

86/2

# PLANLAMA

Şehir Planlama Mimar Ve  
Mühendisleri Odası Yayınıdır

## İÇİNDEKİLER

Sahibi ve Yazı İşleri  
Nadere :  
KemaI SARP

Yayın Kurulu :  
Selma AKOVA  
Hürriyet BİLGİN  
Kübra CİHANGİR  
Seydihan ÇAMUR  
Simru FAYDALIGİL  
Mensure IŞIK  
Emel KIVAN  
Ayşe SARP

Grafik Hazırlık :  
AtölyeGrafik - 18 55 21

Baskı :  
MA YA Matbaacılık Yayıncılık  
Ltd. Şti. - 18 01 53 Ankara

Fiyatı : 500.-TL., KDV'den Muafır.  
Öğrencilere : 300.-TL.  
Yıllık Abone Fiyatı : 1500.-TL.

Adres :  
Şehir Planlama Mimar ve  
Mühendisleri Odası  
Konur Sokak 4/2  
Kızılay/Ankara

- 2 TÜRKİYE'DE KENT PLANLAMANIN  
KURUMSALLAŞMASI VE GÜNÜMÜZDEKİ SORUNLAR  
İlhan TEKELİ
- 7 VAROLAN BİÇİMİYLE 'TURİZM',  
'TURİZM PLANLAMASI' VE 'PLANCILAR'  
Akın ATAÜZ
- 11 BİR TURİZM ALANININ GELİŞME SÜRECİ:  
KAYNAKLARIN YÖNETİMİ KONUSUNDA İPUÇLARI  
R. W. BUTLER
- 16 BODRUM'UN BODRUMLAŞMASI  
Mehmet Y. ADAM
- 18 TURİZMİN ÜLKE EKONOMİSİNDEKİ  
YERİ VE PLANLAMA  
İnci ATAÇ - RÖSCH
- 23 SOSYAL TURİZM  
Seydihan ÇAMUR
- 26 BİBLİYOGRAFYA - TURİZM VE TURİZM PLANLAMASI  
Kübra CİHANGİR
- 28 BELEDİYELERDEN
- 32 KIZILAY BİNASI ÜZERİNE  
Hasan ÖZBAY

Planlama'da yer alan görüşlerin sorumluluğu yazı sahibine aittir.

# Türkiye'de kent planlamanın kurumsallaşması ve günümüzdeki sorunları\*

İlhan TEKELİ

## I. GİRİŞ

Artık kutlanması kent planlama kurumlarımız arasında girmiş olan Dünya Şehircilik Günlerinde, Türkiye'de kent planlamanın bir muhasebesini yapıyoruz. Böyle bir genel değerlendirme yapmak için düşündüğümde, benim üstümde oldukça olumsuz bir izlenim olduğunu gördüm. On-onbeş yıl önce Türkiye'de kent planlancıları bir iddia bir sav sahibidiler. Savundukları bir planlama görüşü, bir planlama felsefesi ve planlama örgütlenmesi vardı. Plancılar bugün belki de daha çok plan yapıyorlar, sayıları daha da arttı; plancı yetiştiren yeni bölümler açıldı. Ama iddiaları sönmüldü, toplumda sesleri daha az duyulur hale geldiler. Bu hislerimin yaşlananların geçmişteki güzel günlere hasret duymasından kaynaklandığını sanmıyorum, nesnel temelleri var Türkiye'de. Kent planlama pratiğinden Arap kökenli ve diğer yabancı firmalar gün geçtikçe daha büyük pay alıyorlar. Kent planlancıları bu firmaların üstünlüğünün ne olduğunu, Türkiye'deki teknik elemanların yapamadığı neyi başardığını sorgulamıyor ya da sorgulayamıyor. Bu firmaların hangi koşullarla iş aldığını bilmiyoruz. Yaptıkları işlerin kalitesi hakkında fikrimiz yok. Bankaların şeffaflığının tartışıldığı bir ülkede kent planlancıları yabancı firmaların yaptığı işin şeffaflığını talep etmiyor. Herşey buzlu camların arkasında. Bu işin ancak bir yönü. İmarcılık efsanelerinin yaratılmaya çalışıldığı İstanbul'un belediyesinde bir arazi kulanma haritası yok. Bu durumda kim, neye, nasıl karar veriyor onu sorgulamıyoruz. Büyük kentlerimizin bir imar planlama bürosu yok. Bu kentlerde araştırma yapmak isteyecek bir araştırmacı bilgilerini toplamak için firma firma dolaşacak. İstanbul gibi bir kentin ciddi bir planlama bürosunun bulunmaması karşısında sesimiz çıkmıyor. Bu planları üretmenin bir kamu görevi olduğunu halka yeterince anlatamıyoruz. Eğer şimdiye kadar çalışan bürolar başarısız olduysa bu başarısızlığın nedenini araştırıp, başarılısının hangi koşullarda kurulabileceğini ortaya koyup siyasal organlardan bunu talep etmiyoruz. Kent planlamanın hukuku ve başarısının ölçülmesinde gün geçtikçe yapsatçı değerler egemen oluyor. Son haftanın siyasal dergilerinden biri Antalya'da kent planlamanın Belediye Meclisi'ne giren yapsatçıların çıkarlarını koruyucu bir araç haline geldiğini gösteriyor. Belediye Meclislerindeki yapsatçıların sayısını araştırıp

kamuoyunda sergilemiyoruz. Bu örnekleri daha da artırabiliriz. Kent planlancıları gelişen olaylar karşısında, kaderlerine razı, olayların içinde yuvarlanıp gidiyorlar. Kent planlancılarının iddialarının kalmamasıyla kastettiğim işte bu yuvarlanıp gidiş.

## II. KADERİNE RAZI OLAN PLANCI TİPİNİN DOĞUŞU İÇİN NEDENLER

Planlama düşüncesi temelde kaderine razı olmağa karşı çıkışa dayanıyor. Planlama düşüncesinin kaynaklandığı Aydınlanma düşüncesi, toplum düzeninin ilahi olmadığını, topluma ilişkin bilimsel bilginin yeni toplum düzenlemelerini tasarlamakta kullanılabileceğini getiriyordu. Böylece insanın kaderini insanın eline veriyor, özgürleştiriyordu. Toplum yaşamının planlanabilirliği, laiklik, Amerikan ve Fransız devrimleri iç içe geliyordu. Formasyonlarının temeli kaderini aşmak olan planlancıların, kaderlerine razı hale gelmesi şartı ve üzücü oluyor.

Kuşkusuz, her toplumsal olgu gibi bu olgu da rastlantısal değil, nedenleri var. Bunda 1980 sonrasında suskun bir toplum yaratmak için yapılanların bir payı var. Ama kanımca 1980'ler olgusu tek başına bunu açıklamıyor. Daha gerilere giden nedenleri var. Toplumda daha uzun süreden beri etkili olan başka süreçlerin bir sonucu.

Toplumumuzda 40 yıllık gibi uzun bir süredir fikir emeğinin değersizleştirilmesi başka bir deyişle devalüasyon süreci yaşanıyor. Bu süreci çok yakından tanımamız gerekiyor. Hangi süreç içinde gerçekleştirilirse gerçekleştirilsin planlama temelde özü fikir emeği olan bir çaba. Bu fikir emeğinin değersizleştirilmesi süreci tek başına gelmiyor kendi değer yargılarını bir bütün olarak getiriyor. Fikir emeğinin yerine dar çevrelerin çıkarlarının kör güdüsünü koyuyor. Bu güdüler tüm yaşamımızı olduğu gibi kentsel çevremizi de biçimlendiriyor.

Kuşkusuz fikir emeğinin değersizleşmesi için bazı sosyolojik açıklamalar getirebiliriz. Diyebilirim ki, bu köylülükten yeni kurtulmaya başlayan büyük kitlelerin varlığı nedeniyledir. Başka bir deyişle kentleşen bir geçiş toplumunun özellikleridir. Eğer bu yeterince inandırıcı olmazsa ekliyebilirim, bağımlı kapitalistleşmenin doğasında bu fikir emeğinin değersizleşme sürecinin gizli olarak bulunduğunu ileri sürebilirim. Kuşkusuz bu savların her ikisinde de bir gerçek payı vardır. Ama bu açıklamaya hangi çerçevede baktığımız önemlidir. Buna pozitivist bir bilim anlayışıyla yaklaşırsak, ancak razı olunması gereken bir kaderle karşı

\* 6 - 7 - 8 Kasım 1986 tarihlerinde İstanbul'da yapılan 2. Türkiye Şehircilik Kongresi'ne sunulan bildiri.

karşıya kalırız. Aynı zamanda da plancı oluşumuzu yadsı-  
mış oluruz. Bu çözümlenmeye değiştirilecek, ya da de-  
ğiştirilmesi gerekli bir gerçek olarak yaklaştığımızda plancı  
düşünceye geri dönmüş oluruz.

Kent planlaması alanında fikir emeğinin değersizleştirilmesi sürecini nasıl yaşadık, nasıl yaşıyoruz. Bu süreç ilginç iç çelişkilerle gelişiyor. Bu iç çelişkilerin doğuşu dünya planlama yazınında ileri sürülen yeni yaklaşımların Türkiye koşullarında yeniden yorumlanmasıyla yakından ilişkili.

1970'lerde planlama yazınında yeni humanizmin orta-  
ya çıkışıyla birlikte elitist ve merkezi planlama eleştirildi,  
katılımcı ve desantralize planlama savunuldu. Bu daha  
insancıl halka yabancılaşmamış planlama düşüncesinin  
Türkiye'de yarattığı etkiler ne oldu? Merkezi elitist plan-  
lama savunulamaz hale geldi. Ama katılımlı bir planlama  
teknikliği de geliştirilmedi. Belediyeler eliyle küçük grupların,  
yapsatçıların eline terkedildi. Meslek sahibi plancının elin-  
den elitist olduğu için alınan yetkiler, tek hüneri elit olma-  
mak ve kendi çıkarını savunmak olan küçük gruplara teslim  
edildi. Ya halkın güçsüz kitlenin katılımı ne oldu? O yine  
gelecek bahara kaldı. Böyle bir ele teslim edilen planlama  
faaliyetinin fikir emeğine gereksinmesi yoktur. Ancak dar  
çıkarların yasallaştırılmasına gereksinmesi vardır. Bunun  
için de gerekli olan meslek kalitesi değil meslek kalitesizli-  
ğidir. Meslek kalitesi ne biçimiyle olursa olsun dar çıkar-  
larla çatışma ona direnme demektir. Bu yönüyle fikir eme-  
ğinin değersizleştirilmesi demek, sadece fikir emeğini ucuza  
çalıştırmak demek değildir, aynı zamanda kalitesini de  
düşürmeyi içermektedir. Dar çıkarlara uyum gösteren kalite-  
siz fikir emeğine çok büyük değerler ödenmesinde hiçbir  
sakınca yoktur.

Aslında fikir emeğinden istenen "üstüne vazife olmayan işlere" karışmasıdır. Üzerine vazife olmayan işlere karış-  
mak da çıkarlara hizmet etmemek, dar çıkarlar üzerinde  
denetim kurmaya çalışmaktır. Başka bir deyişle, kamu  
yararını ön plana alan plancı olmaktan vazgeçmesidir. Belki  
bunların ötesinde aydın olmaktan uzaklaşmaktır. Kanımca  
aydın olmak biraz da "üstüne vazife olmayan işlere" karış-  
maktır. Kendine verilen planlama konusunun dokunulmaz  
sayılan verilerini sorgulamaktır. Belki de yaşanan fikir eme-  
ğinin değersizleştirilmesi sürecinin bir parçası da fikir eme-  
ğinin "aydın" olma boyutunu tecrid etmek, hapsetmek,  
savunulur olmaktan çıkarmaktır. Dar çıkar çevreleri için  
en pahalı olan emek, içinde "aydın" olma kaygıları kaldırı-  
lamamış emektir.

Yabancılar Türkiye'deki uzmanların yapacaklarından  
onlarca misli para ödeyerek proje yaptırılması da bu yüzden  
değil mi? Yabancı firma kendisine verilen işi yapıyor. Üze-  
rine vazife olmayan işlere karışmıyor. Onun bu fikir eme-  
ğinin içinde aydınlık ögesi kalmıyor. Aynı nedenle de on  
misli pahalıya satın alınan bu hizmet dar çıkar gruplarına  
daha ucuza geliyor.

Yine Türkiye'de planlama faaliyetinin hızlı gelişmeler  
uyum yapmakta gecikmesi üzerine, eylem planlaması türü  
planlama savunuldu. Bu John Dewey pragmatizmi içinde  
bilginin ancak deney içinde üretilebileceği inancından yola  
çıkarak planlama yaklaşımıdır. Böyle bir planlamada plan-  
lama sürekli bir faaliyettir, eylem içinde gelişir, bunun ola-  
bilmesi için icra ile bütünleşmiş çok güçlü bir planlama

örgütü gerekir. Bu örgüt eylem içinde olarak eylemden  
sürekli yeni bilgiler üretecek, bu bilgileri örgütü içinde birik-  
tirecek, hiçbir zaman donmuş bir nitelikte olmayan plan-  
lama kararlarını sürekli olarak yeniden üretecektir. Ulaşıl-  
mak istenilen plansızlık değil sürekli planlamadır. Planla-  
maya icrada güç kazandıracak bu yaklaşım plansızlık olarak  
anlaşılmaktadır. İcranın her yaptığına evet demek eylem  
planlaması sayılmaktadır. Keyfiliğin savunması haline  
gelmektedir.

Buraya kadar yaptığım yorumlarda hep toplumdan  
toplumdaki dar çevrelerin çıkarlarından söz ederek Türkiye'  
de planlamanın düştüğü durumu açıklamaya çalıştım. Kuş-  
kusuz bu tek taraflı bir olay değil. Plancılar bu durumun  
sorumluluğunu sadece kendi dışlarına yönelterek bu işin  
içinden sıyrılmazlar. Böyle bir sıyrılmaya çabası da bir başka  
bakımdan da kadercilığe razı oluşu içerir. Bunda geçmişte  
kurulan planlama örgütlerinin başarısızlığı, yolsuzluk söy-  
lentileri, bu mesleğin kendi içinde eleştirilme mekanizmalarının  
yeterince geliştirilmemiş olması, planlıların formasyonla-  
rının uygunluk derecesi vb. birçok değişkenin rolü vardır.  
Ama ilginç olan bir başka husus daha vardır. O da siyasi  
kadroların birkaç özel örnek dışında başarılı bir planlama  
örgütü kurmaya yeterince ısrarla uğraşmamış olmasıdır.  
Gelirleri ve olanakları çok artan, yaptıkları yatırımlarının  
düzeyi ülkede enflasyonu etkileyecek düzeye gelen belediye-  
ler, yüzlerce plancının çalıştığı bir planlama örgütü kurmak-  
tansa, yabancılar proje yaptırmayı yeğlemekteydiler. Onlar  
için önemli olan aklına koyduğu yatırımı yapacak bir proje-  
nin sağlanmasıdır. Böyle başarılı kararlar üreten, kentin  
kaderine sahip çıkan bir planlama örgütünü kurup işletebil-  
meyi hiçbir büyük kent belediye başkanı kendisi için başarı  
olarak görmemektedir. Böyle bir büro olmadan yabancı  
firmaya yaptırılan bir proje sistemde hiçbir birikim sağlama-  
yacaktır. Yabancı uzmanlıktan yararlanılacaksa, bunun  
uzun dönemli bir birikim doğurabilmesi için de böyle bir  
planlama örgütüne ihtiyaç vardır. Türkiye'de birçok plan-  
lama bürosunun sorumlusunun geçmişte işine son verilmiş-  
ti. Bu son verişlerin nedeni ilginçtir. Bunların nedeni  
o büronun yeterince hızlı ya da kaliteli plan üretmemesi  
olmamıştır. İşe son verme nedeni genellikle üretilmiş bir  
planın bozulmasına plancının direnmesi olmuştur. Bu tartış-  
mayı daha da uzatmakta yarar yok. Şimdi böyle planlıların  
büyük ölçüde iddialarının sönümlendiği adeta kaderine razı  
hale geldiği bir ortamda planlama mesleğinin ideolojisinde  
ve kurumsal yapısında ne tür müdahaleler yapılarak bu iddia  
canlandırılabilir? Bunun için bugünkü işverme düzeninden,  
devlet planlama bürolarının ve serbest planlama bürolarının  
yapılarından yabancı firmaların Türkiye'deki iş ilişkilerin-  
den başlayıp, bu mesleğin ideolojisinin yeniden üretildiği  
Üniversitelere, Şehir Planlama Odası'na, Dünya Şehircilik  
Günleri'ne kadar uzanan kurumsal yapının kaderine razı  
plancılar üretmemesi için ne tür yeniden düzenlemelere  
gidilmesi gerektiğini irdeleyelim.

### III. İMAR DÜZENİ İÇİN GENEL İLKELER :

Türkiye'de şehir planlamaya ilişkin yeniden bir kurum-  
sallaşma önerisi kuşkusuz öncelikle bir yeni imar düzeni  
anlaşımına oturmak durumundadır. Böyle bir imar düzeni  
anlaşımı önermek için altı farklı çıkış noktasından hareket

edilebilir. Bunları şöyle sıralayabiliriz :

1. Türkiye'nin yaşamakta olduğu kentleşme olgusunun nitelikleri
2. Yaşanan ekonomik bunalımdan çıkmak için uygulanacak ekonomik politikanın özellikleri
3. Türkiye'de kurumsallaşan yapılaşma süreçlerinin belirleyicilikleri
4. Türkiye'de imar düzenine ilişkin pratiklerin gelişimi ve sonuçları
5. ANAP'ın İmar Düzeninde yaptığı değişikliklerin yorumlanması
6. İnsancıl bir dünyaya bakış açısının imar düzenine yansımaları.

Bu konuları kısaca ele alarak imar düzenine ilişkin ilkelere esas olacak saptamalar yapalım.

Türkiye İkinci Dünya Savaşı sonrasında geç kapitalistleşen Üçüncü Dünya Ülkelerinde yaşanan hızlı kentleşme olgusunun bir benzerini yaşıyor. Bu kentleşmenin belli nitelikleri var. Toplumun ekonomik büyüme hızı, kentlerde yeter sayıda örgütlü iş alanı açamıyor, kente gelen kitleler yaşamlarını örgütsüz iş alanlarında sürdürmek zorunda kalıyor. Bu kitleler kapitalistleşen iş çevreleri için ucuz emek sağlıyor. Böyle bir iş yaşamı kent içinde yüksek gelir eşitsizlikleri, fırsat eşitsizlikleri ve birbirinden kopuk toplumsal grupların oluşmasının nedeni olmaktadır. İş yaşamındaki ve kültürel farklılıklardaki bu ikilem aynı zamanda fiziki mekânın yapılanmasında da kendini göstermektedir. Kentler modern kesimleri ve gecekondü kesimleri diye ikiye ayrılmaktadır. Kentin modern kesimlerinin yapılanması da küçük girişimcilerin eliyle gerçekleştirilmektedir. Son zamanlara kadar ne devlet, ne büyük sermaye konut alanına aktif olarak girmemiştir. Küçük girişimciler eliyle gerçekleştirilen bu kentsel yapılanma hem yüksek yoğunluklu sağlıklı kentsel çevreler yaratmakta, hem de arsa değer artışlarını en çoğa çıkararak çok pahalı bir kentleşme ortaya çıkarmaktadır. Öte yandan gecekondü kesimlerinde kentin en güçsüz kesimleri çok düşük standartlı çevreleri çok pahalıya elde etmektedir. Sürekli olarak yıkım tehdidi altında bulunan bu çevrelerde sık sık yapılan yıkımlar, malzeme ve emek kaybından başka her yıkım sonrasında ödenen rüşvetlerle, gecekondünün maliyetini hızla artırmaktadır. Toplumun her iki kesiminde de sürdürülen yapım süreçleriyle sağlıklı çevreler yaratıldığı gibi önemli kaynak israfı da yapılmaktadır. Tek tek konut sahipleri ve tüm olarak toplum açısından irrasyonel olan bu sürecin toplumun kimi kesimleri başka bir deyişle kapitalist kesimi için rasyonelinden sözedilebilir. Kapitalist birikimi hızlandırdığı söylenebilir.

Yaşanan kentleşmenin özelliklerini yeterince tanımadan ileri sürülecek "imar düzeni" önerileri uygulamada başarılı olamaz. Kentleşme sorunlarının çözümünün halktan yana planlılar açısından öncelikle bir üretim artışı ve paylaşım sorunu olduğunu hatırdan çıkarmamak gerekir. Bu konuda alınabilecek önlemler gösterilecek başarı, kentleşme sorununun çözümünde ve sağlıklı bir çevre oluşturulmasında uygulanabileceklerin ve beklentilerin sınırını çizer.

Kuşkusuz böyle bir karşılıklı belirleyiciliğin bulunmasından söz etmek, imar düzeni konusunda özel bir çaba sarfedilmesi gerektiği, fiziksel çevrenin diğer faktörlere göre kendiliğinden oluşacağı anlamına yorumlanamaz. Tersine sözü edilen başarılabileceklerin sınırına ulaşmak "imar

konusunda" bilinçli etkin çabaları gerektirir.

Kentleşme sürecinin en önemli özelliklerinden biri de, altyapılarıyla, konut alanlarıyla çok pahalı bir yatırım olgusu olmasıdır. Tarımsal bir üretim yapısından, sanayileşmiş bir toplum aşamasına geçmek isteyen ülkelerde, bu dönemde kentleşme hızı da çok yükseldiğinden, kentleşmenin gerektirdiği yatırım talebi de çok hızla artar. Ekonomik büyümesini hızlandırmak isteyen bir ülke için kentleşmenin maliyetinin olabildiğince düşürülmesi özellikle önem kazanır.

