından olan Avrupa devletlerine ve son zamanlarda uluslararası turizme önemli oranda katılan Ortadoğu (Körfez) devletlerine yakın oluşu Türkiye turizminin özel konum kaynaklı avantajlarıdır. Türkiye arazisi birbirinden farklı yeryüzü şekillerinden oluşan sahalardan oluşmuştur. Dağlık alanlar, vadiler, platolar, geniş düzlükler gibi yüzey şekilleri sık sık birbirleriyle yakın mesafelerde bulunmaktadır. Bunların her biri farklı turizm türlerinin gelişmesine sebep olmuşlardır. Örneğin Dağlık alanlarımızda dağ turizmi, kış turizmi, yayla

turizmi, doğa yürüyüşleri, doğa sporları gibi turizm türleri uygulanırken, vadilerimizin bazılarında su sporları, kültür ve inanç turizmi gibi turizm çeşitleri yer bulmuştur.

Ülkemizde sürdürülmekte olan turizm çeşitleri şöyle sıralanabilir:

- Alışveriş turizmi
- Dağ turizmi
- Eko-turizm
- Gastroturizm
- Gençlik turizmi
- Göl turizmi
- Hüzün turizmi
- İnanç turizmi
- Kamp-karavan turizmi
- Kırsal turizm
- Kış turizmi
- Kıyı turizmi
- Kongre turizmi
- Kültürel turizmi
- Özel ilgi turizmi
- Sağlık turizmi
- Sınır turizm
- Spor turizmi
- Yat turizmi
- Yayla turizmi

- Korunan alan turizmi Görüldüğü üzere ülkemizde gerçekleştirilen turizm türleri son derece geniş bir yelpazede dağılım göstermektedir. Turizm türlerindeki zenginlik için birçok neden sayılabilir. Ancak bunların en önemlileri ülkemizin coğrafi görünümündeki zenginlik ve uzun yerleşme tarihinin sunduğu miraslardır diyebiliriz. Dünya turizminde kültürel turizm türlerine, spor ve sağlık turizmlerine, kongre ve alışveriş turizmlerine büyük bir yönelim söz konusudur. Bununla birlikte klasik olarak kabul edilen kıyı, deniz, inanç ve kış turizmleri de hala büyük bir talep görmektedir. Türkiye bir yandan artık uzmanlaştığı turizm türlerinde kaliteyi artırmaya çalışırken diğer taraftan turistik ürün çeşitlendirmesi adı altında potansiyel olarak sahip olduğu ürünleri ortaya çıkarmak için planlamalar yapmaktadır. 2019 yılının ilk ayı itibariyle ülkemizde 43 Milli Park, 229 Tabiat Parkı, 111 Tabiat Anıtı, 30 Tabiatı Koruma Alanı, 14 Ramsar Alanı, 18 UNESCO Dünya Mirası Alanı, 16 İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası, 7 Dünya Belleği değeri bulunmaktadır. Bu koruma alanları ülkemizin uluslararası tanınırlığının artmasında olumlu katkılarda bulunmaktadır.

4.RAKAMLARLA TÜRKİYE TURİZMİ

Dünyada en fazla turist çeken devletler (İlk on devlet) Ülke adı Turist sayısı 1 Fransa 86,9 2 İspanya 81,8 3 ABD 76,9 4 Çin 60,7 5 İtalya 58,3 6 Meksika 39,3 7 Birleşik Krallık 37,7 8 Türkiye 37,6 9 Almanya 37,5 10 Tayland 35,4 Dünyada uluslararası turizme katılan turist sayısı 2017’de tüm zamanların rekorunu kırarak 1 milyar 326 milyona ulaşmıştır. Türkiye 2017’de Dünyanın en fazla ziyaret edilen 8. ülkesi olmuştur. Hatırlanacağı üzere 2014’de o zamana kadarki en iyi sıralamayı elde ederek 6. olmuştu. 2018 yılının Türkiye turizmi açısından sayısal anlamda rekor yılı olduğu görülmekle birlikte yılsonu rakamları henüz açıklanmamıştır. Ancak dünya sıralamasında birkaç basamak yükseliş beklentisi söz konusudur. Tablo 2. Türkiye’ye En Fazla Turist Gönderen Ülkeler (2017) Ülke adı Turist sayısı 1 Rusya Federasyonu 4.7 milyon 2 Almanya 3.5 milyon 3 İran 2.5 milyon 4 Gürcistan 2.4 milyon 5 Bulgaristan 1.8 milyon 6 İngiltere 1.6 milyon 7 Ukrayna 1.2 milyon 8 Irak 896 bin 9 Hollanda 799 bin 10 Azerbaycan 765 bin Sonuç olarak Türkiye dünyanın önde gelen turizm ülkelerinden birisidir. Hatta büyük ölçüde bir turizm ülkesidir denilebilir. 40 milyon ziyaretçi sayısının aşıldığı 35 milyar dolar turizm gelirinin elde edilmeye başladığı son yıllarda ülke turizmi daha yüksek hedeflere odaklanmaktadır. Ancak bu hedefler sürekli sayısal artış değil nitelik üzerine olmalı kanaatini taşımaktayız. Çünkü artık bir turizm ülkesi olarak bazı turistik alanlarımızda aşırı yoğunluk kaynaklı çeşitli bozulmalar görülmektedir. Eğer turizmin sürdürülebilir olması isteniyorsa mutlaka bazı planlamalar yapılmalıdır. Çünkü turizmin hizmetine sunulan kaynak değerlerimizin birçoğu tükenbilir unsurlardan oluşur.