Bu nedenle gelişmiş ülkelerin altyapı ve fiziki çevre standartlarına özenmek pek çok halde bir olanaksız gerçekleştirmeye çalışmak olur. Ekonomik sistem kentleşmeye bu kaynakları ayıramayacağı için, hem yüksek standartlara özenme hem de kaynak sınırlılığının uzlaşmasını kentte ikili bir yapı doğurarak çözümler.

Kentleşmeye ayrılacak kaynakların etkin kullanımı sorunu yaşanan ekonomik bunalım içinde özellikle önem kazanmıştır. Oysa ANAP'ın uyguladığı yaklaşımlardan bu konuda tutarlı bir seçmeye sahip olmadıkları görülmektedir. Gerek kentlerde uygulamaya çalıştıkları büyük altyapı projeleri gerek Çukurova projesine yaklaşımları, gerek toplu konut sorununa yaklaşımları bu konuda bilinçli bir tutuma sahip olmadıklarını göstermektedir. Bunalımdan çıkmak için uyguladıkları ekonomik model ile bu yapılanlar arasında bir tutarlılık yoktur.

Kentleşmenin hem maliyetini düşürmek hem de sağlıklı bir kentsel yapı oluşmasını sağlamak basit önlemlerle çözümlenebilecek kolay bir sorun değildir. Sorunun çözümüne çok yönlü buluşçu stratejilerle yaklaşmak gerekir. Hazır çözümleri yoktur.

Önce kentsel gelişmenin yönlendirilmesinin bir fiziki planlama sorunu olduğu kadar ekonomik politika sorunu olduğunun bilincinde olmak gerekir.

Kent arsalarında yüksek değer oluşumunu önleyen ve dolayısıyla kentleşmenin maliyetini düşüren kurumsal önlemler almak, planlama yöntemleri kullanmak yoluna gidilmelidir.

Kentsel altyapıların geliştirilmesinde maliyeti düşürücü buluşçu yöntemlere yönelmek gerekecektir. Bu buluşçu yöntemler mühendislik düzeyinde olduğu kadar yatırımların aşamalandırılması programlaması düzeyinde de geliştirilmek durumundadır.

Bir ülkedeki çevrenin sağlıklı oluşumu, sadece kent planlama tasarımı ve bu tasarımın gerçekleşmesi konusundaki denetime bağlı değildir. Oluşan kentsel çevrenin kalitesi ve sağlamlığı büyük ölçüde bu çevreleri oluşturan yapı süreçlerinin özelliklerine bağlıdır. Bu yapı süreçleri varolan kurumsal yapı, yapı teknolojisi, girişimcilerin büyüklüğü, alıcıların ödeme gücü gibi değişik faktörlerin biraraya gelmesiyle ortaya çıkmaktadır. Türkiye'de de yapsatçılıktan, gecekonduya, toplu konuta kadar uzanan süreçler vardır. Geliştirilecek bir imar düzeni önerisinin bu süreçlerden hareket etmesi gerekir. Bu süreçler yeniden tasarlanmalı, çeşitlendirilmeli, kentleşmenin maliyeti düşürülmeli ve değişik toplumsal grupların olanaklarıyla tutarlı hale getirilmelidir. İmar düzenine ilişkin buluşçu önerilerin geliştirilme yolu bu ölçekteki düşünceden geçer.

Geliştirilecek imar yasası ve kurulacak imar planlama bürokrasisi bu geliştirilecek süreçlerin özelliklerine göre

düzenlenmelidir. Eğer imar planları bu pratikler gözünde tutulmadan hazırlırsa kendilerinden beklenen yol göstericiliği yerine getiremeyecektir.

Türkiye'de 1930'lu yıllarda kurulan İmar Planlama pratiği o yıllarda çok sınırlı sayıda plancının bulunması; ve dünyada kent planlaması pratiğinin yeterince gelişmemiş olması yüzünden, elitist, merkezden yürütülen, statik, denetleyici ve yerel uygulama pratiğine oldukça yabancılaşmış bir yaklaşıma sahiptir. Bu planlama pratiği özellikle II cı Dünya Savaşı sonrasında, hızlı kentleşme olgusu karşısında yetersiz kaldı. Bu yetersizlik plan dışı gelişmelerin, planlı gelişmeleri aşmasıyla ortaya çıktı. Birbirini izleyen imar afları, bu yetersizliğin yönetimlerce kabul edilmesinin belgeleri oldu. Plan yaşamın gerisinde kaldı.

Gerçekte imar afları varolan planlama anlayışının ve bürokrasisinin yetersizliğinin bir göstergesi olmasına rağmen, her imar affından sonra yeni bir planlama arayışına gidilmesi yerine, eski planlama arayışı restore edilmeye çalışıldı. İlginç bir yaklaşım ortaya çıktı. Bir taraftan varolan plan anlayışı doğrultusunda planlama kadroları oluşturuldu, bu yöndeki hünerler geliştirilirken, yetkiler artırılırken, öte yandan pratikte sürekli olarak plan dışında kalmanın yeni yolları üretiliyordu. Sonuç yeni bir imar affıyla sürecin yeniden başlatılması oluyordu.

Türkiye'de gerek biriken deneyimler, gerek yetişen kadrolar bizi bu kısır döngünün kırılması noktasına getirmişti. Belki de ANAP'ın imar düzenine ilişkin düzenlemelerde bilincine ulaşılmaya da böyle bir arayışın izleri görülebilir. Bilincinde olmayınca çözüme de ulaşamamıştır.

Oluşturulması gereken plan anlayışının genel çizgileri ve bunu uygulayacak örgütlenmenin ilkelerini şöyle belirleyebiliriz. Yeni plan anlayışı, başlangıçta temel kararlar düzeyinde kalan, uygulamaya geçerken ayrıntılandırılan, ülkedeki yapı süreçlerinin özelliklerine duyarlı, sürekli, halkın katılımına açık, yerinden yönetilen bir planlama anlayışı olmalıdır.

Kuşkusuz bu plan anlayışı, beraberinde yeni bir imar bürokrasisi anlayışını getirecektir. Bu anlayışta merkezin rolü ana politikaların konulması ve kritik bazı konulardaki denetim olacaktır. Güçsüz belediyeler için bölgesel planlama örgütleri, güçlü belediyeler için ise yerel güçlü bir planlama örgütünün oluşturulma koşuluna dayalı yetki devri düşünülmelidir. Planın denetim yolları ve uygulama bürokrasisinde farklı yapım süreçlerine göre çeşitlendirmeye gidilebilecektir.

Ancak böyle eylemle sıkı ilişkisi kurulmuş bir planlama anlayışı ve örgütlenme biçimiyle planlama uygulamanın önüne geçirilebilir.

ANAP Türkiye'de kentleşmeyi etkileyecek ve imar düzenini değiştirecek önemli kararlar almaktadır. Ama bu kararlar yeni bir planlama anlayışının, kentleşme sorununa ekonominin sınırlamalarıyla tutarlı bir çözüm arayışının sonucu değildir. Önerilen toplumun değişik kesimlerinin imar düzeninden yakınmalarna ilişkin parça parça çözümlerdir. İmar bürokrasisinin ağır çalışmasından mı yakınıyor, yetkiler belediyelere, yeminli bürolara bırakılıyor. 1000 m<sup>2</sup>'ye kadar inşaatın ruhsat zorunluluğu kaldırılıyor. Tarihsel SİT alanları küçültülüyor. Meslek Odalarının görüşlerini açıklamaları bazı çevreleri mi rahatsız ediyor, imar yasasıyla TMMOB'un yanı sıra müteahhitler odası

kuruluyor, ekonomik kararlar dolayısıyla konutta yatırım eğilimi mi düştü, Toplu Konut Fonu yaratılarak bir karşı eğilim yaratılmaya çalışılıyor. Tüm bunlarla görünüşte bir hareket yaratılıyor. Sorunların çözümüne uğraşıldığı kanısı doğruluyor.

Bu yaklaşımlar ne kentleşmenin maliyetini düşürmek ne de yapı süreçleriyle tutarlı yeni planlama anlayışlarına dayanmadığı için sorunları çözücü olmaktan çok sorunların sürmesini sağlayıcı ya da yeni çıkar gruplarına göre yeniden şekillenmesini kolaylaştırıcı bir özellik taşıyor. Yalnız katılmış imar örgütlenmesini ve buna bağlı değer yargılarını tahrip ettiği için ortamı yeni ve daha tutarlı imar düzeni arayışlarına hazırlama işlevini görüyor.

Halktan yana plancılar yeni imar düzeni arayışlarında öncelikle insanlı amaçlardan yola çıkmalıdır. Bu amaçlar ifadesini özgürlük, eşitlik, emeğe saygı ve doğayı ve tarihi koruma ilkelerinde buluyor.

Bu ilkeleri hemen somutlaştırmak olanağı var. Planlamayı elitizmin halka zorladığı bir yaşam kalıbı olarak görmüyor. Halkın katılımına ve denetimine olanak tanıyan, toplumun değişik kesimlerinin kendilerini gerçekleştirme- sini sağlayan çoğulcu bir planlama anlayışını öngörüyor.

Halktan yana planlamanın eşitlik anlayışı da planlamada bu çoğulculuk içinde anlam kazanıyor. Bu kapsamda eşitlik monotonluğu ve tekdüzelliği doğuran bir anlayış değil, özgür kişilerin kendilerini gerçekleştirmesinde eşitlik sağlayan, dolayısıyla yaratıcı ve çeşitliliği üreten bir anlayış olma niteliğine sahip.

Emeğe saygı duyan halktan yana plancı görüşü kent mekanının örgütlenmesinde ve kentsel hizmetin üretilmesinde, emekçilere öncelik verme durumundadır. Onları kent yaşantısından dışlayan değil, kentin yaşantısına katan bütünleştiren bir planlama içeriğini gerçekleştirmeye çalışacaktır.

Halktan yana plancıların görüşü tarihsel çevrenin korunmasını, kültürel mirasın gelecek nesillere zenginleştirilerek devrini görev bilen bir tarih bilincine sahiptir. Bunu gelenekçiliğe dayanak olacak bir araçsallıkla değil, geleceğe yönelik bir insanlık bilinciyle yapmaktadır.

Halktan yana plancı, tarihsel çevrenin korunmasına duyarlı olduğu kadar doğal çevrenin korunmasına da duyarlı olacaktır. Bu da doğayı piyasa güçlerinin doğrudan tahribine bırakmamak demektir. Doğal çevreyi korumak için piyasa güçlerini denetim altına alıcı bir planlama yapmak gerekecektir.

Bu seminerin bana ayıracağı zamanın sınırları içinde planlama önerimi ayrıntılandırdıktan sonra, bu öneriyi daha çok kurumsallaşma düzeyindeki önerilerle tamamlamak istiyorum.

#### IV. TÜRKİYE'DE KENT PLANLAMASININ KURUMSALLAŞMASINA İLİŞKİN ÖNERİLER

Kuşkusuz bir ülkede herhangi bir mesleğin kurumsallaşmasını tüm boyutlarıyla tartışmak oldukça karmaşık çözümlemeleri gerektirir. Hele bu meslek kent plancılığı olursa daha da karmaşıklaşır. Ama ben tartışmayı sadeleştireceğim. Üç tür kurumdan söz edeceğim. Birinci tür meslek pratiğinin yapıldığı örgütler, ya da kurumlar olacak. İkinci türü ise eğitim kuruluşları, yani mesleğe ilişkin bilgi-

lerin, hünelerinin ve ideolojilerinin yeniden üretildiği kurumlar meydana getirecek. Üçüncü tür'ü ise meslek kuruluşları, konu ile ilgili dernekler, vakıflar, vb. sivil toplum kurumları oluşturacak. Bunlar daha çok mesleğe ilişkin ideolojilerin üretildiği ve yaygınlaştığı kurumlardır. Dünya Şehircilik Günü'nü de bunlardan biri olarak görmek gerekir.

Tabii bunlardan en önemlisi, belirleyici olanı meslek pratiğinin yapıldığı kurumların oluşturduğu doku. Bu doku sağlıklı bir biçimde kurulmazsa, ne eğitim kurumlarının, ne sivil toplum kurumlarının yapacağı pek bir şey kalmaz.

Geçmişte varolan doku çok basitleştirsek şöyledir. Devletin bu işte uzmanlaşmış ve plan onama yetkilerini elinde tutan bir bakanlığı, planları finanse eden ve belediyeler adına yapan ya da yaptıran bir bankası vardı. Bu şema içinde meslek pratiği, plan yapmaktan çok ihale eden ve kontrol eden devlet büroları, ve bu projeleri yapan küçük şehircilik ya da mimarlık büroları eliyle görülmüyordu. Bu 'ana' şema bir süre sonra metropoliten alanlarda kurulan devlet bürolarıyla tadil edilmişti. Bu şema içinde dış teknik bilgi daha çok devlet bürolarına davet edilen yabancı uzmanlarla sağlanıyordu. Bu model, az sayıda teknik personelin bulunduğu bir dönemin, elitist bir planlama anlayışının modeliydi. Ama çok açık olarak ulusal bir modeldi. 10-15 senede Türkiye'de bilinmeyen kent planlamayı, tamamen Türk planlılar tarafından yapılabile hale getirmişti.

Bu modelin değişmesi biz planlılarca savunulmaya başlamıştı. Belediyelerde geniş planlama birimlerinin oluşması bu yolla eylemle bütünleşmiş halkın katılımına olanak sağlayan bir planlama modeline geçilmesi savunuluyordu. Bunun çok başarılı bir örneği Ali Dinçer belediyesince, belediyelerin kaynaklarının çok sınırlı olduğu bir dönemde verilmişti. Bu modelden alınacak derslerle sağlıklı bir yeniden yapılanmaya gidilebilirdi.

25 Mart 1984 seçimlerinden sonra yeni bir yapılanmaya gidildi. Ama kanımca çok sağlıklı bir yapılanma oldu. Kanımca bu süreç tamamlanmadı, daha da sağlıklı bir yönde gelişecek. Bu gelişme tamamlandığı zaman, Türkiye'de kent planlama pratiği Dünya Bankası'nın öngördüğü kalıba dökülecek. Bu süreç açıkça adı konmadan yaşanıyor.

Bugün ortaya çıkan yapı nedir? Merkezi devletin büroları artık hiç plan üretmiyor. Birakınız plan üretmeyi yabancı firmalara yaptırdığı planları bile kendisi denetlemiyor. Artık denetlemek için özel firma tutuyor. Merkez bütün yetkilerini belediyelere terk etti. Belediyeler plan üretecek bürolar oluşturmadı. Yabancı firmalara proje ettiriyorlar. Eski deneyimli küçük bürolarımız ya gittikçe daha küçük yerleşmelerin işlerini almak zorunda kalıyorlar ya da yabancı firmalarla işbirliği yapmağa itiliyor. Eğer İller Bankası'nın dönüşümünü gerçekleştirdilerse bu süreç daha hızlanacak. Bu model de eski model kadar halka yabancı, elitist bile değil. Bu bakımlardan eski modele göre üstünlüğü yok. Ama bir özelliği var açıkça ulusalcı değil. Dışa bağımlı ve bu bağımlılığı artırıcı.

Bu noktada Türkiye sanıyorum ki dünyada çok özgül bir süreç yaşıyor. Diğer geri kalmış ülkelerde, planlamanın yeni girdiği planlama kadrolarının henüz gelişmediği ülkelerde yabancı firmaların kurduğu hegemonyanın belki anlaşılabilir bir yanı vardır. Ama tamamen ulusallaşmış bir pratiği gerçekleştirebilmiş olan Türkiye gibi bir ülkede, bu pratiğin büyük ölçüde yabancı ellere geçmesinin mantıklı

gerekçeleri bulunamaz. Herhalde ilk örnektir. Dünya işbölümünde kafa emeğimiz daha geri planlara itilmektedir.

Kuşkusuz böyle bir durumu yabancı sermaye için bulunmayacak bir durumdur. Sömürülmeye hazır yetişmiş uzmanlar kadrosunun varlığı, kârlılık oranlarını görülmemiş düzeylere çıkaracaktır. Onun için şeffaflık istiyorum. Sömürü oranını hesaplayacağım. Böyle bir geriye gidişi bir toplumda yaşatmak kolay değildir. Ancak özel koşullar gerektirir. Sivil toplum kurumlarının susturulduğu, Üniversitesinin sesinin kısıldığı ortamlar, böyle bir geriye gidişin yerleşmesini kolaylaştırır.

Kanımca Türkiye'nin bugünkü bilgi ve hüneleri işgücü birikimi altında gerçekçi ve çok daha başarılı bir meslek pratiği örgütlenmesine gidilebilir. Güçlü belediyeler, büyük, eylemle bütünleşmiş planlama büroları kurmalı doğrudan başkanla ilişkilendirmelidir. Küçük belediyeler için bölgesel planlama büroları oluşturulmalıdır. Tüm bu sistem dışında, bugün varolan küçük bürolar ağı varlığını koruyarak belediye bürolarının ihtisaslaşmış hizmet taleplerini karşılamak için daha uzmanlaşmış hizmetler üretmelidir. Uzmanlaşmış hizmet üreten büroların kendi aralarında konsorsiyumlar kurarak, büyük ölçekli çok disiplinli projeleri de üretmelerine olanak tanınmalıdır. Bunun dışında büyük ölçekli yerli danışmanlık firmalarının oluşmasını kolaylaştıran işverme düzenleri kurulmalıdır. İşverme düzenlerinde tercih nedeni bir yabancı firmaya sırtını dayamış olması değil, kendi başına bu işi becerecek bir örgütü gerçekleştirmiş bulunması olmalıdır. Böyle devletten öze uzanan her noktada plan üretilen, bu üretilen planların yeni uzmanlaşma talepleri doğurduğu bir kurumsal doku oluşturabilirse, sağlıklı bir yapıya kavuşulur. Böyle bir yapı içinde ileri tekniğe sahip firmalarla kurulacak ilişkiler de sağlıklı olabilir, hızla oluşmakta olan birikime bir katkısı bulunur. Böyle bir yapı içinde çalışan planlılar da mutlu olurlar, kendi kişiliklerini yaratıcılıklarını gerçekleştirme olanağı bulurlar.

Bu örgütlenmenin temel sloganı plan üretmek olmalıdır. Ama plan dediğimde planı demin anlattığım anlamda eylemle bütünleşmiş bir plan olarak düşünüyorum. Yoksa boyanıp duvara asılan bir imar planı olarak düşünmüyorum. Plan düşüncesinin eyleme geçirilmesinde tüm planlılara düşecek çok değişik etkin roller olacaktır.

Planlama pratiğinin böyle sürekli üreten, uzmanlaşan, yeni problem alanlarına açılan bir kurumsal dokusu olduğunda, bu canlı dokuyla bütünleşmiş bir Üniversitenin sorunları kalmaz. Üniversite varolan planlama pratiğinin kısırlığına hapsolmez. Daha başarılı öğrencileri alana çeker. En önemlisi bilime yeni katkılar yapan üretimde bulunmak olanağına kavuşur.

Sivil toplum kurumlarına gelince, onlar da bu yaratıcı ortamın ideolojisinin yeniden üretilmesinde kendilerine yaratıcı pek çok işlev alanı bulur.

Tanımladığım meslek pratiği dokusunun gerçekleştirilmesinde güçlükler olduğunu biliyorum. Bunun gerçekleştirilmesi inanç, mücadele ve çalışmak gerektiriyor. Ama şunu da biliyorum ki, insanlara yaşam çevreleri tasarlamakta kendilerini yetkili gören planlılar önce kendi pratik alanlarını tasarlamalıdır. Bu tasarım başarılı olup mücadele edilmeye değer bir imge yaratabilirse, planlılar iddialarını yeniden kazanacaklardır. Yenikliklerini üzerlerinden atabileceklerdir.

## Varolan biçimiyle 'Turizm', 'Turizm Planlaması' ve 'Plancılar'

Akın ATAÜZ\*

### PROLOG YA DA SAHNENİN ÖNÜNDE, PERDE AÇILMADAN ÖNCE

Kent plancıları 'turizm'le neden ilgilenir? Neden ilgilidirler 'turizm'le? Binlerce yanıt bulunabilir bu sorulara elbette ve binlerce yeni soru... Kent plancıları, bölge plancıları ve hattâ mimarlar, 'planlama' adına, turizm konusunda nelerle ilgileniyorlar? Öncelikle 'turizm potansiyeli' olan mevcut yerleşmelerle... Ama buralarda imar planı çerçevesinde yapılabilecek ilginç ve önemli değişiklikler, oldukça sınırlı. Belki, birkaç yerleşme için 'tarihi çevreyi korumak' amacıyla yapılan uygulama söz konusu olabilir bu durumda. Tarihi çevreyi korumak veya toplumsal ekolojik dengeyi (ya da durumu) içini boşaltarak yeniden kurmak... Otantik toplumsal ekolojinin oluşturduğu fiziki çevre dekorunda, o fiziki çevreyi oluşturan ilişkileri söktüp, bu 'dekor' üzerinde ona tamamen yabancı bir pazarlamanın ve 'show'un vitrinini oluşturmak... Yine de, plancılar için önemli olan alan, bu alan değil. Asıl önemli olan alan, 'turizm' amacıyla, turistik potansiyeli olan yerlerde yeni yerleşmeler planlamak. Mevcut yerleşmelere yeni yerleşmeler eklemek... Öyle ki, artık potansiyelli yörelerde bu gelişmenin dışında bir karşış boş toprak parçası kalmayınca kadar devam edebi-

lecek bir pazar elde etme yarışısı...

Evet, turizm için, 'insanların' tatil ve dinlenme ihtiyaçları için, böylesine güçlü bir potansiyel, böylesine güçlü bir talep varsa, bu durumda PLANCI ne yapabilir? Elbette yapabileceği tek şey, bu talep doğrultusunda, sahip oldukları planlama ideolojisine uygun en iyileri elde etmeğe çalışmaktır. Plancı etiğinin, ve elde etmeğe çalıştıkları toplumsal - grupsal - bireysel çıkarların, neyi gerektirdiğini algılayorsalr, plancılar, bunların gerçekleşmesini planlayacaklardır. Buna karşı ne denilebilir ki? İşte benim söylemek istediklerim de, tam bu noktada başlıyor: Acaba mesleki bir dergide, plancıların tartışmasına, 'akıntıya karşı' bir değinme sunulamaz mı? Yapılan 'turizm planlamasındaki' 'turizm' in ne tür bir toplumsal olgu olduğu irdelenemez mi? Plancılar bu olguyu ve onun yarattığı talebi fiilen, 'gerçeğin' dayattığı gibi kabul ederek, gerek özel gerek kamu ofislerinde planlar yapsalar da, yapılan planın içeriği üzerinde farklı düşünceler geliştiremezler mi? Öyle ki, bu düşünceler ve getirilen tartışmalar, kendini bütün gücü ile zorlayan talebin karşısında başka tür taleplerin de ortaya çıkmasına ve güçlenmesine yarasın. Öyle ki, 'gerçek' başka başka bir 'gerçeğe' dönüşene kadar, karşı akım, kendi tezlerini oluştursun ve geçerlilikleri doğrultusunda ikna edici (kamuoyunu, kamu çıkarlarını gözetme sorumluluğunda olanları ikna edici) bir güç kazansın.

Özetle, sahne önünde (belki de sahne dışında) yapılan bu konuşma, önümüze getirilen 'turizm talebinin gerektirdiklerini planlamak' problemine, onun içeriğini sorgulayarak bakmak amacını taşıyor. Daha doğrusu, böyle bir arayışın denemesini yapıyor.

\* ODTÜ Şehir Planlama Bölümü 1968 mezunu. Aynı üniversitenin Bölge Planlama Bölümü'nü 1970 yılında bitirdi. Çeşitli özel ve kamu kuruluşlarında çalıştı. Halen Birleşmiş Milletler UNICEF Program Görevlisidir.

## TURİZM SAHNESİ

Turizm dediğimizde yapılabilecek faaliyetleri, fiziki planlarını ilgilendirebilecek yönleriyle sınıflandırmaya çalışacak olursak, örneğin, kalınan/konaklanan yer açısından,

<p>otel - motel turizmi pansiyon akraba yanı turizmi vb.</p>	<p>mevcut yerleşmelerin turizm amaçlı değişmesi</p>
<p>yazlık ev (ve tatil köyü) turizmi kamp (kurum kampı) turizmi çadır turizmi (organize bir kampingde veya tek başına) yataklı tekerlekli araç turizmi (treylar vb.) tekne turizmi vb.</p>	<p>yeni yerlerin turistik kullanış amaçlarına açılması ve organize edilmesi</p>

türleri söz konusu olabilir.

Başka ölçütlere göre de, başka türlü sınıflamalar yapılabilir:

Ölçeğine göre: kitle turizmi - kitlese olmayan tekil geziler gibi. Veya egemen olan toplumsal birime göre: aile turizmi - kurumlarda yer almayan bireylerin gezileri gibi. Veya amacına göre: spor turizmi, gözlem, özel merakları geliştirme turizmi, eğitim - kültür turizmi (tarihsel kalıntılara, festivallere, bilimsel konferanslara, bilimsel (veya değil) keşiflere, tanınmalara yönelik)

Sağlık - tedavi turizmi, serüven turizmi, dinlenme turizmi, vb. gibi.

Ya da turizmi gerçekleştiren yaş grubuna göre :

- . gençlik turizmi
- . yaşlılık turizmi

. vb. gibi sınıflamalar yapılabilir.

Bu sınıflama çabası, düşünülebilecek bütün ölçütleri ve bu ölçütlere göre bütün sınıfları bulmak amacı gütmüyor. Sadece, 'turizm' denildiğinde akla gelen ve dayattığı talebe göre mevcut ya da yeni açılan yerleşmelerde egemen olan ve oraların fiziki gelişmesini biçimlendiren,

aile birimlerinin,

kitleler halinde,

tatil *kullanmak* amacıyla (amaçsız)

gerçekleştirdikleri 'turizm' türünün, düşünülebilecek tek turizm türü olmadığı düşüncesini açmağa çalışıyor.

Turizm, bugünün dünyasında, (II. Dünya Savaşı ertesini) ve bugünün Türkiye'sinde (1960'lar ertesini) bir "orta sınıf" ve "üstü" davranışdır. 'Orta sınıf üstü' gruplar, yaygınlık ve yarattıkları dolaysız etki açısından, şimdilik, ihmal edilebilir. Oysa,

orta sınıf etkisi,

çok yaygın/etkin/ciddiyet alınmayı gerektirecek

boyutlardadır.

Orta sınıf turizmi, orta sınıfın tüketici olarak gösterdiği diğer davranış biçimlerinin ortak özelliklerini taşır. Onun bütün özelliklerini gösterir. Yani,

standartlaşmıştır,  
gösterişçidir,

alışkanlıklar, yeni bir anlam aranmasına ve üretilmesine imkân vermeyecek kadar yerleşmiştir, yani, düşüncesizce yapılır ve, beğenilsizdir.

Sonuç olarak, 'orta sınıf kitle turizmi', diğer tüketimler gibi bir tüketimdir ve yaratıcı, yapıcı, öğretici, serüvenci... öğeleri olmayan bir 'tatil kullanma' biçimidir.

Bu durum, 'turizm potansiyeli' olan yörelerin fiziki çevresinin biçimlenmesi (ya da tüketilmesi) açısından, turizm tüketicisinin bir mülkiyete sahip olup-olmaması ile değişmez. Her iki durumda da fiziki çevre ve yöresel toplumsal ilişki örüntüsü ve bireylerin özellikleri, *dışardan* bir müdahaleye uğramakta ve yeni gelenlerin (turizmin getirdiklerinin) kuşatması altına girmekte ve hızla teslim alınmakta ve yok edilmektedir.

Turizm, orta sınıf açısından, bir kullanım değeri olarak değil, tüketim değeri olarak anlam taşır. Turizm hizmetlerinin bütün biçimleri için, tüketim, yerine getirilmesi *zorunlu* bir *norm* haline dönüşmüştür. Orta sınıfa ait olmanın bir norm olduğu için tüketimi kaçınılmaz olarak gerektirir ama sağladığı yarar ya da ürettiği anlam üzerinde düşünülmez, tartılmaz, ölçülmez, hesaplanmaz ve en önemlisi, alışkanlıkları olabileceği algılanmaz. Bunun, Türkiye gibi ivmeli bir biçimde kent nüfusu artan ve yapı olarak toplumu değişen bir ülkede pek çok toplumsal-kültürel açıklamaları bulunabilir: Toplumun, bu hızlı değişme ve kentleşme temposu içinde zamanını daha yaratıcı bir biçimde kullanma alışkanlıklarını edinmemesi, bilgisi olmaması gibi veya alışkanlıkların (spor, meraklar, başka tür çalışmalar gibi) tanınmaması gibi nedenler söz konusu olabilir.

Genel olarak, orta sınıfların "tembellik etme hakkının" iyi bir kullanımını sergiledikleri, tatil zamanının kendisini yaratıcı bir biçimde kullanmak şöyle dursun, "asıl yaşam kipleri" için dinlenmek, fiziksel-ruhsal potansiyeli arttırmak amacı güttükleri bile söylenemez.

"Tatil Turizmi" belki daha yorucu,

belki daha kötü ve ağır koşullarda yaşamayı gerektirici, ve

belki daha fazla para harcamak ve daha çok yıpranmak demektir. Çevre değiştirmenin 'psikolojik etkisi' de kuşkuludur. Kiralanılabilen yerlere gidildiğinde, birkaç sinama-yanılmadan sonra, kiralanılan mekan standartlaşmakta ve tekrarlanmağa başlamaktadır. Çalıştığı kurumun kamp imkânı ise, belki, bu birkaç sinama imkanını bile ortadan kaldırmaktadır. Kiralanan bir mekanın yerine mülk edindiği bir mekana gidiyorsa, artık standartlaşmış tekrar, açıklanamayacak kadar açıktır. Çevre, konut, komşular, komşuluk ilişkileri ve hatta 'mevsim normallerine göre iklim' bile standart'tır. Daha da önemlisi, orta sınıfın aile birimi olarak yaptığı 'tatil turizmi', bu küçük birimin bütün psikolojik yüklerini de taşımaktadır. Değişmeyen, aile içi ilişkiler matrisi, değiştirilmiş bir tatil mekanına götürülmekte, ama bu, psikolojik bir farklılık getirmemektedir. Bunun daha da kötüsü, bir kurum kampına gidip, işyeri ilişkilerini de, bütün hiyerarşik ve otoriter yapısı ile taşımış olmaktadır.

Orta sınıflar, zaten, genellikle, üretici bir yorulma içinde olmadıklarından, tatil turizmi ile, hak edilmiş bir dinlenmeye ulaşma beklentisi içinde değildirlir. Dolayısı ile, tatil turizmi, tüketicisi açısından (bilincinde olursa da, olunmasa da) gerçekte işlevsizdir: sosyolojik açıdan sadece norm kullanma, tüketim işlevi vardır. Psikolojik açıdan değişmeyen,



yenilenmeyen, yeniden yaratılmayan ilişkilerin taşınmasından ötürü de, bir yarar sağlamaz. Ayrıca orta sınıflar, tatil turizmine gittikleri yerde, tanımadıkları toplumsal ilişkilerle karşılaşma riskini azaltmak için, uluslararası veya ulusal ölçeklerde, kendi orta sınıf kurumlarını da taşırlar. Böylece, orta sınıf kitle turizminin istilasına uğrayan her yöreye, orta sınıfın toplumsal-ekonomik vs. kurumlarının fiziki olarak "transplantasyonu" gerçekleştirilir. Yerel kültürler yerine, orta sınıfın ekonomik ilişkileri, toplumsal normları, kültürel kurumları egemen olur.

### ORTA SINIF KİTLE TURİZMİNİ TOPLUMSAL AÇIDAN BİRAZ DAHA İRDELEYELİM.

Turizm de, aynı televizyon gibi, kitle kültürü yaratmanın etkin araçlarından biridir. Bütün YEREL KÜLTÜRLERİ YOK EDER, siler, Onları homojenize eder ve standartlaştırır.

Mallinezya'nın, kendilerine özgü ve çok renkli bir kültüre sahip olmaktan başka bir kusuru olmayan halkının bugün, turistlerin gözleyeceği/izleyeceği cansız kuklalara/oyunculara dönüşmüş olması, danslarını artık kutsal ruhlar değil, kutsal dolarlar için yapar hale gelmeleri, el ürünlerini bile gerçeğin silik bir kopyası olarak turistler için üretiyor olmaları, belki bir tek 'turizmin' etkisiyle açıklanamaz. Ama, turizmin de bu doğrultudaki "katkısı" için, çarpıcı bir örnek olduğu düşünülebilir.

Yerel toplum, artık içsel dinamiğini kaybetmiş, kendi içsel faktörlerinin etkileşiminden kaynaklanan bir değişim yerine, dışa bağlanmış ve yeni özgünlükler yaratamamış ve sonuç olarak, maskeler gibi yaşayan, kendi kendisinin gölgesi haline getirilmiş bir duruma indirgenmiştir, böyle bir durumda. Özgün kültür erimiş ve kitle kültürü de varolanın tekrarından öte bir anlam yaratamamıştır. Bu, insanoğlunun zenginliğinin azaltılması, yok edilmesi, en azından indirgenmesidir. Antropolojik-tarihsel kökleri olan yerel bir toplumsal özellik, turizm'in de etkisiyle kurutulmaktadır. Aynı fenomene, bir başka perspektiften bakılınca, buna 'gelişme' de denilebileceğini tartışmaya gerek yoktur sanırım.

Özetle, 'GELİŞME', kapalı bir sistem içinde korunmuş olan özgün toplumsal niteliklerin, kısa sürede ve çok yoğun 'sistem dışı' ögeyi absorbe edemez hale gelmesi ve onların istilası altında kalması anlamını da taşıyabilir. Bu tür 'gelişme' genellikle 'kitle turizmi'nin sağladığı bir 'gelişmedir'. Oysa, yerel kültür, absorbe edebileceği ve özgün niteliklerinin yarattığı iç dinamiklerin de harekete geçebileceği, ve dış etkilerle birlikte etkin olabileceği düzeyde bir 'turizm'e açılmış olsaydı; böylesine yıkıcı, çöllerleştirici, standart bir sonuç doğmayabilirdi. Diğer bir deyişle, turizm, kitleselleşmediği ve 'tüketim akımlarının' lokal zorlamalarıyla istila edici olmadığı ölçüde, olumlu niteliklere sahip olabilecektir.

Turist, gittiği yerin, doğanın veya yerel toplumun içinde erimelidir. Turist kitlesi, yerel topluluğun ilişkilerini veya doğanın dengelerini öğrenebilecek, ona uyum gösterebilecek bir yapıda olmalıdır ki gittiği yeri bozmayan, dejeneretmeyen, ama alış-verişte bulunan bir iki yönlü süreç yaşasın. Oysa 'kitle turizmi', bilinçsiz (belki de bilinçli) bir yaklaşımla, adeta MİSYONER RUHU ile, standart kültürün

taşınması ve egemen olması işlevini üstlenmektedir.

'Orta sınıf kitle turizmi'nin dışında kalan daha yoksul gruplar ne yapıyorlar? Onlar tatillerini, genellikle, bir "dinlenme mitosuna" bağlı tüketim normları doğrultusunda değerlendirmiyorlar. 'Turizm'le karşılaştırılabilecek bir işlev için tatillerini kullandıklarında, kendi kırsal alanlarında, doğa ve yerel toplumla ilişkilerini sürdürmekte yani, üretime katılmakta, kendi kültürünü yaşatan insanlarla ilişkiyi sürdürmekte, pekiştirmektedir. Bu ilişki türü için, çok "idealize edilmiş bir şema" sunuyor olabilirim. Ama, altı çizilmek istenen düşünce, tahrip edici değil, yapıcı (aynı zamanda kuşkusuz 'değiştirici' de...) bir tatil kullanma biçiminin bulunabileceğidir.

### EKONOMİK ETKİLERİ - SONUÇLARI BAKIMINDAN KİTLE TURİZMİ

Birey açısından baktığımızda, 'turizm'in pahalı bir tüketim biçimi olduğunu söylemek bile gerekmiyor. Ama bu pahalılık, sadece bireyin yer değiştirme maliyeti, konaklama maliyeti, espadrillerden - güneş gözlüğüne, şişme hotlardan - yüzme paletlerine kadar kullanılması gerekli "turistik üniforması aksesuarı" maliyeti ve abartılması zorunlu olan yeme - içme maliyetinden doğmuyor. Orta sınıf kitle turizminin, daha önce belirtildiği gibi, bir 'getirisi', olmamasından doğuyor.

Kuşkusuz, ekonomik açıdan bakıldığında, asıl önemli olan bireysel açıdan maliyet değil, ülkesel açıdan maliyettir: Turizm, sezonun uzunluğuna, yıl içinde dağılımına bağlı olarak, gerek bölgesel, gerek yöresel altyapıya dengeli olmayan bir talep yaratır. Kaynakların, kullanımında ya aşırı yüklenme veya atıl kalma gibi sorunlar olan bir fiziki altyapıya ayrılmasını gerektirir: ülkesel altyapı - karayolu, liman, hava alanı - veya turistik kentler altyapısı - su şebekeleri, kanalizasyon şebekesi, yol, park ve diğer beledi hizmetler, talebin tepe noktasına göre hesaplanıp, sezon dışı atıl kapasite mi göze alınacaktır yoksa; ortalamaya göre hesaplanıp, sezondaki kalabalıklaşma maliyetlerine mi katlanılacaktır? (Ayrıca turizm mevsimi, özellikle kamu servislerinin/politikalarının üretimini durma mevsimi de olduğundan, başka tür bir 'atıl kapasite' daha ortaya çıkmaktadır.)

Yaratılan diğer bir maliyet de, çevre ekonomisi açısından ele alınabilir: Bir yandan doğal çevre kirletilir ve yok edilir, turistik konaklama tesisleri için ormanlar yerleşmeye açılır, el değmedik koylar plastik torba-PVC şişe örtüsü altında boğulurken, ekolojik denge, denizlerde, tatlı sularda ve karalarda, kendisini yeniden üretemeyecek bir biçimde bozulmaktadır. Beri taraftan, insan yapısı çevrelerde, 'tüketimdeki gözdeliği' oranında, yoğunlaşma disekonomileri ortaya çıkmakta, kalabalıklaşma maliyetleri doğmaktadır. Ayrıca, yerel doku, insan yapısı fiziki çevre beşeri ekolojik dengesini kaybetmekte, zengin renkleri ve özellikleri düzeltilmekte ve kaybolmaktadır. Motorlu kara ve deniz araçlarının trafiği de, kendi hızının ve tasarımının geometrisini, doğanın ve yerel yerleşme tarihinin dokusu üzerine giydirmektedir.

'Yöre ekonomisi' açısından 'kitle turizmi'nin yarattığı yeni imkanlar da vardır kuşkusuz: Yerel esnafın para kazanma şansı artar, pazarı genişler, yani: Otel - motel - lokanta -

kahve - pastane işleten *establi*, *berziler*, ayakkabıcılar, (sandaletçiler) tekne yapanlar, *tiyatrolar*, vb. yeni bir potansiyele kavuşur. Yerel halk da, *herin* *örül*aylı olarak yukandaki gelişmeden ötürü, hem de *gündelik* yaşamlarının yanı sıra yaptıkları pansiyonculuk, el işleri vb. den ötürü, doğrudan, yeni kazanımlar elde eder. Küçük tarımsal üretim pazar bulur, istihdam — özellikle servis sektöründe — gelişir vb. Ancak asıl şanslı kesim, gelişmenin ortaya çıkardığı *spekülasyon*'dan yararlanabilenlerdir. Yerleşme içi taşınmaz mülk fiyatları yanı sıra, çevredeki bağ - bahçe - tarla fiyatları da, büyük kentlerden 'turistik yerleşmelere' yönelen talep nedeniyle hızla artar. Beri taraftan, özellikle spekülasyon yapma şansı olmayan ve turizmin geliştirdiği sektörlerden gelir elde etmeyen yerel gruplar için yaşam iyice zorlaşmıştır: fiyatlar genellikle artmış, kiralar yükselmiştir.

"Pazar ekonomisi kurallarında", orta sınıf turizminin gelişmesinin global sonuçlarından biri de, kamunun yararına açık olabilecek yerlerin hızla özelleşmesi, kamu kullanımına kapanırken, belirli bir toplumsal sınıfa veya harcama standardına açılmasıdır: Özel mülkler, dışa kapalı özel tatil köyleri, büyük otel veya tatil köyü zincirleri vb. gibi... 'Kamu yararına kapanma'nın mutlaka özel işletmeler eliyle gerçekleşmesi gerekmez, devlet eliyle de gerçekleşebilir: kurum kampları yaygınlaşır, devletin bütün güçlü kurumları, özellikle, ordu, bu kullanım alanlarını sadece kendi üyelerine tahsis eder. Oysa, kamu yararına bir bütün olarak düşünenecek olursak, aynı miktarda kaynak kullanımı ile, hiç olmazsa kâğıt üstünde, toplumun bütünü için daha çok yarar elde etmek ve daha az maliyet yaratmak mümkün olabilir: Sağlık, spor ve kültür alanlarında yapılan yatırımlar öylesine 'planlanabilir' ki, yenilenemez doğal ve tarihsel kaynakların israfı/tahribi, en aza indirilirken, ülkesel ve bireysel açıdan gerçekleştirilen yarar, artırılabilir. Turizm'in sapırcı ve olumsuz etkileri, özellikle yerel toplulukları kültürel olarak örtmeden, insanlar kendileri için yaratıcı tatil yapma imkanları yaratılsın... Bu "düşüncü arayış" galiba bizi, PLANCI'nın konumu, işlevi ve mücadelesi kavramına getiriyor.

## FİZİKİ PLANCI DA, BİR 'TOPLUM MARANGOZU' MU?

'Pazar ekonomisi kurallarında' talep, turizmin orta sınıf normlarına göre ve kitleselleşmiş bir biçimde ortaya çıkıyorsa, plancının görevi, bu talebi karşılayacak işlevlerin yerine getirilmesine elverişli fiziki mekanları tasarlamak mıdır? Bu yaklaşımın karşısı, plancının 'toplum için iyi'

olanı bilip, onun için en 'optimum' veya 'az maliyetli' veya 'düşük toplumsal maliyetli' veya 'feasible' veya 'yüksek toplumsal gönenç sağlayan' ya da daha normatif olarak, 'doğru' olan, 'iyi' olan, 'güzel' olan, 'akılcı' olan vb. projeyi elde etmesi midir?

Her ikisinin de geçerli olduğunu zannetmiyorum. Ama plancının, egemen olan pazar talebi veya kamu otoritesi talebini karşılamaktan başka veya bu işlevinin 'yanı sıra', yaratabileceği ve avukatlığını yapacağı alternatif alanların bulunduğunu zannediyorum. Bu deneme, alternatif alanları tartışmayı amaçlamıyor. Alternatifsiz bir 'orta sınıf kitle turizmi' anlayışına, fiziki plancının teslim olmaması ve 'tüketim' olmayan yaratıcı, alternatif tatil biçimleri üzerinde düşünmesi gerekliliği düşüncesini açmaya çalışıyor sadece...

Plancılar, insanların tatil dönemlerinde kullanacakları fiziki çevreyi planlarken, kitle kültürü yaratıp yerel kültürleri silmeyen, ekonomik olarak, kalabalıklaşma maliyeti ile atıl kapasite ikilemi yaratmayan, doğayı ve tarihsel fiziki çevreyi tahrip ederek dönüştürmeyen, alternatiflerin arayışı içinde olabilir.

Belki böyle bir alternatif yoktur... Belki böyle bir alternatif, bugün için yoktur. Ancak, alternatifin/alternatiflerin, mutlaka bütünsel bir dizge olarak yaratılması da gerekmez. Esinler, arayışlar, çevre adına ya da belirli toplumsal gruplar adına yapılan savunmalar, hatta doğrudan onların avukatlığını üstleniş... Bütün bunlar da, planlamanın çevresini oluşturan boyutları arttıracaktır. 'TURİZM PLANLAMASI' denildiğinde plancı, kavramlar, değişkenler, kurallar gibi, değerlendirebileceği daha çok boyutlu bir politika ve fiziki planlama çevresi içinde olabilecektir. Toplum ve bireyler ve toplumsal kurumlar ve yöresel yapılar, bugün nasıl, 25 yıl önce olmadıkları bir yerdelerse, turizm talebinin etkilemesi açısından bundan sonra nerede olabilecekleri ve bunların çeşitli yönlerdeki etkileri üzerinde de, fiziki plancılar olarak, yeni alanlar, yeni araçlar tanımları üzerinde alternatiflerin üretilmesi gerekir. Kitle turizminin sınırlanması veya olumsuz etkilerinin sınırlanması da, aynı biçimde, bir fiziki planlama problemidir.

Alternatif kavramların geçerlilik ya da yaygınlık kazanması, kuşkusuz, sadece fiziki plancıların üzerine düşen bir sorumluluk, bir görev değil. Teknik ya da uzmanlık gerektiği bir zorunluluk da değil. Sadece, toplumun çoğulcu oluşumu/gelişimi için, anlamlı katkısı bulunabilecek gruplardan biri...

# Bir turizm alanının gelişme süreci: Kaynakların yönetimi konusunda ipuçları\*

R.W. BUTLER  
Western Ontario Üniversitesi

Çeviren: Pervin BİLGİN

*Bu yazıda turizm alanlarına gösterilen ilgidaki dalgalanmaları ve düşüşleri ifade eden temel "S" eğrisi kullanılarak, bu alanlardaki gelişmenin tanımlanabilen aşamaları olduğu fikri ortaya koyulmaktadır. Gelişme sürecinin kendine özgü aşamaları, gelecekte ortaya çıkabilecek bir dizi eğilimle birlikte ele alınmaktadır. Birçok turizm alanında süregelen çevresel kalitenin düşmesi ve buna bağlı olarak yörenin çekiciliğinin azalması olgusu ışığında, bu modelin turizm kaynaklarının planlama ve yönetiminde kullanımı konusunda ipuçları irdelenmektedir."*

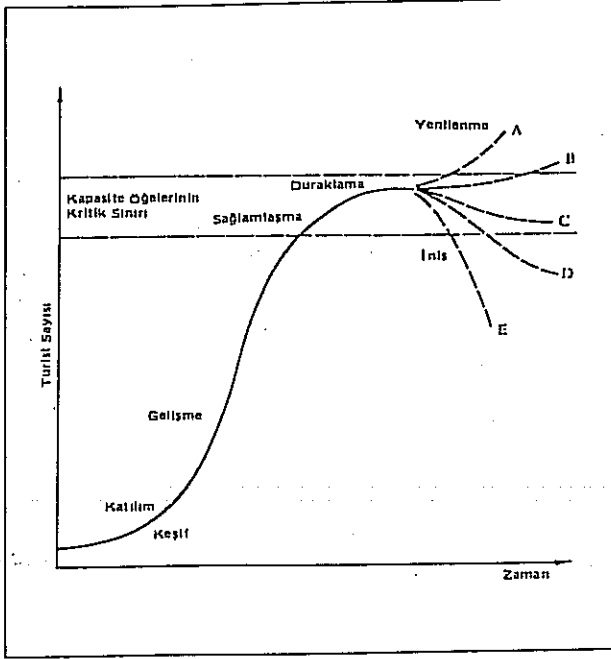
(\*) Bu makale "Canadian Geographer" dergisinin XXIV, 1, 1980 sayısında yer almıştır.

Turizm alanları dinamik alanlardır, zaman içinde gelişirler ve değişime uğrarlar. Bu gelişme çeşitli faktörlerin etkisiyle oluşur. Bunlar arasında, ziyaretçilerin tercih ve gereksinmelerinin değişmesi, fiziksel donanımların giderek yıpranması ve muhtemelen yer değiştirmesi, turizm alanının başlangıçta popüler hale gelmesini sağlayan özgün doğal ve kültürel değerlerin değişime uğraması ve hatta yok olması gibi faktörler yer alır. Bazı durumlarda turisti çeken bu değerler varlıklarını koruyarak değişik amaçlarla kullanılabilir veya yöreye "ithal" edilmiş olan başka özelliklere kıyasla önemini yitirir (1). Turizm alanlarının gelişiminde, değişmeyen bazı ilkelerin varlığı fikri Christaller tarafından canlı bir şekilde tanımlanmıştır :

*"Tipik gelişme süreci aşağıdaki modeli izler: Ressamlar resim yapmak için henüz dokunulmamış ve alışılmamış yerleri araştırıp bulurlar. Keşfedilen yer adım adım bir sanatçı kolonisi haline dönüşür. Kısa zamanda şairler ressamı izler, onları sinema sanatçıları, yemek ve içki meraklıları, zengin ve modaya düşkün gençlik kesimi (the jeunesse dorée) izler. Yöre moda haline gelir ve girişimcilerin dikkatini çeker. Yöredeki balıkçı kulüpleri ve barmaklar pansiyona dönüştürülür, ardından oteller ortaya çıkar. Bu arada ressamlar yöreden kaçıp gitmiş ve başka bir çevre — mecazi anlamda söylemek gerekirse, "unutulmuş" yerler ve doğa parçaları — aramaya koyulmuşlardır. Yalnızca ticari eğilimlere sahip ve iyi iş yapmak isteyen ressamlar yörede kalırlar, bunlar kendilerinden önceki ressamın yarattığı şöhreti ve turistlerin saflığını kendi yararlarına kullanırlar. Giderek daha çok sayıda kentli artık moda olan ve gazetelerde reklamı yapılan bu yöreyi seçer. Ardından yemek ve içki düşkünlüğü ile gerçekten dinlenmek isteyen insanlar yöreye gelmemeye başlar. En sonunda turizm acentaları paket-seyahat turları ile yöreye gelirler. Artık yöreye düşkün olan insanlar buradan uzak durmaya başlar. Bu evreler aynı anda birçok yerde yaşanır; çok sayıda yer moda haline gelir, tip değiştirir ve her turistin uğrak yeri haline dönüşür" (2).*

Bu tanımlama daha çok Avrupa ve özellikle de Akdeniz'deki fiziksel çevrelerle ilgili olmakla beraber, aynı genellemeyi doğrulayan başka yerleşmeler de vardır. Stansfield, Atlantic City'nin gelişimini tartışırken tatil yörelerinin gelişme evrelerinden söz eder (3). Noronha, turizmin 3 aşamada geliştiği fikrini öne sürmüştür: 1) Keşif, 2) Yerel tepki ve girişim, 3) Kurumsallaşmış 'kurumsallaşma' [institutionalized 'institutionalization'] (4). Christaller'in kavramında turizm alanının değişimi ile birlikte turist tipinin değiştiği fikri açıktır. Turistlerin özellikleri konusu geniş olarak araştırılmıştır, ancak onları harekete geçiren dürtüler ve istekleri konusunda araştırmalar azdır. Bir örnek, Cohen tarafından ortaya konulan tipolojidir. Turistleri "kurumsallaşmış" veya "kurumsallaşmamış" olarak niteleyen Cohen, onları "öncülük edenler", "kâşifler", "bireysel turist kitleleri" ve "örgütlenmiş turist kitleleri" olarak gruplandırır (5). Plog tarafından seyahat psikolojisi üzerinde yapılan araştırmalar ve ziyaretçilerin "allocentrics", "mid-centrics" ve "psychocentrics" şeklinde nitelenmesi Christaller'in fikrini doğrulamaktadır (6).

Plog, turistik alanların gelişmeleri sırasında farklı tipteki ziyaretçiler için çekici olduğunu öne sürer. Başlangıçta turistik alan az sayıda maceracı turist (Plog'un "allocentrics" olarak tanımladığı grup) ziyaret eder; yöre meşhur oldukça,



ŞEKİL 1: Turizm alanının gelişme evreleri

rahatça ulaşılabilir hale geldikçe ve servisleri iyileştikçe artan sayıda turist (Plog'un "mid-centrics" olarak tanımladığı grup) tarafından ziyaret edilir; alan eskidikçe, modası geçtikçe ve ziyaretçilerin geldikleri yörelere nazaran farklılığı azaldıkça, giderek eksilen sayıda turist (Plog'un "psychocentrics" olarak tanımladığı grup) yöreyi ziyaret eder. Yöreye gelen ziyaretçilerin gerçek sayısında uzun süre bir azalma olmazken, yeni gelişmekte olan alanlarla rekabet etme zorunluluğundan ötürü potansiyel pazar giderek daralacaktır. Plog düşüncelerini şöyle özetlemektedir:

"Ne kadar yavaş ve tedrici olursa olsun, bir turistik yörenin kendi sonuna doğru gidişini gözleyebiliriz. Turistik yöreler, kendilerini giderek daha ticari hale getirdikleri ve turistleri çeken özgün niteliklerini kaybettikleri için kendilerini gelecekte yokedecek tohumları da bünyelerinde taşırlar."

Bazı yazarlar, örneğin Cohen (7), sosyal değişimin düz bir çizgide (unilinear) gerçekleştiğini öne süren modellerin problemleri konusunda uyarıda bulunmuşlardır; bununla birlikte turistik alanların gelişiminde genel bir modelin geçerli olduğu konusunda güçlü kanıtlar mevcut görünmektedir. Büyümenin ve gelişmenin hızı farklılaşabilir, ama hemen her durumda sonuç aynı olacaktır.

## TURİZM ALANININ VARSAYIMSAL GELİŞME EVRELERİ

Burada ortaya konan model, üretim evreleri kavramına dayanmaktadır. Bir ürünün satışı başlangıçta yavaş artar, hızlı bir büyüme temposu gösterir, duraklar ve daha sonra azalır; başka bir deyimle, esas olarak "asymptotic" bir eğriyi takip eder. Başlangıçta ulaşım olanaklarının, donanımların ve yöre hakkındaki bilginin eksikliği gibi kısıtlamalar yüzünden bir yöreye az sayıda ziyaretçi gelir. Donanımlar

sağlandıkça ve bilinçlenme arttıkça, ziyaretçi sayısında artış olacaktır. Pazarlama, bilgilendirme ve daha ileri düzeyde olanakların sağlanması yoluyla yöreye olan rağbet hızla artacaktır. Bununla birlikte sonuçta bölgenin taşıyabileceği kapasite düzeylerine ulaşıldığından ziyaretçi sayısındaki artış hızı azalacaktır. Kapasite düzeyleri, çevresel faktörler (arazinin azlığı, suyun kalitesi, havanın kalitesi gibi), fiziksel donanımlar (ulaşım, konaklama ve diğer servisler gibi) veya sosyal faktörler olarak (kalabalıklaşma, yerel nüfusun olumsuz davranışı gibi) tanımlanabilir. Kapasite üzerinde kullanım ve ziyaretçi baskısı yüzünden turizm alanının çekiciliği diğer alanlara kıyasla azalırken, sonuçta gerçek ziyaretçi sayısında da azalmalar olabilir.

Turizm alanlarının geçirdiği gelişme evreleri Şekil 1'de gösterilmektedir. "Keşif aşaması"nın (exploration stage) özelliği az sayıda turist, Plog'un tanımladığı "allocentrics" grubu ve Cohen'in tanımladığı şekilde bireysel gezi programları yapan ve düzensiz gezi yolları izleyen kâşifler olarak tanımlanabilir. Christaller'in modeline göre bu kişiler muhtemelen yöre dışından olup, yörenin kendine özgü ve farklı doğal ve kültürel özelliklerinin çekiciliğine kapılan ziyaretçilerdir. Bu aşamada ziyaretçilere sunulan hiçbir özel servis mevcut değildir. Bu nedenle yerel olanakların kullanımı ve yörenin insanları ile ilişkinin yüksek düzeyde olması ihtimali vardır, ki bu durum bazı ziyaretçiler için kendi başına çekicilik nedeni olabilir. Fiziksel doku ve sosyal yapı henüz turizmin ekisiyle değişmemiştir. Turistlerin yöreye geliştiği ve gidişi, yörenin sürekli sakinlerinin sosyal ve ekonomik yaşamı açısından görece az öneme sahiptir. Bu aşamanın örnekleri, turistleri doğal, kültürel ve tarihi özellikleri ile çeken Kanada'nın kutup bölgesinde ve Latin Amerika'nın bazı yörelerinde izlenebilir.

Ziyaretçi sayısı arttıkça ve daha düzenli bir hal aldıkça, bazı yöre sakinleri "Katılım aşaması"na (involvement stage) girecekler, öncelikle, ya da yalnızca ziyaretçiler için olanaklar sağlamaya başlayacaklardır. Ziyaretçiler ve yöre insanları arasındaki ilişkinin yüksek düzeyde olması ve hatta ziyaretçilere yeme-içme olanakları sağlayan kişiler için bu ilişki düzeyinin yükselmesi beklenebilir. Bu aşama gelişirken, özellikle turistleri çekmeyi amaçlayan bazı reklamlar başlatılabilir ve ziyaretçiler için başlangıçta temel bir pazar oluşturulabilir. Bir turist sezonunun ortaya çıkması beklenebilir ve en azından turizmle ilgili olan yöre sakinlerinin sosyal yapısında gerekli uyum sağlanabilir. Turistlerin seyahat programlarında belirli düzeyde bir örgütlenme oluşturulabilir, hükümetlere ve kamu temsilcilerine ziyaretçiler için ulaşım ve diğer olanakları sağlamaları ve geliştirmeleri için ilk baskılar yapılmaya başlanır. Batı Avrupa'nın ve Kuzey Amerika'nın kolayca ulaşılabilen bazı yöreleri ile, daha küçük ve daha az gelişmiş Pasifik ve Karayip adalarının bazılarındaki gelişmeler buna örnek gösterilebilir.

"Gelişme aşaması" (development stage), iyi tanımlanmış ve turistin geldiği yörelerde yapılan yoğun reklamlarla kısmen şekillendirilmiş bir turist pazarı alanını yansıtır. Bu aşama gelişirken, yerel katılım olayı ve gelişmenin denetim altına alınması süratle önemini yitirecektir. Yerel olarak sağlanan bazı olanaklar, özellikle ziyaretçiler için sağlanan konaklama olanakları, dışardan gelen organizasyonların sağladığı daha büyük, daha özenli ve daha modern olanaklara yerini bırakarak kaybolacaktır. Doğal ve kültürel değerler

geliştirilecek ve özel bir şekilde pazarlanacaktır, aynı zamanda bu özgün değerler dışardan getirilen ve yapay bir şekilde oluşturulan servislerle tamamlanacaktır. Yörenin fiziksel görünümündeki değişimler dikkat çekici hale gelecektir. Bu değişimlerin hepsi de yerel nüfus tarafından olumlu karşılanmayabilir ve onaylanmayabilir. Bu aşama Mexico'nun bazı yörelerinde, biraz daha gelişmiş olan Pasifik adalarında, Kuzey ve Doğu Afrika sahillerinde gözlenebilir. Planlama ve olanakların sağlanmasında bölgesel ve ulusal katılım şüphesiz gerekli olacaktır, yine bu da yerel tercihlere tamamen uygun olmayabilir. Turistlerin en yoğun olduğu dönemlerde, turist sayısı muhtemelen yerli nüfusa eşit veya ondan fazla olacaktır. Bu aşama ilerledikçe, dışardan gelen işgücü kullanılacak ve turizm endüstrisi için yan olanaklar (örneğin çamaşırhaneler) ortaya çıkacaktır. Aynı zamanda daha geniş bir pazara yönelindiği için gelen turistlerin türü de değişmiş olacaktır. Bu grup, Plog'un sınıflamasındaki "mid-centrics" grubunu veya Cohen'in kurumsallaşmış turist tipini temsil etmektedir.

"Sağlamlaşma" (consolidation) aşamasına girildiğinde, yöreyi ziyaret eden toplam turist sayısının artmasına ve sürekli oturanların sayısını aşmasına rağmen, turist sayısının artış hızında azalma olacaktır. Yöre ekonomisi büyük ölçüde turizme bağlı olacaktır. Pazarlama ve reklam faaliyetleri geniş bir alanı kapsayacaktır ve turist sezonunu ve pazar alanını genişletmek için çaba gösterilecektir. Turizm endüstrisinin ana zincirleri ve ayrıcalıklı grupları temsil edilecektir, ancak mevcut olanaklara pek az bir eklenme yapılacaktır. Ziyaretçilerin çokluğu ve onlara sağlanan olanaklar, yörede sürekli oturanlar arasında, özellikle turizm endüstrisi ile herhangi bir şekilde ilgisi olmayanlar arasında, muhalefet ve hoşnutsuzluğa yol açabilir ve onların faaliyetlerinde kısıtlama ve mahrumiyete neden olabilir. Böyle eğilimler Karayip adalarında ve Kuzey Akdeniz sahillerindeki turizm alanlarında açıkça görülmektedir. Tatil kentleri, dinlenme ve iş hayatının birarada yer aldığı bölgelere (recreational business districts) sahip olacaktır (8) ve değişik süreler sonunda, eskiden sağlanmış olan servisler ikinci dereceye düşebilecek ve rağbet dışı kalabilecektir.

Turistik yöre "Duraklama" (stagnation) aşamasına girdiğinde, ziyaretçi sayısında maximum noktaya ulaşılmış olacaktır. Birçok değişkenin kapasite düzeylerine ulaşılmış veya süregelen çevresel, sosyal ve ekonomik problemlerle birlikte bu düzey aşılmış olacaktır. Turistik yöre iyi oluşturulmuş bir imaja sahip olacaktır, ancak artık moda olmaktan çıkacaktır. Talebin üzerinde yatak kapasitesi bulunacaktır ve ziyaretçi düzeyini sürdürürebilmek için güçlü çabalar sarfetmek gerekecektir. İnsanları yöreye çeken doğal ve gerçek kültürel unsurlar, muhtemelen dışardan getirilmiş "yapay" unsurlarla yer değiştirmiş olacaktır. Tatil yerinin imajı kendi coğrafi çevresinden bağımsız hale gelecektir (9). Yeni gelişmeler, özgün turistik alanın çevresindeki alanlarda oluşacaktır ve mevcut mülkler muhtemelen sık sık el değiştirecektir. İspanya'nın Costa Brava tatil yöresi ve Ontario'da birçok tatil yeri bu özellikleri göstermektedir. Gelen turistlerin türünde de, Cohen'in "örgütlenmiş turist kitlesi", Plog'un "psychocentric" olarak tanımladığı türe doğru bir değişime olması beklenebilir.

"İniş" (decline) aşamasında, yöre daha yeni keşfedilen yerlerle rekabet edemeyecek ve hem mekânsal, hem de sayı-

sal olarak gittikçe daralan bir pazarla karşı karşıya kalacaktır. Artık tatilcileri cezbetmeyecek, ancak çok sayıda insanın kolayca ulaşabileceği bir konumda ise, giderek artan oranda hafta sonu tatilleri veya günlük geziler için kullanılacaktır. Böyle yönelimler, Avrupa'nın eski tatil yörelerinde, örneğin Batı İskoçya'da Firth of Clyde yöresinde açıkça görülebilir. Miami Beach de bu aşamaya girmiş görünmektedir. Yöre turizm dışına kayarken, mülkiyetin el değiştirmesi çok yüksek oranda olacaktır ve turistik donatılar çoğu kez turizm dışı işlerle ilintili yapılanmalara dönüşecektir. Yöre turistler için daha az çekici hale geldikçe daha fazla turistik olanak ortadan kaybolur ve diğerlerinin de yaşayabilmesi giderek şüpheli hale gelir. Bu aşamada, turizmde yöresel katılımın artması olasılığı vardır, çünkü ücretli çalışanların ve diğer yöre sakinlerinin pazar daraldıkça turistik tesisleri çok daha ucuza satın alabilme olanakları vardır. Birçok tesisin benzer işlevlere dönüşmesi muhtemeldir. Birçok turistik yöre özellikle yaşlı insanlar için sürekli yerleşim yeri olarak da aynı derecede çekici olduğundan, oteller kat mülkiyeti sistemine, dinlenme veya emekli evlerine, ya da geleneksel apartmanlara dönüşebilirler. En son aşamada, yöre çok bozulmuş bir turistik alana dönüşebilir veya turistik işlevini tamamen yitirebilir.

Diğer yandan, yörede bir "Yenilenme" (rejuvenation) gerçekleşebilir, ancak turizmin temelini oluşturan ve turisti yöreye çeken özellikler tamamıyla değişmedikçe bu aşamaya ulaşlamayacağı muhakkaktır. Günümüzde bu hedefi gerçekleştirmenin iki yolu görülmektedir. Bir yolu, Atlantic City'deki kumar gazinoları örneğinde olduğu gibi insanları çekecek yapay unsurların eklenmesidir. Çevredeki rakip turistik yörelerde de aynı şey yapılacak olursa bu önlemin etkisi azalacaktır, bununla beraber Atlantic City'nin kazanmış olduğu başarı büyük ölçüde böylesi bir değişiklik sonucunda kentin elde ettiği özel konumdan ileri gelmektedir.

"Yenilenme" konusunda alternatif bir yaklaşım da, daha önceleri kullanılmamış olan doğal kaynaklardan yararlanılmasıdır. Avrupa'daki kaphca şehirleri ve İskoçya'daki Aviemore yazlık tatil köyü, kış sporları pazarına doğru yönelerek yenilenmeyi denemişler, böylece yörelerinde yıl boyu süren bir turizm endüstrisine olanak sağlamışlardır. Yeni tesislerin gelişmesi ekonomik açıdan kârlı hale gelir, aynı zamanda eski yaz tatili ticaretinin de yeniden canlanmasına hizmet eder. Yeni dinlenme biçimleri ortaya çıkarırken, diğer turistik yörelerin de daha önceden değerlendirilmemiş doğal kaynaklar bulup geliştirmesi mümkündür.

Bu durumda çoğu kez hükümetin ve özel girişimcilerin birlikte çaba göstermesi gerekir. Yeni açılan pazar nüfusun "allocentric" kesimine değil, daha özel ilgi ve faaliyet gruplarına yönelik olabilir. Bununla beraber "yenilenmiş" turistik yörenin insanları çeken özelliklerinin bile bir süre sonra rekabet şansını yitirmesi beklenebilir. Yalnızca dünyada tek olan bir yöre —ki böyle bir yörenin çekiciliğinin hemen hemen sonsuz olması beklenir— ziyaretçilerin baskılarına karşı koyabilir. Böylesi bir durumda bile, ziyaretçilerin yöreye çekilebilmesi için insan zevkinin ve tercihlerinin zaman içinde değişikliğe uğramaması gerekecektir. Niagara Şelalesi belki buna bir örnek olabilir. İnsanları çekmek için yapay olarak hazırlanmış unsurlar, örneğin son derece başarılı olan Disneyland ve Disneyworld gibi yerler, çağdaş tercihlere uyum yapabilmek için bünyelerine yeni gösteriler

ekleyerek uzun yıllar etkin şekilde rekabet etmeyi başara-bilirler. İngiltere, A.B.D. ve başka yerlerdeki birçok turistik alan, tatillerini yıllardır sürekli buralarda geçiren insanları çekmeye devam etmektedir ve bu sürekli ziyaretçilerin tercihlerinde pek az değişme belirtisi görülmektedir. Bununla beraber, çoğunlukla bu insanların ziyaret edecekleri yerin ilk seçiminde özel tercihlerden çok fiyatlar ve yörenin ulaşılabilirliği belirleyici olmuştur.

### KAYNAKLARIN YÖNETİMİ KONUSUNDA İPUÇLARI

Turistik yörelerin birbirine benzeyen evrimi kavramsal hale getirilebilir, bununla birlikte yeniden vurgulamak gerekir ki, bütün yöreler gelişmenin tüm aşamalarını diğerleri kadar net bir biçimde geçirmeyebilir. "Instant resort" olarak bilinen alanların oluşturulması söz konusu örneklerden biridir. Gelişme alanlarının Mexico'da Cancun bölgesinde olduğu gibi, önceden belirlenmiş parametrelere göre saptanmış bir dizi olasılıklar arasında bilgisayarla seçilmesi yöntemi, turistik yörenin keşfedilmesi ve katılım aşamalarının —eğer bu aşamalar mevcut ise— öneminin muhtemelen minimum düzeyde olması anlamına gelmektedir. Bu koşullar altında, gelişme aşaması sürecin gerçek başlangıcı haline gelir. Bununla beraber, bu örnekte bile Mexico'nun ulusal ölçekte Şekil 1'de tanımlanan evreleri geçirmekte olduğu görüşü ileri sürülebilir. Genelde turizm için ve özel olarak da turistik yörelerin planlama ve düzenlenmesi konusunda sunduğu ipuçlarından dolayı sürecin sonraki aşamaları daha önemli olabilir. Turizm planlamasında, turistik yörelerin her zaman turistik alan olarak kalacağı ve turistler için çekiciliğini koruyacağı varsayımı mutlak gibi görünmektedir. Benzer şekilde kamu veya özel sektör temsilcileri bir turistik yörenin veya yöredeki çekiciliklerin varolma süresinden ender olarak söz ederler. Ekonomik gerilemelere rağmen şimdiye kadar turizmin sınırsız büyüme potansiyeli göstermiş olması nedeniyle, ziyaretçi sayısındaki artışın süreceği kesin gibi kabul edilmektedir. Geçmiş yirmi yılda güney Ontario gibi eski turistik yörelerde yaşanan deneyimler bu varsayımın yanlışlığını göstermektedir.

Şekil 1'de tanımlanan süreç, ziyaretçi sayısı ve zamanı gösteren iki eksene sahiptir. Herhangi bir doğrultudaki artış kapasite düzeyine ulaştıktan sonra, tüm kalitede ve çekicilikte genel bir azalmaya işaret eder. İlk gelen ziyaretçiler için, yöre kapasite düzeylerine ulaşılmadan çok önce çekiciliğini yitirebilir, ziyaretçiler gelişmemiş başka yerler keşfetmek için harekete geçmiş olabilirler. Bu süre içinde, yerel nüfusun ziyaretçilere gösterdiği tepkinin de değişime uğrayacağı tahmin edilebilir. Doxey, bu sürecin memnuniyetle başlayıp, ilgisizlik ve rahatsızlık duygularının ardından çelişkiye dönüştüğünü öne sürmektedir (11). Yeni araştırmalar göstermiştir ki, yöre sakinlerinin turistlere tepkisi yalnızca ziyaretçilerle ilişkinin artışı veya ziyaretçi sayısının artışı ile açıklanamaz. Bu hem ziyaretçilerin, hem de yöre sakinlerinin özellikleriyle ve yöredeki özel düzenlemelerle ilgili daha karmaşık bir olgudur (12).

Şekil 1'deki eğrinin dengelenme aşamasından sonraki yönelimi birçok yoruma açıktır. Atlantic City'de olduğu gibi başarılı bir yeniden gelişme, A eğrisinde görülen yenilenerek büyüme ve genişleme ile sonuçlanabilir. Kapasite

düzeylerinde küçük düzenlemeler ve kaynakların sürekli korunması, hızı oldukça azalmış olarak sürekli büyümeye olanak verir (B eğrisi). Bütün kapasite düzeylerine cevap verecek bir yeniden düzenleme ile, daha sabit bir ziyaretçi düzeyini sürdürmek mümkün olabilir (C eğrisi). Burada, başlangıçtaki düzenlemeden sonra düşüş söz konusudur. Kaynakların sürekli olarak kapasite üstünde kullanımı, eskiyen donatıların yenilenmemesi ve diğer alanlarla rekabet gücündeki azalma, belirgin bir düşüşle sonuçlanacaktır (D eğrisi). Son olarak, savaş, bulaşıcı hastalık veya diğer felaket olaylarının müdahalesi ziyaretçi sayısında ani bir düşüşe neden olacaktır (1969'dan sonra Kuzey İrlanda'da olduğu gibi). Bu düşüşten sonra yeniden yüksek ziyaretçi düzeyine ulaşılması son derece zor olabilir. Eğer düşüş uzunca bir süre devam ederse, sorunun çözümünden sonra da yöre ve yörenin olanakları artık turist çoğunluğu için cazibesini yitirmiş olabilir.

Bugüne kadar bir genelleme düzeyinde olan bu tezlerin doğruluğu ölçülebilir verilerle ancak şimdi kanıtlanmaktadır. Temel hipotezleri sınamakta ve özel alanlar için eğri modelini çıkarmakta en büyük zorluk, alana uzun bir zaman aralığında gelen ziyaretçiler hakkında veri elde etmektir. Bu veriler ender olarak mevcuttur ve özellikle turist ziyaretlerinin başlangıç zamanına kadar geri gitmesi ihtimali yoktur. Bununla beraber, birkaç turistik alanda otuz veya kırk yılı aşan süreler için mevcut veriler, bu araştırmada öne sürülen genel tezleri doğrulamaktadır.

Aynı zamanda alanın gelişme hızı, ziyaretçi sayısı, ulaşılabilirlik, hükümet politikaları ve benzer rakip alanların sayısı gibi etkenlerdeki değişikliklerin yansımaları olarak, şüphesiz farklı alanlar için eğri şeklinin değişmesi beklenmelidir. Örneğin, bir dinlenme alanına ulaşım konusundaki her gelişmenin, ziyaretlerin önemli ölçüde artması ve pazar alanının genişlemesi ile sonuçlandığı açık bir şekilde gösterilmiştir (13). İngiltere, Fransa, Ontario ve Birleşik Amerika'nın kuzey-doğusundaki tatil yerlerinin değişimi bu süreci yansıtmaktadır (14). Eğer herhangi bir nedenle (örneğin yerel muhalefet, sermaye eksikliği, dış ilgedeki eksiklik gibi nedenlerle) donatıların ve ulaşımın gelişmesi gecikirse "keşif süreci" tahmin edilenden çok daha uzun sürebilir. "Instant resort" denilen tatil yörelerinde —ki bu durumda önceden hiç yerleşilmemiş olan veya kısmen yerleşilmiş alanlarda turistik donatılar gerçekleştirilir— Şekil 1'deki ilk iki aşama minimum öneme sahip olabilir veya mevcut olmayabilir. Noronha bu durumun özellikle gelişmekte olan bazı ülkelere uygulanabilir olduğunu belirtmiştir (15). Dünyadaki klasik ve iyi kurulmuş turistik alanlar (örneğin çok uzun yıllardan bu yana popüler olan yöreler) çoğu kez var sayılan bütün bu aşamaları geçirmiş olduklarını gösteren belirtileri taşırlar. Kuzey Akdeniz, İngiltere, Amerika Birleşik Devletleri'nin kuzey-doğu sahilleri ve Florida'nın bazı yörelerindeki tatil yerleri sürekli bir evrim sürecine girmişlerdir. Hawaii, Karayip ve Pasifik adaları ve Kuzey Afrika'daki tatil yöreleri gibi başka alanlar sürecin daha erken aşamalarındadır, ancak ziyaretlerin gelişim biçimi Şekil 1'de çizilen eğriye çok yaklaşmaktadır.

Bu gözlemler aynı zamanda göstermektedir ki, turizm alanlarının planlaması, geliştirilmesi ve yönetiminden sorumlu kişiler açısından bir yaklaşım değişikliği gereklidir. Turisti bir yöreye çeken unsurlar sonsuz ve süresiz değildir,

bu nedenle sınırlı ve muhtemelen yenilenmesi olanaksız kaynaklar olarak görülmeli ve değerlendirilmelidir. Böylece bu kaynaklar daha dikkatli korunabilir ve sürekliliği sağlanabilir. Turizm alanının gelişmesi önceden tesbit edilen kapasite sınırları içinde tutulabilir ve geleceğe yönelik rekabet gücü daha uzun süreli kılınabilir. Böyle bir düzenleme yapıldığında, bir yöreye gelen maksimum ziyaretçi sayısı, şimdi uygulanmakta olan kısa vadeli maksimum gelişme sağlamaya yönelik politikaların sonucuna kıyasla daha az sayıda olabilir. Ancak uzun vadede daha çok ziyaretçinin gereksinmelerine cevap verilebilir. Turistik özelliklerin maruz kaldığı şiddetli çevresel tahribat nedeniyle (örneğin İngiltere'de Stonehenge'deki erozyon veya İspanya ve Fransa'daki prehistorik mağara resimlerinin tahrip olması) şimdiden bazı yörelerde turizmin gelişimine sınırlamalar getirilmiştir. Kabul edilmelidir ki, bu konuda daha çok bilgi üretilmedikçe ve turizm alanlarını biçimlendiren süreçler konusunda bilinç düzeyi gelişmedikçe, Plog'un belirttiği gibi, dünyadaki en çekici ve en ilginç yörelerin birçoğu "turizm kalıntısı" haline gelmeye mahkum olacaktır (16).

#### KAYNAKÇA

1. R.I. Wolfe, 'Wasaga Beach - the divorce from the geographic environment,' *The Canadian Geographer*, 2 (1952), pp. 57-66.
2. W. Christaller, 'Some considerations of tourism location in Europe: the peripheral regions - under-developed countries - recreation areas.' *Regional Science Association Papers*, 12 (1963), p. 103.
3. C. Stansfield, 'Atlantic City and the resort cycle,' *Annals of Tourism Research*, 5 (1978), p. 238.
4. R. Noronha, *Review of the Sociological Literature on Tourism* (New York: World Bank, 1976).
5. E. Cohen, 'Towards a sociology of international tourism,' *Social Research*, 39 (1972) pp. 164-82.
6. S.C. Plog, 'Why destination areas rise and fall in popularity,' Unpublished paper presented to the Southern California Chapter, The Travel Research Association, 1972.
7. E. Cohen, 'Rethinking the sociology of tourism,' *Annals of Tourism Research*, 6 (1978), pp. 18-35.
8. C.A. Stansfield and J.F. Rickert, 'The recreational business district,' *Journal of Leisure Research*, 4 (1970), pp. 213-25.
9. Wolfe, op. cit.
10. F.P. Bosselman, *In the Wake of the Tourist* (Washington, DC: Conservation Foundation, 1978).
11. G. Doxey, 'Visitor-resident interaction in tourist destinations: inferences from empirical research in Barbados, West Indies and Niagara-on-the-Lake, Ontario.' Unpublished paper presented to the Symposium on the Planning and Development of the Tourist Industry in the ECC Region, Dubrovnik, Yugoslavia, 1975.
12. R.W. Butler and J.E. Brougham, *The Social and Cultural Impact of Tourism - A Case Study of Sleat, Isle of Skye* (Edinburgh: Scottish Tourist Board, 1977); J.E. Brougham, 'Resident Attitudes Towards the Impact of Tourism in Sleat,' unpublished PHD dissertation, University of Western Ontario, 1978; and P.E. Murphy, 'Perceptions and preferences of decision-making groups in tourist centres: a guide to planning strategy,' in *Tourism and the Next Decade: Issues and Problems* (Washington, DC: George Washington University, 1979).
13. C.A. Stansfield, 'The development of modern seaside resorts,' *Parks and Recreation*, 5: 10 (1972), pp. 14-46.
14. E.W. Gilbert, 'The growth of inland and seaside health resorts in England,' *Scottish Geographical Magazine*, 55 (1939), pp.

16-35; D.G. Pearce, 'Form and function in French resorts,' *Annals of Tourism Research*, 5 (1978), pp. 142-56; R.I. Wolfe, 'The summer resorts of Ontario in the nineteenth century,' *Ontario History*, 54 (1964), pp. 150-60; and Stansfield, 'Atlantic City.'

15. Noronha, op. cit., p. 24.
16. Plog, op. cit., p. 8.

## NETWORK PLANLAMA OFİSİ

- ▶ Nazım, İmar, Mevzii,  
İlave İmar ve İslah  
İmar Planlaması
- ▶ Ulaşım Etüdü ve Planlaması  
Trafik Analiz ve Projeleri
- ▶ İmar Planı Uygulama  
Harita Yapımı  
Parselasyon Planı  
İfraz - Tevhit  
Plankote - Nivelman
- ▶ Danışmanlık Hizmetleri

N. Mehmet Arslantürk      A. Osman Demirer  
Şehir - Ulaşım Plancısı      Harita Mühendisi  
ODTÜ - 1979                      KTÜ - 1983

BÜRO: İlkiz Sokak 12/11 Sıhhiye - ANKARA  
Telefon: 30 68 76

# Bodrum'un Bodrumlaşması

Mehmet Y. ADAM\*

Bodrum, Akdenizle Ege'nin birleştiği bir yerlerde, bir küçük süngerli köyü iken her nasılsa ODTÜ Mimarlık Fakültesi Şehir Planlama Bölümü tarafından bir yaz, öğrencilerin stajı için çalışma yeri olarak seçilir. Öğrencilerle öğretim üyeleri hem kentli, hem de kent üstüne düşünen, karar veren ve hatta kenti biçimlendirenler olarak gelirler. Bodrum'un evleri, sokakları, meydanları topografyası ile fiziki yapısı, genci, ihtiyarı, kadını, çocuğu, balıkçılığı, süngerliliği ile sosyal, ekonomik yapısı inceleme konusu olur.

Bodrum eski bir yerleşmedir. Tarihi vardır, tarihi içinde oluşmuş gelenekleri vardır. İnsanları da bu gelenekleri ile yaşarlar, nelerin nasıl yapılacağını bu geleneklere göre bilirler, çocuklarına öğretirler. Yeni bir şeyler olduğu zaman onları yavaş yavaş özümleyip, geleneklerinden bildikleri ile karşılaştırıp değerlendirirler. Dolayısıyla değişmelerin hızı ile onları sindirmenin, gündelik hayatla içselleştirmenin hızı arasında bir uyum vardı: Değişmeler sindirilemeyecek bir hızla geldiğinde de sindirim öncelikli olur, acele ile değişimin yaşanmaya başlanması söz konusu olmazdı. Taa ki değişimin parlaklıkları, ışıltıları ile çevresine saçtığı cazibeleri sindirmeyi, özümlemeyi ondan sonra içselleştirmeyi unutturacak kadar güçlü olana dek. Bodrumluların ilk pırıldıkları karşılaşmaları o yaz olur.

Gündüzleri sıcaktır, akşam olup güneş batarken, kıyı köyü olmasına rağmen, havasının kuruluşundan sıcak geçer. Sokaklar, meydanlar, süngerli kahveleri ferahlatan, dinlendiren yerlere dönüşür. Öğrenciler, öğretim üyeleri, süngerciler, onların aileleri birbirlerini sevmeye başlarlar. Köyün küçük lokantası Bodrumlunun kentle buluşma yeri olur. Rakıdır içilir, balıklar yenir. Bodrumlu kıyı insanı olmanın verdiği rahatlıkla kentten gelenlere açıktır. Bu, kentli insanların, hele Ankaralıların hiç bilmediği bir olaydır. Bodrumluların denizle uğraşmaları açık denize çıkıp, ufkun sonsuzluğuna kendini bırakmaya, oradan geri dönüp dar sokakların beyazına dalmaya, sonsuz ufkun yeryüzündeki karanlığı ile su altındaki karanlık arasında gidip gelmeye, her birini ayrı ayrı ve birarada yaşamaya alışkindir. Bunlar fizikseldir, doğaldır. Deniz sudur, gökyüzü hava, Bodrum köydür. Bodrumlular o köyün insanları. Ve insanlar da dahil Bodrumlunun o zamana kadarki yaşamının tüm öğeleri Bodrumlu için bütün halleri ile bilinen ya da bilinebilen gerçekliklerdir. Denize çıkarken denizi bilir, hırçınlığını da sükunetini de

tanır. Hırçın iken sakinleşirse bu Bodrumlunun bir davranışından kaynaklanan bir değişim değildir. Bodrumlu içinde yaşadığı doğal ortamı tanıdıkça oyunun koşullarını, kurallarını daha çok bilir. Bunlar değiştirilen kurallar değildir. Dolayısıyla varolma mücadelesi ne denli zor koşullarda sürdürülürse sürdürülün, mücadele ortamının güven vericiliği hiçbir zaman bu niteliğini yitirmez. Bodrumlu, bu ortam hakkında çocukluğundan beri öğrendiklerine her zaman güvenebilir, denizle doğayla mücadelesinde karşısındakinin onun oyununa göre oyununu değiştirmeyeceği bir önkoşuldur.

Bu, doğa ile böyle iken köylüsü ile de buna yakındır. Bodrumlu aynı fiziki coğrafya içinde yaşadıkça onu nasıl daha çok yanı ile tanıyor ve davranışlarını ona göre biçimlendiriyorsa, içinde yaşadığı sosyal ortamı da giderek daha çok yanı ile tanıyabilme ve bu öğrendiklerine güvenebilme olanağına sahiptir. Başka bir deyişle Bodrumlular birbirlerini bütün rolleri ile tanıyorlardı. Teknedeki Hasan'la, pazardaki Hasan, kahvedeki Hasan'la, baba Hasan bir bütünlüktü. Bu arada doğal olarak çelişkileri, tutarsızlıkları da vardı ama bunlar da o bilinen rolleri ile eklemelendirilebilen ve bilinen, bilinebilen özelliklerdi.

Dolayısıyla sonuçta Bodrumlu nasıl denizi, havayı daha çok yanı ile tanıma ve bunun bilgisine güvenme şansına sahipse, birlikte yaşadığı insanları da öyle, çok yanları ile tanıma şansına sahipti.

Oysa Ankara'dan gelenler farklı idiler. Onlar hem birbirleriyle ilişkileri bakımından farklıydılar, hem de Bodrumlularla ilişkileri bakımından. Bir defa onlar kentli idiler, dolayısıyla birbirleri ile hangi roller içinde ilişkileri olmuştusa sadece o rolleri ile tanıyorlardı. Hoca, hoca olarak tanıyor ve tanıyordu, öğrenci öğrenci olarak. Rakı masasındaki rollerini tanııyorlardı, ya da baba olarak, arkadaş olarak, yolcu olarak. Ama şimdi Bodrum'da birlikte yaşayacak ve Bodrum'un köylüleri gibi birbirleri ile tanışıklıklarını derinleştirecek, kişiliklerinin zenginliklerini tanıyacaktı.

Öte yandan Bodrumlularla ilişkilerinde de tek bir rolleri ile varolamazlardı. Onlarla da bütün günleri birarada geçecekti ve ister istemez Bodrumluların karşısına birden fazla rol üstlenerek çıkacaklardı. Ama bunlar da yine Ankara'da üstlenilen tekil rollerin tümü olamayacaktı. Hoca; baba rolünü, apartman sakini rolünü, Ankara'da bırakıp gelmişti. Öğrenci de; spor takımındaki, evdeki, sınavdaki rollerini.

Dolayısıyla sonuçta Bodrum'da Ankaralılar birbirleriyle Ankara'dakinden daha çeşitli, çok yönlü, derinlemesine bir ilişki içine girdiler. Bodrumlularla ise bunun böyle olma şansı yoktu. Ankara'daki rollerin tümünün buraya taşınma olanağı olmadığından kendilerini Bodrumlulara kısmen tanıttılar, ama Bodrumluları tüm rolleri ile tanıma olanağına sahiptiler. Bu olanak ne kadar kullanıldı, kullanılmak istendi bilmiyorum.

\* 1965 yılında ODTÜ Mimarlık Fakültesinden mezun oldu. Edinburg Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesinde Doktorasını verdi. 1975'de ODTÜ'den ayrıldı ve TÜBİTAK-YAE'de çalışmaya başladı. 1977'de Doktora sonrası Araştırmacı olarak tekrar Edinburg'a gitti, bir yıl kaldıktan sonra tekrar ODTÜ'ye döndü. 1982'de istifa eden Mehmet Y. Adam halen Yapı Araştırma Enstitüsünde çalışmaktadır.



Daha sonra Ankaralılar kendilerinin kısmen sunduklarını değil de, Bodrumluların onlara sundukları her şeyi -aktarımdaki atlamalar bir yana - diğer Ankaralıları, İstanbullulara aktardılar. Ve giderek Bodrum ilk gelen kalabalığa benzer kesimlerden insanların tanıdığı, bildiği, tatillerde gitmek istediği bir yer oldu.

Bu, yaklaşık yirmi yıl önce böyle idi. Aradan geçen zamanda bu ilk tanyanlardan duydukları, sağda solda okudukları ile herkes Bodrum'u öğrendi, gider oldu. Bodrum'da arazi değerleri yükseldi, yeni yapılar çoğaldı, yurtdışında duyuldu, oradan gelenler oldu ve Bodrum 3-5 bin nüfuslu bir köyden şimdi yazları nüfusu 200 bini bulan bir kente dönüştü.

Zaman içinde Bodrum'a gelen dışarılıkların çoğalması Bodrum'da insanlara sunulan şeyleri de değiştirdi. İlk başta ve şimdi de kısmen Bodrumlular dışardan gelenlere her şeylerini, tüm toplumsal kimliklerini sundukları halde, dışardan gelenler giderek bunların sadece birkaçı ile ilgilenmeye başladılar. Bu değişimde iki tarafın da rolü vardı. Bodrumlular açısından olayın bir yanı geleneksel Bodrumlulukla ilgiliydi. Bodrum'un "kimî yaşlıları için gelenler hâlâ konuklardı. Diğer bir kesim Bodrumlu için ise olay artık bir kazanç kapısı idi ve gelenler müşterilerdi. Lokanta müşterisi, pansiyon müşterisi, bakkal müşterisi, motor müşterisi. Bu ikinci grup Bodrumlu için yaşanmakta olan değişim o geleneksel değişim sürecinin sindirim, özümleme gibi aşamalarına tabi tutulmadan benimsenen bir olgu idi. Değişimin benimsenmesini belirleyen tek bir kriter vardı; o da kazanç sağlayıcı olma özelliği.

Dolayısı ile Bodrum'daki ilişkilerin niteliğini belirleyici yeni bir boyut ortaya çıkmıştı: Kârlılık.

Bodrumluların sunduklarının niteliğini belirleyen bu boyut, Bodrum'a gelip bir şeyler sunan yabancıların da yabancıları olmadıkları bir kriterdi. Bodrum'a gelenler çoğaldıkça ve ilk gelenlerden farklılaştıkça, Bodrumluların ürettiği geleneksel Bodrumluluğa ilgi azaldı. Artık Bodrum'da yeniden üretilen o 3-5 bin nüfuslu Bodrum'un Bodrumluluğu değildi. 200 binlik kalabalık, Bodrum'da sadece kendisinin bir yanını yeniden üretiyor. Bodrumlunun sundukları ile ilgilenmiyordu. Bugün bunlar sandaletlere, süngerlere ve biblolaştırılan evlere indirgenmiştir. Bunu bir parça da doğal karşılamak gerekir. Çünkü artık söz konusu olan 200 bin nüfuslu, bayağı büyük bir kenttir ve kentin taleplerinin çeşitliliği 5-10 bin nüfuslu bir kasabamın kültürel birikimi ile yanıtlanamaz. Dolayısıyla sonuçta Bodrumlular Bodrum'dan çıkmadan kentli olmayı da yaşadılar, ama bu kentlilik de diğer kentlerdekinden çok farklı idi.

Bodrum'a dışardan gelenlerin neredeyse hiçbiri Bodrum'u asıl kentsel yaşam yeri olarak görmüyordu. Bodrum bir tatil kenti idi ve o yüzden Bodrum'a giderken götürülen, götürülmeyen şeyler vardı. Bodrum yazları bir kent oluyordu ama yaşamsal çeşitliliği, zenginliği nerede ise hiç olmayan bir kent. Buna karşı insanlara çekici gelen bir yanı hâlâ vardı.

Şimdi bir parça daha yüksekte bakarak bugünün dünyasında Bodrum'u, Bodrum gibi yerleri ya da oralarda sürdürülme olanağı görülen yaşamın çekiliğinin nedenlerini anlamaya çalışalım.

Taa sanayileşme çağının başından beri insanlar giderek,

onlara insan olmanın farklılıklarını, başka bir deyişle temel farklılığı olan yapıcı, yaratıcı, dönüştürücü, üretken eylem içinde bireysel ve sosyal varoluşunu gerçekleştirme şansını yitirmekteler. Bu ilkin dikkat çekici boyutlarda değildi. Çünkü sanayi üretiminin içinde de dışında da bireyin, yaratıcılığını, yapıcılığını kullanabildiği alanlar vardı. Başka bir deyişle hem ürünün hem de üretim sürecinin bireysel insiyatif kullanmaya açık, müdahale edilebilir yanları vardı. Aradan geçen onyıllar içinde bu alanlardaki müdahale olanakları da yavaş yavaş sanayi üretiminin denetimine terk edildi. Her bir ürün ortaya çıkışından tüketimine kadar ne aşamalardan geçiyorsa, bunların herbiri ayrı ayrı üretim konuları haline getirildi ve tüketiciye bir mal ve hizmetler bütünü halinde sunulmaya başlandı. Bu bütünlüğün sahip olduğu değerün üretici için bir değeri kalmadı. Artık belirleyici olan o değerın tüketilmesi idi. Değer, üretilmek için değil tüketilmek için vardı. Burada kolaylıkla gözden kaçırılacak bir nüans farkı insanı değer üreticisi olmak yerine, değer tüketicisi konumuna getirmişti, çünkü değerın üretiminde birey de giderek robotlarla ikame edilebilir bir hale gelmişti.

Bütün bu değişimin sonucunda ortaya yeni bir yaşama, dünyayı algılama biçimi çıktı. Yaşanmakta olan pratikleri dönüştürücü müdahale erkenden yoksun kalan insan için düşünsel pratikler, tasarlama, hayal kurma gibi etkinlikler de anlamını yitirmişti. Öte yandan bu durumun dışına çıkış da giderek tek meşru kurtuluş olarak kabul görmeye başladı. "Yarış atı", "dolap beygiri" olmak gibi sıfatlarla tanımlanan bu yaşam biçiminin karşısına yine aynı durumun bir parçası olan bireysel, anlık kurtuluş yolları konuldu. Akşam iş saatlerinin dışında yaşanacağı umulan birkaç saatlik fantaziler, hafta sonunda beş günlük çalışmanın dışında yaşanacak kaçamaklar ya da yılın onbir ayına onikinci ayın aldatıcı özgürlüğü için katlanmak acz içindeki çağdaş insana yeni bir ahlakın ödülleri ile ödünlerini sundu. Ve Bodrum'lar bu kaçışların mekanı olmak için hazırlandı. Bodrum'a insanlar istemedikleri kimliklerini bırakıp, istediklerini aramak gitme olanağı buldular, bu kimliklerin gereği olan rolleri üstlendiler ve bu herkeşçe bilinir, benimsenir, yadurğamaz oldu. Kısaca başka bir deyişle, Bodrum çağdaş insanın özgür olduğunu sandığı zamanlarından bir parçasını kullandığı yer oldu ama o özgürlüğünü ifadelendirebileceği erkten ve araçlardan yoksundu.

Bodrum'a gelen insan kentte yaşadığı tekdüzeliklerden, boyutsuzluklardan, sıklıklardan artık kolayca kurtulabilecek bir insandır. Onu zenginleştirebilecek tüm üretkenliklerden kopmuş, tahayyül gücü kalmamış, bant başındaki sanayi işçisinin, neslin yeniden üretiminin doğal dürtüsünün heyecanından başka bir şey bulamadan onun tahayyülü ile bant başındaki varlığını sürdürmesindeki gibi sürdürdüğü kentsel yaşamından etkilenecek yaşamak zorunda oldukları ile yaşamak istedikleri arasındaki seçimi yapmaktadır. Bodrum'a giderken yapmak zorunda olduklarını bırakıp, yapmak istediklerini yanına almaya sıra gelince yapmak istediği şeylerin pek de öyle fazla olmadığı ortaya çıkmaktadır. Hayalleri, fantazileri de kısıtlanmış bir insandır o. Kurduğu düşler renksizleşmiş, uçup gideceği yerler enginliğini, ufkunu yitirmiştir. Sonuçta iki şey alır yanına. Bodrum hatırası fincanlar, tabaklar üstündeki balıklar gibi. Ertesi günü düşünmeden sarhoş olabilmek ve cinsellik. Rakı şişesi ile iskambil kağıtlarının kupası.

# Turizmin ülke ekonomisindeki yeri ve planlama

Dr. İnci Ataç - Rösch\*

## GİRİŞ

Turizm, boş vakitlerin rahatça değerlendirilmesi ve hareketliliği içerir. Dinlenme ve yolculuk kavramlarının karışımıdır. Toplu yolculuk etmek demektir. Teknolojinin ürünüdür. Kaynak arayan bir harekettir ve bu yüzden de fiziki çevreye bağımlıdır. Tam anlamıyla bir sanayi çeşidi sayılmaz ama bir ekonomik sektördür. Öte yandan, hem ticarete ve hem de göçe benzer. Turizm, çok yönlü, karmaşık bir sistemdir ve değişik yaklaşımlarla ele alınabilir.

Birçok tanımı yapılmıştır, ama kısaca insanların bir yerden diğer bir yere geçici yolculukları olduğu söylenebilir. Buna ilişik olarak insanlar turist olmaya iten ya da çeken, turizm hareketini başlatan ya da yörelere dağıtan değişkenler de vardır. İnsanları turist olmaya iten ve turizm hareketini başlatan ekonomik değişkenlerden bazılarını şöyle sıralayabiliriz;

- Gelirin artması
- Gayri Safi Milli Hasılatın dengeli dağılımı
- İş saatlerinin azalması ve boş zamanların artması
- Sanayileşme ve kentleşme (Modern hayatın bunalımlarından uzaklaşma özlemi)
- Haberleşme sistemlerinin gelişmesi (Basın, TV, Pazarla-

ma, reklam gibi toplu haberleşme araçlarının halkı turizme özendirilmesi)

- Öte yandan, turizmi çeken ve yörelere dağıtan ekonomik değişkenleri de şöyle özetleyebiliriz;
- Mallarda ve hizmetlerde görülen ucuzluk
- Ucuz ve kolaylıkla erişilebilir toplu ulaşım sistemleri
- İyi altyapı tesisleri, yatak kapasitesi, hizmetler ve olanakların geliştirilmiş olması
- Ülkelerin turizmi teşvik edici ekonomik çıkarları
- Haberleşme sistemlerinin gelişmesi (özellikle pazarlama ve reklam)
- Çevre bilinci, turistleri çeken doğal ve tarihi kaynakların geliştirilmesi

İnsanların istekleri ve ihtiyaçları doğrultusunda, dünyada 1980'lerin turizmi, giderek büyüyen bir olgudur. Turist sayısındaki artış, turizm gelirlerindeki artış, turizmin yöresel öneminin artması, turizm yatırımlarının artması, turizmin olumlu-olumsuz pek çok etkilerinin fark edilip gün ışığına çıkarılması, turizmi yönlendirmeye yönelik çalışmaların hızlanması vb., bu gelişip, hızla büyüyen hareketliliğin ürünleridir.

Türkiye, doğal güzellikleri, tarihi ve arkeolojik zenginlikleri, kültürü ile hem kullanılması ve hem de korunması gereken bir ülkedir. Türkiye'yi hem turizm kullanımına açmak, turizmin getireceği olumlu sosyal, ekonomik, politik, çevresel etkilerden yararlanmak ve hem de turizmden ve turizmin olumsuz çevresel, sosyal etkilerinden korumak gerekir. Bu amaca yönelik olarak, turizmin kısa dönem, uzun dönem ve dolaylı ekonomik, çevresel ve sosyo-politik etkilerini yorumlamak mümkündür (TABLO 1):

\* 1978 yılında University of Washington, Department of Planning'den mezun oldu. 1981 yılında aynı Üniversitenin aynı bölümünden yüksek lisans, 1984 yılında da doktora derecesi aldı. Devlet Planlama Teşkilatı, Kalkınmada Öncelikli Yörelere Başkanlığında çalışmaktadır.

TABLO 1: TURİZMİN ETKİLERİ

	Kısa dönem	Uzun dönem	Dolaylı
<b>Ekonomik Etkiler :</b>			
İstihdam	+	+	-
Ödemeler dengesi	+	+	-
Gelir dağılımı	0	-	-
Enflasyon	-	-	-
Milli gelir	0	+	-
Üretim	+	+	-
Yatırımlar	+	+	+
Ekonomik gelişme	0	-	-
Vergi gelirleri	0	+	0
Ekonomik çeşitlilik	0	-	-
<b>Çevresel Etkiler :</b>			
Hava kirliliği	0	-	-
Su kirliliği	-	-	-
Ses kirliliği	-	-	-
Koku kirliliği	-	-	-
Ekoloji	0	-	+
Yapısal çevre estetiği	0	-	+
Doğal çevre estetiği	0	-	+
Mekan	-	-	-
Manzara	0	0	-
Yapısal çevre korunması	0	+	+
Doğal çevre korunması	0	+	+
Altyapı	-	-	-
<b>Sosyo - politik Etkiler :</b>			
Eğitim	+	+	+
Kültür	+	+	-
Değerler	-	-	-
Sağlık	-	-	+
Kentleşme	0	+	-
Suç	-	-	-
Milletlerarası dostluklar	+	0	-
Barış	+	+	+
Kalabalık	-	-	-

Bu tablodan gözlenebilecek kişisel yorumların doğrultusunda önemli olan, turizmin herhangi bir kısa ya da uzun dönem etkisinin olumsuz olarak özetlenmesi değil, ama turizm gelişmesinin çeşitli dönemlerdeki bu etkilerinin değişik yöntem ve yaklaşımlarla araştırılmasıdır.

Çok çeşitli ve dolaylı etkilerini sadece ekonomik konularda değil ama çevresel ve sosyo-ekonomik yönleriyle de gösteren turizm, bu çok yönlü boyutuyla ve bilimsel araştırma yöntemleriyle ele alınması gereken önemli bir sektördür.

### TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ

Görüldüğü gibi, turizm olayının başlangıcı da, yörelere dağılması da ekonomik değişkenlerin kontrolü altındadır. Çeşitli nedenler dolayısıyla turizm, ülkelerin ekonomik kalkınmasında önemli rol oynayan, bir 'ana ekonomik olay' olarak kabul edilir. Aslında, turizm olayını başlatan ve dağıtan, itici ve çekici ekonomik değişkenlerin yanı sıra, turiz-

min hem olumlu ve hem de olumsuz birçok ekonomik etkisi ve yan etkisi vardır. Turizmin ülke ekonomisindeki yeri tartışılırken bu değişkenlerin ve etkilerin tümüyle göz önünde bulundurulmaları gerekir. Turizmin olumlu ekonomik etkileri şu şekilde özetlenebilir.

- Turizm ile yabancı dövizlerin yurda girdiği varsayımından hareketle, turizmin ödemeler dengesindeki açığı kapattığı ileri sürülebilir.
- İstihdam olanakları artar. İş sahaları açılır.
- Ekonomik yapı çeşitlenir
- Bölgeler arası gelir, çalışma sahası, iş olanakları ve istihdam eşitsizlikleri ortadan kalkar. Denge sağlanır.
- Belediyelere gelir sağlanır
- Ekonomik kalkınma hızlanır
- Üretim artar
- Fiziki kaynaklar ve altyapı geliştirilir.

Öte yandan, turizmin olumsuz ekonomik etkileri ya da olumlu etkileri geçersiz kılan özellikleri de vardır. Hatta, turizmin hiçbir ekonomik katkısı bulunmadığı da bazen iddia edilebilir. Şöyle ki;

- Turizm çoğunlukla enflasyona yol açar. Özellikle, turistlerin kendi memleketleri ile gezmeye geldikleri ülke arasındaki yaşama standartları ve fiyatları çok farklı ise, enflasyon beklenebilir. Ayrıca, turizmin mevsimsel olma özelliği de enflasyonu getirebilir. Doğal olarak enflasyonun ne üretimi, ne geliri arttırdığı, ve ne de ödemeler dengesindeki açığın kapanmasına yardımcı olduğu söylenemez.
- Turizm, gün geçtikçe 'paket tur' olmaya yönelmektedir. Bunun sonucu olarak da, turistlerin yolculuk giderleri büyük bir çoğunlukla, kendi memleketlerindeki seyahat acentalarına ödenmektedir. Pek tabii ki, gezmeye gelinen ülkede yemek-içmek ve otel için para harcanmaktadır. Ama bir ülke, yemek-içmek ve otel için harcanan paralarla nasıl kalkınır? 'Havaalanı sanatı' adı verilen ufak tefek hediyelik eşyalar, ödemeler dengesindeki açığın kapanmasına yardımcı olabilir mi?
- Otel sanayisi gittikçe milletlerarası bir nitelik kazanmaktadır. Çok uluslu şirketler, otel sanayisini ve turizmi dünyanın birçok ülkesinde ellerinde tutmaktadırlar. İstanbul'un Hilton ve Sheraton otelinde kalan turistlerin yurdumuza bıraktıkları dövizin çoğu nereye gitmektedir? İdari dalda bir-iki iş sahasının açılması ya da bir sürü yetenek gerektirmeyen iş olanaklarının ortaya çıkması, turizm sektörünün ülke çapındaki ekonomik önemini-onemsiz kılar. Ayrıca bu tür turizm yapılarının önceden görülemeyen sosyal, politik ve özellikle de çevresel sorunları beraberlerinde getirdikleri söylenebilir.
- Turistlerin gezmeye geldikleri memleketteki fiyatlar, kendi memleketlerindeki fiyatlardan düşük ise (ki bu, turizmi çeken ve yörelere dağıtan, turist sayısını arttıran bir değişkendir) turistler, satın aldıkları mallara ve hizmetlere yeterli para ödemedikleri demektir. Bu, gezmeye geldikleri memleketin kaynaklarını ve olanaklarını ucuza elde ettiklerini gösterir. Başka bir deyişle, turistler gelmeyip kendi memleketlerinde kalsalar, aynı zaman süresinde aynı ya da benzer mal ve hizmetler için daha fazla para ödemeleri gerekir. Bu konuya değinmişken, mantıki ve ekonomik bir öneri olan

"fiyatın talep tarafından belirlenmesi" üzerinde durulabilir. Değişik ya da çift fiyat uygulama sistemi turizmin artmasında olumsuz rol oynayan bir unsurdur ancak oldukça da mantıklıdır. Bu uygulamanın devlet tarafından değil de, geleneksel 'pazarlık' yöntemi ile gerçekleştirildiği söylenebilir. Batılı turistler tarafından 'haksız' olarak eleştirilen birçokları tarafından 'kültürel yozlaşma' olarak nitelendirilen pazarlık aslında, temel ekonomik önerilerden birinin bilinçsiz olarak uygulanmasıdır. Turistler tarafından bu şekilde anlaşılıp, kabul edilmesi gerekir.

- Ödemeler dengesindeki açığın turist dövizleri ile kapatılması oldukça zordur. Özellikle turistlere ucuz mal ve hizmetler sağlayan ve aynı zamanda da yabancı memleketlere borçlu olan, Türkiye gibi bir memleket için turizmin ekonomik yapıya katkısı olumlu değil, olumsuzdur. Şöyle ki, örneğin yakıt için dışarıya bağımlı ve borçlu bir ülkeyiz. Ama öte yandan, yurdumuza gelen turistler, ulaşım hizmetlerini, özellikle tren, şehirler arası ve şehir içi otobüsler gibi halk ulaşım araçlarını, dünyanın hiçbir turistik memleketinde görülmeyecek kadar ucuz elde etmektedirler. Çift fiyat sistemi fikrini kabul etmek çok zordur, turizmin azalmasına yol açar ve memleketimiz için anti-propaganda olur. Ama, bu durumda da turistlerin çok ucuz elde ettikleri ulaşım hizmetinin asıl ücretini kim ödemektedir? Turistler mi yoksa Türk halkı ve hükümeti mi?
- Turizm yatırımlarının öneminden, bu yatırımların istihdam arttırdıklarından, yurda döviz getirdiklerinden ve fiziki kaynakların gelişmesini sağladıklarından söz edilebilir. Ancak, turizm pazarı değişken bir pazardır, Turizm sektöründe yatırımlar risk taşırlar ve hiçbir kâr getirmeyebilirler. Bu yüzden de turizmde büyük yatırımlar, dikkatli ve ayrıcalıklı araştırmalar ile geleceğin turizm talebini tahmin edici, gelişmiş yöntemler gerektirir.

### TURİZM PAZARININ DEĞİŞKENLİĞİ

Turizmin Türk ekonomisindeki yeri, bu son nokta üzerinde durularak ele alınabilir. Yazının amacı, hem turistlerin davranışları hem de yerleşme yöreleri açısından değişken bir olgu olan turizmin büyük ekonomik yatırımlar için risk taşıyan bir sanayi türü olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, talep ve arz, devresel ve mevsimsel değişikliklere uğradıkları içindir ki, turizm devamlı değişen bir süreçtir. Bu devrelerin ve değişikliklerin incelenip anlaşılması, turizmin ülke ekonomisine katkısını arttıracaktır.

Öncelikle, turizm talebinde yıldan yıla ve mevsimden mevsime görülen değişiklikleri, geleceğe yönelik tahminlerde yapılan hatalara ve eksikliklere bağlayıp, bu tahmin yöntemlerinin geliştirilmesini önerebiliriz. Ancak bu köklü bir çözüm değildir. Çünkü, turizm olgusunun devamlı değişikliğe uğramasının ilk nedeni turistler ya da turizm talebinde görülen gelişme-değişme hareketidir. Bu hareket, turizm konusunda çalışan araştırmacılar tarafından incelenmektedir. Turizmdeki ya da turizm mekanındaki değişiklik tamamıyla turist sayısındaki artışa bağlanmaktadır. Bu görüşü biraz daha geliştirip, turist sayısındaki artışı, turistlerin kişisel ya da grupsal özelliklerinin değişmesine ve turizm arzındaki değişiklik ve gelişmelere bağlayabiliriz.

### TURİZM TALEBİNİN DEĞİŞMESİ

Turistlerin kişisel ya da grupsal özelliklerinin değişmesi hem turist sayısını ve hem de turizmden beklenenleri etkileyen önemli bir unsurdur. Tanımın Türkiye ekonomisine katkısı, ülkemizi gezmeye gelen yabancıların (ve dış ülkelerde yaşayan Türk vatandaşlarının) demografik ve sosyo-ekonomik yapıları ile doğrudan ilgilidir. İlk önce yanıtlamamız gereken soru şu olmalıdır. Türkiye'nin çeşitli yörelerini gezmeye gelenler kimlerdir? Niye gelirler? Türkler mi, yabancılar mı? gençler mi? orta yaşlılar mı? öğrenciler mi, varlıklı aileler mi? yoksa geliri kısıtlı, turlarla grup halinde gelen yabancı turistler mi? Bu soruların yanıtlanmasını kolaylaştıracak bir yöntem ileri sürülebilir, Şöyle ki,

S.C. Plog tarafından 1972'de geliştirilen bir psikolojik teori turistik yörelerin önemlerinin artıp-azalmasının gözlenmesi ile ilgilidir. Bu teori, turistlerin davranış ve merakları çerçevesinde onları çok merkezli ya da az-merkezli olarak tanımlar. Buna bağımlı olarak da, çok-merkezli turistlerin gittikleri turistik yörelerle, az-merkezli turistlerin gittikleri yöreler arasında bir psikolojik merkezler eğrisi çizer. (Bak Şekil 1)

Türkiye'nin herhangi bir turist yöresinin, örneğin Kapadokya'nın bu eğri üzerinde nerede yer aldığını anlamak için de, Kapadokya'ya gelen turistlerin merak ve davranışlarını incelemek yerinde olacaktır.

Bu yöntemi uygulamadan önce, çok-merkezli ve az-merkezli turistlerin tanımlarının yapılması gerekir.

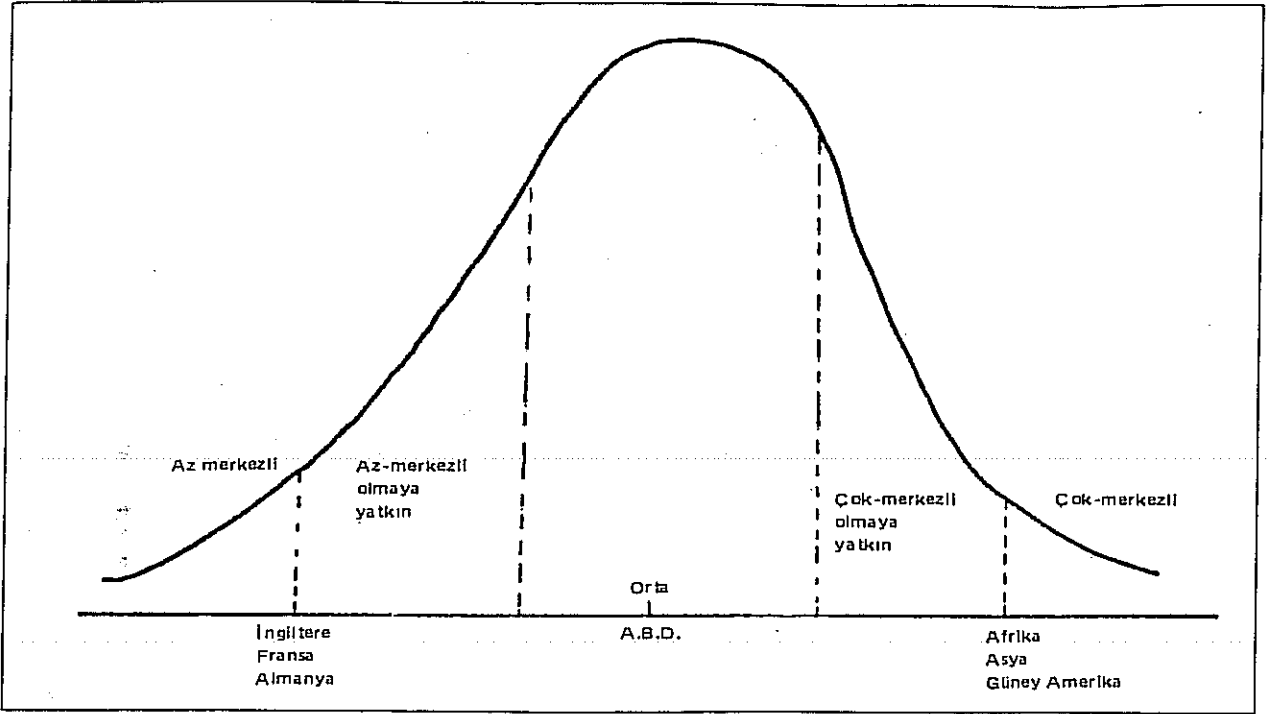
Çok-merkezli turistler,

- 1- Değişik ve çok çeşitli yöreleri gezen
- 2- Sık sık geziye çıkan
- 3- Memleketlerinden oldukça uzaklara giden
- 4- Çok iyi tanıyıp bilmedikleri yörelere giden
- 5- Kalabalık ve turistik olmayan yörelere giden
- 6- Tek başlarına yolculuk eden
- 7- Olaylı ve enteresan yolculukları tercih eden
- 8- Dünyadaki diğer halklarla ilişki kurmaya meraklı insanlardır.

Bunun tam karşılığı olan az-merkezli turistler ise;

- 1- Hep aynı yöreleri gezmeye giden
- 2- Seyrek yolculuk eden
- 3- Memleketlerine yakın yörelere gitmeyi tercih eden
- 4- Çok iyi tanıyıp bildikleri yörelere giden
- 5- Kalabalık, turistik yörelere giden
- 6- Organize grup halinde yolculuk eden
- 7- Rahat yolculukları tercih eden
- 8- Gezdikleri yörelerdeki halkla ilişki kurmağa ve onları tanımaya merak göstermeyen insanlardır.

Bu tanımlar doğrultusunda hazırlanan bir araştırma yöntemi, Kapadokya'yı, psikolojik turistik merkezler eğrisinde bir yere yerleştireceği gibi, Kapadokya'ya bir mevsimde gelen turistlerin özellikleri hakkında da önemli bir veri olacaktır. Bir yöreye, çok ya da az merkezli turistlerin geliyor olduğunu öğrenmek, bu yörede yatırımlar yapmayı planlayan devlet ya da özel sektör kuruluşları için önemli bir veridir. Örneğin, çoğunlukla az-merkezli turistlerin geldikleri yöreler, modern ve lüks otellerin yapılmasını gerektirebilir, ama, çoğunlukla çok-merkezli turistlerin geldikleri yörelerde büyük oteller inşa etmek, o yörelerin turistik çekiciliklerini yok edip, turist sayısının azalmasına yol açar.



SEKİL 1: Psikolojik turistik merkezler eğrisi

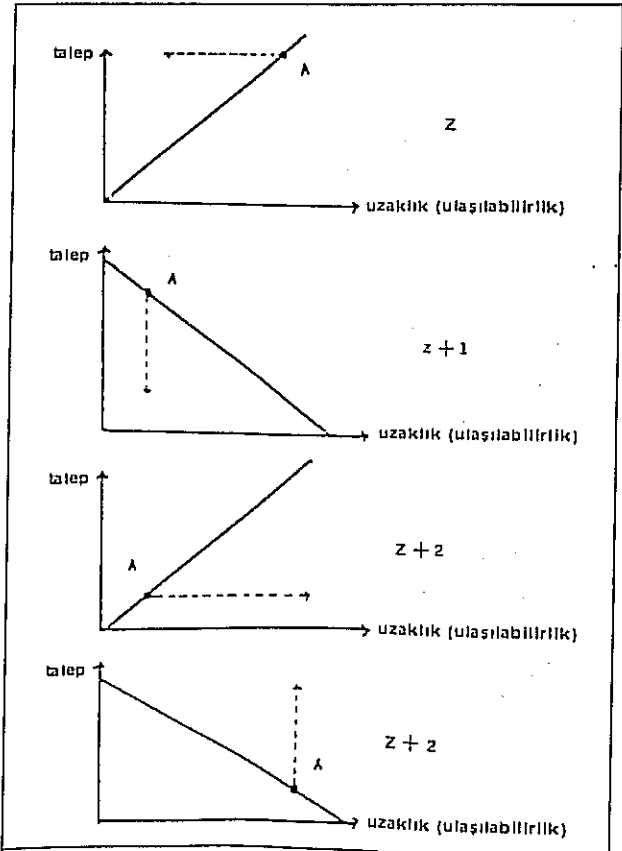
çaktır. Turistik yatırımların risk taşımalarının bir nedeni budur. Doğal olarak, psikolojik merkezler eğrisinin yanı sıra, turistlerin sosyo-ekonomik özelliklerinin de anket yoluyla araştırılıp incelenmesinde yarar vardır. Bu tür araştırmaların her yıl tekrarlanması ise, turistlerin kişisel ya da grupsal özelliklerinin değişmesinin ve Kapadokya gibi turistik bir yörenin bu eğri üzerindeki hareketliliğinin gözlenmesini kolaylaştıracaktır.

### TURİZM ARZININ DEĞİŞMESİ

Turistik yörelerin devresel ve mevsimsel değişikliklere uğramalarının, turist sayısındaki artış ve azalmanın bir nedenini de turizm arzındaki değişikliklere ve gelişmelere bağlayabiliriz.

Turistlerin kişisel merakları, davranışları ve karar verme mekanizmalarından yola çıkan mikro-ekonomik yaklaşım ile, talep analizleri, turizm pazarındaki değişmeler, arz analizleri ve merkezi yer seçimi teorisini içeren makro-ekonomik yaklaşım birleşerek bir Turizm Yerleşme Teorisi ortaya çıkarmaktadırlar (Bak Şekil 2). Bu teoriyi, bir örnekle, kısaca şöyle özetleyebiliriz:

Türkiye'nin, örneğin Datça gibi herhangi bir kıyı kasabasını ele alalım. "A" noktası Datça olsun "z" zamanında, Datça kasabası çok turist çeken ya da turizm talebinin fazla olduğu bir kenar turizm yerleşme alanıdır. Ancak, bu kenar turizm yerleşme alanını, turizm merkezi durumuna geçirecek çekici kuvvetlerin etkisi altındadır. "Z + 1" zamanında, ya da en yakın gelecekte, Datça'nın bir turistik merkez olması beklenebilir. Talep fazla olduğu için, arzı etkiler. Turizm altyapısı, tesisleri, hizmetleri ve yerleşim alanının ulaşılabilirliği artar. "Z + 1" zamanında Datça, artık bir



SEKİL 2: Turizm yerleşme teorisi

kenar turizm yerleşme alanı değil, turizm merkezidir. Ancak değişme ve çevre tamamlanmış da değildir. Çünkü turistik merkezin, Datça'nın bir doyma noktası vardır. "Z + 2" zamanında, bu çok kalabalık turistik merkeze olan Turizm talebinin büyüklüğü gözlenecektir. Çünkü turistler kenar turizm yerleşme alanlarına ilgi duymaya, kalabalıktan ve dolayısıyla da Datça'dan kaçmaya çalışmaya başlayacaklardır. Bu defa da, turizmdeki düşüş arzı etkiler. Turistik merkez "Z + 3" zamanında artık turistik merkez olma özelliğini ve önemini kaybedecektir. Ulaşılabilirliği, turistik alt yapısı, tesisleri ve hizmetleri zamanla ortadan kalkacak ve Datça yine kenar turizm yerleşme alanı olarak belircektir.

Turizm yatırımlarının risk taşımalarının en önemli nedeni de budur. Talebin fazla olduğu ve giderek arttığı bir dönemde, arz talebi karşılamaya uğraşır. Turizm kârlı bir işdir. Büyük yatırımlar yapılır. Bu yatırımlar, alelacele, fazla araştırmaya gerek duyulmadan ve özellikle kısa dönemli geleceğe yönelik talep tahminleri ile hareket ederler. Sonuçta, turizm talebi birdenbire düşer veya değişir. Devletin, belediyelerin ve özel sektörün turizmin bu devrelerinden haberdar olmaları gerekmektedir. Çünkü turizmin Türkiye ekonomisine katkısını, ziyan olan yatırımları göz ardı ederek tartışmak mümkün değildir.

## SONUÇ

Turizmin Türk ekonomisine katkıda bulunması arzu ediliyor ise, turizm yatırımlarındaki risklerin azaltılmaya çalışılması ve turizmin mevsimsel ve devresel değişkenlikleri ile ekonomik etkilerinin optimize edilip, kontrol altında tutulması gerekmektedir.

Bunun için turizm planlaması, çevresel ve sosyo-politik etkileri olduğu kadar, ekonomik etkileri de optimize edilecek bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu noktadan hareketle bir turizm planlaması felsefe ve yönteminin geliştirilmesi gerekmektedir. Öncelikle, "turizm planlaması" kavramının sadece fiziki planlamayı ve "turizmin ihtiyaç duyduğu tesislerin planlamasını içermediğini vurgulamakta yarar vardır. En geniş şekliyle turizm için düşünülen planlama felsefesi ve uygulanan planlama yöntemi şu amaçlar doğrultusunda geliştirilmelidir:

- 1- Geliştirme: Kullanıcıları yani turistleri tatmin etmek amacıyla turizm tesislerinin, hizmetlerinin, ulaşım sistemlerinin ve turizmi çeken yörelerin geliştirilmesi için uygulanacak turizm planlaması.
- 2- Optimizasyon: Turizmin olumlu-olumsuz yan etkilerinin optimizasyonu için uygulanacak turizm planlaması
  - a- Turizmin politik yararlarını maksimize etmek
  - b- Sahipleri mükafatlandırmak amacıyla turizmin ekonomik yararlarını maksimize etmek
  - c- Turizmin sosyal-politik yararlarını maksimize etmek
  - d- Turizmin çevresel etkilerini kontrol altında tutmak
  - e- Turizm pazarındaki dalgalanmaları ve yıllık mevsimsel değişimleri yönlendirmek.
- 3- Esneklik ve entegrasyon: Çeşitli coğrafi-idari ve kurumsal karar çevrelerine uyabilecek esneklikte turizm planlaması.

Sonuç olarak, turizm planlaması çerçevesinde yapılacak iş, ekonomik, sosyal ve çevresel-fiziki planlama kavramları ile arazi kullanımı yaklaşımlarını çeşitli idari ve

kurumsal düzeylerde ele alarak, turizmin

a) turistleri tatmin etmek, b) sahipleri mükafatlandırmak ve c) çevreyi korumak olarak kısaca belirlenen hedefleri doğrultusunda gerçekleştirmektir.

## KAYNAKÇA

- Arbel, A. ve Bargur, J. "A planning model for crisis management in the tourism sector" 1980, European Journal of Operational Research C<sub>5</sub>S<sub>2</sub> (Sayfa 77-85).
- Ataç-Rösch, I. Public Planning for tourism: A general method for establishing economic, environmental, social and administrative criteria 1984 University of Washington.
- Boventer, E. von "land values and spatial structure: Agricultural, Urban and Tourist location theories" 1966 Regional Science Association Papers C18 (Sayfa 231-242).
- Butler, R.W. "The concept of a tourist area cycle of evaluation: Implications for management of resources" 1980 Canadian geographer C24 S1 (Sayfa 3-12).
- Kaiser, C. ve Helber, L.E., Tourism Planning and Development, 1978 CB1 Publishing Company, Boston.
- Perroux, F. "Note sur la notion de pole de Croissance "1955 l'Economie du xx eme siecle (Sayfa 142-54).
- Senior, R. The World Travel Market 1982 Euromonitor publications, London.

# CELALETTİNİ.UZER

- PROJELENDİRME
- DANIŞMANLIK
- ŞEHİR BÖLGE PLANLAMASI
- MÜŞAVİRLİK

Tunus Cad. No: 81/6 Kavaklıdere - Ankara  
Tel: (41) 26 77 47

## Öğrenci çalışması

# Sosyal turizm

Seydihan ÇAMUR\*

### A. GİRİŞ

Turizm, onyıllar önce ortaya çıkmakla birlikte önemini özellikle son dönemde artıran bir olgudur. Turizmin önemi, özellikle sanayi devriminden sonra hızla artmıştır ve bu artış günümüzde de sürmektedir. Ashında, sanayi devrimi yalnızca turizmde değil, tüm unsurları ve ürünleriyle bir bütün olarak toplumsal yaşam açısından bir dönüm noktası olmuştur.

Sanayi devrimiyle birlikte çalışma yaşamı, yapısal olarak hızlı bir dönüşüm geçirmekte ve yeni nitelikler kazanmaktadır. Devrim öncesinde toplumsal yaşam ile çalışma yaşamındaki etkisi devam eden feodal kalıntılar egemenliklerini hızla yitirmiş, ekonomik ve toplumsal yaşam kapita-

list üretim biçiminin gerektirdiği nitelikleri kazanma doğrultusunda hızlı bir gelişme dönemine girmiştir. Özellikle toplumun çok büyük bir bölümünü oluşturan çalışanlar kesiminin yeni haklar kazanması ve bunları genişletme uğraşısı toplumsal yaşam içinde birçok yeni olgunun ortaya çıkmasına neden olmuştur. *SOSYAL TURİZM* de bu dönemde ortaya çıkmış bir olgudur. Çünkü, insanların turizm denebilecek etkinlikler içine girebilmeleri ancak belirli koşulların varlığıyla olanaklı olmaktadır. Bu koşulların başında gelen 'boş zaman' - 'ekonomik yeterlilik' bu dönemin ürünleridir. Geniş halk kesimlerinin (ki turizmden istedikleri düzey ve nitelikte yararlanma olanakları çok azdır) turizm olgusundan yararlanmaları kendisiyle birlikte *SOSYAL TURİZM* olgusunu da doğurmuştur. Çünkü, üretimle birlikte turizm de gelişmiş ve toplumsallaşmıştır.

Sosyal turizm, ülkemiz açısından da önemi büyük bir olgudur, bu önem günümüz koşullarında kat kat artmaktadır. Çünkü, insanların turizmden yararlanabilmeleri için gerekli koşulların başında gelen 'ekonomik yeterlilik' düzeyi günden güne azalmaktadır. Bu düzey günümüzde 'gerçek ücretler' olarak 1975 yılı düzeyinin de altına düşmüştür. Bu nedenle toplumun bu büyük parçasının turizm etkinliklerinden yararlanmaları özel bazı önlem ve desteklemelerle, yani sosyal turizmin desteklenip geliştirilmesiyle olanaklı olacaktır.

Önemi, ülkemiz ve insanların büyük bir bölümü açısından oldukça büyük olan sosyal turizm, bu çalışmada değişik açılardan ele alınıp irdelenmeye çalışılacaktır.

### B. SOSYAL TURİZMİN TANIMI

Turizm, önemli ve güncel bir konu olmasının yanı sıra çok kapsamlı da bir olgu. Sosyal turizm bu çok yönlülük içinde küçük bir parça.

Turizmin, değişik birçok sınıflamaları yapılmıştır ve sosyal turizm bu sınıflamaların hemen hepsinde yer almıştır. Bu sınıflamaların bazıları şunlardır :

" — Kişilerin Ekonomik Güçlerine Göre Sınıflama

1. Lüks Turizm,

2. Sosyal Turizm,

— Finansman Şekline Göre Sınıflama

1. Sosyal Turizm,

2. Tasarruf Turizmi, Kredili Turizm.

— Sosyolojik Ölçütlere Göre Sınıflama

1. Eksklusif ve 'Lüks Turizm',

2. Geleneksel Turizm,

3. Gençlik Turizmi,

4. Sosyal Turizm.

— Amaçları Yönünden Sınıflama

1. Dinlenme Turizmi,

2. Kültürel Turizm,

3. Sosyal Turizm,

4. Spor Turizmi,

5. Ekonomik Turizm,

6. Politik Turizm." (1)

Görüldüğü gibi sınıflamanın türü ve yaklaşımı nasıl olursa olsun Sosyal Turizmi kapsamaktadır. Bu sosyal turizmin önemini gösteren önemli bir kanıttır.

Sosyal turizm genel olarak ilk bakıldığında geniş kitlelerin turizme katılması olarak görülmekte ve yorumlanmak-

\* 1985 - 86 ders yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi Şehir ve Bölge Planlama bölümünde Dr. İnci Ataç tarafından verilen 'Tourism Planning' dersi için hazırlanmıştır.

tedir. Ancak bu bir yanılgıdır ve ikisi arasında ikisinden de çok sayıda insanın bu etkinliğe katılmasının dışında bir benzerliği yoktur. Kitle turizmde katılan sayısının çokluğu, yolculuğun kolektif olarak yapılması, kolektif konaklama, herhangi bir turistik etkinliğin kitle turizmi sayılması için yeterlidir. Oysa, sosyal turizmde çok daha başka niteliklerde bulunmaktadır. Nitelikleri dışında sosyal turizmle kitle turizminin amaçları arasında da çok büyük farklılıklar vardır. Kitle turizmde temel amaçlar organizatörün ekonomik avantaj sağlaması ve politiktir. Oysa sosyal turizmde amaçlar çok farklıdır. Bu amaçları kitle turizminin tanımında açıkça görebiliriz.

"Kitle turizmi yolculuğun geniş ölçüde, konaklamanın tamamıyla kolektif olarak ceryan ettiği, kişinin bir tatil grubuna entegrasyonunun şuurulu şekilde teşvik edildiği, halkın büyük sayılarda turizm olayına katılmasıyla doğan olaylar ve ilişkilerin bütünüdür." (2)

II. Dünya Savaşı sırasında İtalya'daki "Opera Nazionale Dopolavora", Almanya'daki "Kraft-durch-fleude" politik nedenlerle düzenlenen kitle turizmi hareketlerine; "Club Soleil" ve "Club Europeen du Tourisme" ise ekonomik amaçla düzenlenen kitle turizmi hareketlerine birer örnek oluşturmaktadır.

Sosyal turizmin karıştırdığı bir diğer olgu da 'Halk turizmi' terimiyle ifadelendirilen turistik faaliyetlerdir. Ancak 'halk' deyimi toplumun tümüne yakın bölümünü ifade etmekte kullanılan bir deyimdir. Oysa sosyal turizmde toplumun (halkın) tümü değil, belirli (gelir düzeyi düşük) halk tabakalarının turistik faaliyetleri söz konusu edilmektedir.

Sosyal turizmin kitle turizmi ve halk turizmi ile farklarını belirledikten sonra tanımlarına bakalım.

Sosyal turizmin önemi uzunca bir dönemden bu yana bilindiğinden değişik tarihlerde, değişik tanımları yapılmıştır. Bu tanımlar, birbirlerinden çok farklı olmamakla birlikte değişik içerikleri bulunmaktadır. Bunlardan bazıları çok basitken bazıları oldukça kapsamlıdır. Bu tanımların en eskilerinden birisi Walter Hunziker tarafından 1951 yılında yapılmıştır:

"İktisaden zayıf sosyal sınıfların turizme katılma olayı ve bunun yarattığı olay ve ilişkilerin tümüdür." (3)

Ancak, Hunziker aynı kitabının daha ileri sayfalarında bu tanıma daha kapsamlı olarak yeniden yapmaktadır:

"Ulusal çıkarları gözeterek, ruhsal ve bedensel sağlamlığı korumak ve canlandırmak; ahlâki, kültürel ve sosyal görüş açısını geliştirmek amacıyla sosyal insan kavramını gözönünde tutarak, onun turizme katılması olanağının sağlanması amacıyla alınan önlemlerin tümüdür." (4)

Her iki tanıda da görüldüğü gibi Hunziker sosyal turizm olgusunun kapsadığı toplumsal kesimlerin tek engeli olarak ekonomik yetersizliği görmektedir. Oysa, günümüzde turizme katılamamanın tek nedeni ekonomik güçsüzlük değildir. Nitekim, Theo G. W. Bodewe bu tanıma daha da genişleterek sosyal turizmi;

"Sosyal turizm herhangi bir şekilde turizme katılmaları engellenenlerin turizmidir." (5) şeklinde tanımlamıştır.

Sosyal turizm, ülkemiz bilim adamlarınca ise;

"Sosyal turizm, zamanımızın sosyal gelişme anlayışı içinde, ekonomik güçleri nispeten zayıf olan memur, işçi ve öğrenci gibi sınıflar tarafından yapılan seyahatların mey-

dana getirdiği iş ve ilişkilerdir." (6)

ve,

"Sosyal turizm, iktisadi güçleri nispeten zayıf olan kitlelerin birtakım özel önlem ve tesisler yardımıyla turizme katılmaları ve bunun yarattığı ilişkilerin tümüdür." (7)

şeklinde tanımlanmıştır. Tüm tanımların ortak özelliği, sosyal turizm etkinliğine katılan bireylerin ekonomik güçlerinin yetersiz olmasıdır. Bir diğer ortak özellik bu bireylerin turizme katılabilmeleri için bazı önlemlerin alınması gerektirir.

### C. SOSYAL TURİZMİN ÖZELLİKLERİ - ARAÇLARI - SORUNLARI

Sosyal turizmi tanımlarken de gördüğümüz gibi kavram ve olgu olarak belirli bazı özellikleri vardır. Bunlar:

- Sosyal turizm etkinliklerine katılan bireyler ekonomik güçleri zayıf olan bireylerdir.

- Bireysel değil toplumsal içeriklidir.

- Çalışanların ruhsal ve kültürel yönden gelişmelerini, üretkenliklerini artırmalarını sağlar. Çünkü, sürekli çalışan insan çalışma süreci içinde bedensel ve zihinsel olarak yorgun düşmekte ve üretkenliği azalmaktadır. Kısa süreli de olsa (hafta sonu tatili gibi) yapılan tatil bireyi zindeleştirmekte ve üretkenliğini artırmaktadır.

- Sosyal huzuru sağlamakta yararlıdır.

- Pasif tasarrufları hareketlendirerek üretim ve ticareti geliştirir.

Sosyal turizm, tüm bu özellikleriyle toplumsal yaşama ve çalışan bireylerin büyük çoğunluğunun yaşamlarına olumlu katkılarda bulunmaktadır. Temel amacı ekonomik gücü zayıf bireylerin turistik etkinliklere katılıp bedensel ve zihinsel yıpranmalarını azaltmak ve çeşitli açılardan gelişmelerini sağlamak olan sosyal turizm, bu amaçlarına ulaşabilmek için çeşitli araçlara sahip olmalıdır. Bu araçlar, turizmin gereksinimleri ele alındığında parasal açıdan büyük kaynaklar gerektiren araçlardır. Bu nedenle sosyal turizmin amaçlarına ulaşabilmekte kullanacağı ana araç devlettir. Çünkü, sosyal turizm amacıyla yapılacak yatırımlar 'kâr' amacıyla işletilmeyeceğinden özel sektöre çekici gelmeyecektir.

- Devlet, hem sosyal turizmin gerçekleşebilmesi için gerekli yatırımları yapmalı, hem de gelir düzeyi düşük olanları bireysel olarak da desteklemelidir. Devletin yapabileceği şeyler, turistik tesisler kurarak dar gelirliilerin yararlanmasına sunmak, turizm kredisi vermek, ulaşımında kolaylık sağlamak (indirim gibi) türünden işlevler olabilir.

- Kamu hizmeti yapan vakıflar, dernekler, sendikalar da sosyal turizmin araçlarındandır.

- Büyük işletmeler çalışanlarının yararlanacağı tesisler kurmalıdır.

- Sosyal güvenlik kurumları da diğer araçları oluşturmaktadırlar.

Sosyal turizmin bunca yararlarına karşılık bazı sorunları da bulunmaktadır. Bunlar:

- Parasal kaynak azlığı,

- İzinlerin belirli zaman dilimlerinde yoğunlaşması,

- Tesis eksikliği,

- Organizasyon yetersizliği vb.

başlıkları altında toplanabilir.



#### D. TÜRKİYE'DE SOSYAL TURİZM

Ülkemizde sosyal turizm olgusu yeterince gelişmemiştir. Oysa bir sürü açıdan sosyal turizmin gerçekleştirilip yaygınlaştırılması için olumlu niteliklere ve kaynaklara sahiptir. Bunlar:

- Doğal kaynakların çokluğu,
- Turizm mevsiminin uzunluğu,
- Kamu kurumlarından birçoğunun turistik tesislere sahip olması,
- Devletin parasal desteği (turizm kredisi gibi).

Tüm bu olumluluklara karşılık, ülkemizde sosyal turizmin gelişmeyişi başta devletin yapabileceklerini yapmamasından kaynaklanmaktadır. Bir diğer önemli etken de ülkemizdeki sosyo-kültürel düzeyin düşüklüğüdür. Ülkemizde yapılmış olan turistik tesislerden birçoğu ekonomik düzeyi yüksek bireylerin yararlanabileceği niteliktedir. Ucuz olanlar ise hem nitelik hem de sayısal olarak yetersiz kalmaktadır.

#### E. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sosyal turizm günümüzün sosyo-ekonomik koşullarında önemi hızla artan bir olgudur. Günümüz koşullarında toplumun büyük bir bölümünün ekonomik güçleri hızla azalmakta ve birçok yaşamsal faaliyet açısından yetersiz kalmaktadır. Oysa, gezme ve dinlenme olguları hem toplumsal huzur hem de verimlilik açısından en etkili faktör olma özelliğini korumaktadır. Diğer bir deyişle sosyal turizm hem bireysel hem de toplumsal yaşam için önemi yadsınmayacak bir olgudur. Ancak bu olgunun gerçekleştirilip geliştirilmesi başta devlet ve kamu kuruluşları olmak üzere,

eşgüdümlü ve etken çabalar gerektirmektedir. Çünkü, sosyal turizmin gereksindiği yatırımlar pahalı ve kâr getirmeyecek biçimde işletilmesi gereken yatırımlardır. Bu nedenle devlet 'sosyal devlet' olma niteliğini ve görevini daha ağırlıklı olarak yerine getirerek bu olgunun gelişmesini sağlamalıdır.

Devlet, sosyal turizmin gelişmesini sağlamak amacıyla:

- Turistik tesisler kurmalı ve bu tesisleri ya bedelsiz ya da çok az bedelle dar gelirli kullanıcılara sunmalıdır.
- Yeterli sayıda tesis kuruncaya kadar, dar gelirli kullanıcıları parasal olarak desteklemeli ya da anlaşmalı özel tesisleri onların kullanımına sunmalıdır.

#### KAYNAKÇA :

- Dr. Ücal Usta, Sosyal Turizm, Yaşar Eğitim ve Kültür Vakfı Yay. No: 12, İzmir 1982.
- Dr. Necdet Hacıoğlu, Sosyal Turizm, Balıkesir İşletmecilik Yüksek Okulu Ders Notları, 1981.
- Prof. Tunca Toskay, Turizm - Turizm Olayına Genel Yaklaşım, Der Yay., İstanbul 1983.
- Orhan M. Sezgin - Yıldırım Acar, Turizm, Tanıtma - Pazarlama - Ekonomi, Turizm Bak. Yay.

#### DİPNOTLAR :

1. Dr. Ücal Usta, Sosyal Turizm, İzmir, 1982, s. 11.
2. Prof. Tunca Toskay, Turizm - Turizm Olayına Genel Yaklaşım, Der Yay., İstanbul 1983, s. 163.
3. Dr. Ücal Usta, agy, s. 6.
4. Dr. Ücal Usta, agy, s. 7.
5. Prof. Tunca Toskay, agy, s. 165.
6. Dr. Ücal Usta, agy, s. 7.



DANIŞMANLIK ARAŞTIRMA MİMARLIK PLANLAMA LTD. ŞTİ.

- Çevre Düzeni Planı
- Nazım ve Uygulama İmar Planları
- Mevzi İmar Planı
- Koruma İmar Planı
- Turizm Gelişme Planı
- Sanayi ve Küçük Sanayi Siteleri
- Toplu Konut Planlaması
- İslah İmar Planı
- Mimari - Statik - Tesisat - Elektrik Projeleri
- Peyzaj Projeleri
- Harita - Parselasyon - Aplikasyon
- Altyapı Projeleri
- Fizibilite Etüdü
- Restorasyon
- Sosyal ve Mekansal Araştırmalar
- Belediyelere Danışmanlık Hizmetleri

DENEYİMLİ UZMAN GRUBUYLA YEREL YÖNETİMLER,  
KAMU KURULUŞLARI VE KOOPERATİFLERE  
HİZMET VERMEKTEDİR.

Remzi SÖNMEZ  
Şehir Plancısı

Ruhi GÜLLER  
Y. Mimar

Şükrü ATACAN  
Şehir Plancısı

Tunalı Hilmi Cad. 44/3 Küçükcesat - ANKARA Tel: 18 28 86 - 18 89 71

# BİBLİYOGRAFYA

## Turizm ve turizm planlaması

Derleyen: Kübra CİHANGİR

### I. TÜRKÇE YAYINLARDAN SEÇMELER

1. AKOĞLU, T., "Turizm Gerçeklerimiz" Ankara, 1966.
2. AKOĞLU, T., "Dünyada ve Bizde Turizm, Dünü ve Bugünü" Varlık Yayınları, 1971.  
*"Turizmin tanımı ve tarihçesinin yanında, turizme neden gereksinim duyulduğu; turizm hareketlerinin gelişmesinde rol oynayan faktörler ve nedenleri; uluslararası turizm hareketleri; turizmin fonksiyonları; turizmin ekonomik ve sosyal hayat içindeki yeri; turizm işletmeleri ve Türkiye'de turizm hareketleri işlenmektedir. Kitap, turizmin dünü bugünü ve geleceğiyle ilgili geniş bir bakış açısı sunmaktadır."*
3. AKOĞLU, T., "Turizmi Geliştirmek veya Geliştirememek", İstanbul, 1978.
4. ALBONETTİ, P., "Turizm Eyleminde Çeşitli Altyapılar" 1971.
5. ARSLANYÜREK, Ş., "Turizm Sistemi" İstanbul, 1977.
6. ARSLANYÜREK, Ş., "Turizm Pazarlaması" İstanbul, 1978.
7. ATALAN, Ö., "Turizmde Niçin Başarılı Olamıyoruz" Turizm ve Tanıtma, Cilt I, Sayı 1, Temmuz 1973 (4-6).
8. AYVERDİ, F., "Turistik Faaliyetleri Yönünden Türkiye" İstanbul, 1961.
9. BARUTÇUGİL, İ.S., "Turizm İşletmeciliği" Bursa, 1982.
10. ÇAMLIK, İ., "Turizm Yatırımlarının Finansmanı" Ankara, 1977.
11. ÇİFTÇİOĞLU, E., "Türkiye'de Turizm Politikası ve Sorunları" Ankara, 1978.
12. ÇORUH, S., "Turizm Ekonomisi" Ankara, 1970.
13. ÇORUH, S., "Genel Turizm Bilgisi" Ankara, 1967.
14. ERALP, Z., "Turizmin Toplumsal Değişime Sosyo-Ekonomik Etkisi, Karşılaştırmalı Bir Araştırma" AÜSBF Yayınları, 374, 1974.  
*"Bu çalışmanın ana amacı turizmin toplumsal değişmeyi ve gelişmeyi nasıl etkilediğini irdelemektir. Bu nederle yazar, turistik bir yer olan Erdek ile turistik özelliği olmayan Kalecik yerleşimini nüfus, hareketlilik, haberleşme araçlarının kullanılması, işgücü açılarından karşılaştırmaktadır."*
15. ERALP, Z., "Genel Turizm" AÜ. Basın Yayın Yüksek Okulu, 1983.
16. GÖKSAN, O., "Turizm Ekonomisi ve İşletmeciliği" İzmir, 1968.
17. GÜLERSOY, Ç., "Turizm Gerçeğimizin En Önemli Sorunu Üzerine Düşünceler" İstanbul, 1966.
18. GÜNAY, B., "Türkiye'de Turizm Planlaması Çalışmalarının Değerlendirilmesi" Türkiye I. Şehircilik Kongresi, 2. Kitap, ODTÜ-Ankara, 1982 (329-350).
19. GÜNAY, Ş., "Genel Turizm Bilgisi" Ankara, 1975.
20. "Kalkınma Planları, Yıllık Programlar ve İcra Planlarında Turizm" T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı, 1985.  
*"Bu yayında, 1., 2., 3., 4., ve 5. Beş Yıllık Kalkınma Planlarında turizmin yeri irdelenmektedir. Ayrıca yıllık turizm programlarının 1968'den 1985'e kadar yapılan uygulamaları verilmektedir."*
21. KURT, K. ve BAŞER, E., "Turizm" İstanbul, 1970.
22. OLALI, H., "Turizm Teorisi ve Politikası" İzmir Ticaret Odası Yayınları, No: 71, Endüstri Matbaacılık ve Ticaret, İzmir, 1963.  
*"Bu kitapta turizmin içeriği, tarihçesi, gelişimi ve önemi; turizmin organizasyonu; turizm eğitimi ve politikası konuları işlenmektedir."*

23. OLALI, H., "Turizm Politikası ve Planlaması" Ege Üniversitesi, İzmir, 1982.
24. ÖZBİLGİ, K., "Turizm ve Mucize" Ankara, 1971.
25. SEZİN, O.M. ve ACAR, Y., "Turizm, Tanıtma, Pazarlama, Ekonomi" Ankara, 1983.
26. TALINLI, İ., "Turizm" Milli Eğitim Basımevi, İstanbul, 1970.
27. TEKELİ, İ., "Bölgesel Turizm Fiziki Planlaması Metodolojisi İle İlgili Bazı Düşünceler, Planlama ve Ülkesel Fiziki Planlama Üzerine" Mimarlık Fakültesi Yayınları, No: 17, ODTÜ, 1971.
28. TEKİN, A., "Türkiye'nin Turizm Sorunlarına Genel Bir Yaklaşım ve Antalya Özel Örneği" Ankara, 1983.
29. TOSKAY, T., "Turizm" İstanbul, 1983.
30. "Turizm Planlaması ve Yankuları" T.C. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Ankara, 1985.  
"27 Nisan - 17 Temmuz tarihleri arasında Türkiye'de turizmle ilgili çıkan yayınlar içerilmektedir."
31. "Türkiye'de Turizmin Geliştirilmesi" İktisadi Araştırmalar Tesisi - II, İstanbul, 1965.  
"Turizmin genel bir tanımıyla başlayan kitapta, tarihe, sınıflama gibi konulara değinilmekte ve turizmin geliştirilebilmesi için gerekli koşullar irdelenmektedir."
8. HEELEY, J., "Planning For Tourism In Britain" Town Planning Review, Vol. 52, pp. 61-79.
9. HIGHTOWER, H.C., "Everything A Planner Needs To Know About Leisure Services Systems" JAPA, Vol. 46, No. 1, 1980, pp. 95-97.
10. HURST, E.M., "The Structure Of Movement And Household Travel Behaviour" Urban Studies, Vol. 6, No. 1, 1969, pp. 70-82.
11. JONES, E., "Resources And Environmental Constraints" Urban Studies, Vol. 6, No. 3, p. 335.
12. KADT, DE E., "Tourism, Passport To Development?" Oxford University Press, Washington, 1976.  
"Bu kitapta yer alan çalışmalarda, turizmin gelişmekte olan ülkelere faydalı bir sektör olup olmadığı tartışılmakta, planlamanın turizmin gelişiminde oynadığı rol irdelenmekte ve çeşitli ülkelerden örnekler verilmektedir."
13. KAISER, C. Jr.; HELBER, L.E., "Tourism Planning And Development" CBI Publishing Company, Boston, Massachusetts, 1978.  
"Kitapta işlenen ana konu, fiziksel planlama-ekonomik planlama birliğinin nasıl gerçekleştirilebileceğidir. Turizmin karmaşık bir yapıya sahip olduğu irdelenmektedir."
14. LUNDBERG, D.E., "The Tourism Business" CBI Publishing Company, Boston, Massachusetts, 1976.  
"Sosyo-ekonomik ve politik değişimler turizmin çeşidini, miktarını ve işletme biçimlerini etkileyen faktörlerdir. Turizmin bileşenleri, yolculuk türleri ve işletme türleri bu çalışmanın ana konularını oluşturmaktadır."
15. MC INTOSH, R.; ETUPTA, S., "Tourism, Principles, Practices, Philosophies" 3rd. Edition, School Of Hotel Restaurant And Institutional Management College Of Business, Michigan State University, East Lonsing, Michigan, U.S.A., Guid Publishing, INC. Colombus, Ohio, 1982.  
"Turizmin tarihçesi, ilkeler, turizm planlamasının ekonomisi ve turizmin gelişimi, turizmin organizasyonu, turizmin araştırması ve gelecekteki filozofisi ve kitapta tartışılan başlıca konuları oluşturmaktadır."
16. OECD GENERAL REPORT, "The Impact Of Tourism On The Environment" Paris, 1980.  
"Turizm büyürken çevresel etkileri de büyümektedir. Bu raporun amacı turizmin çevre üzerindeki etkilerini incelemek ve olumsuz etkilerin giderilebilmesi için alınabilecek önlemler, kullanılacak araçları ve uygulanacak politikaları belirlemektir."
17. PEPPELENBOSCH, P.G.N.; TEMPELMAN, G.S., "Tourism And The Developing Countries" Ekistics, No. 232, Mart 1975, pp. 196-198.  
"Bu çalışmada turizmin gelişmekte olan ülkelerdeki etkileri incelenmektedir. Turizmin etkileri planlama, ekonomik faktörler, sosyo-kültürel ve politik etkiler olarak gruplandırılmaktadır."
18. RITTER, W., "Recreation And Tourism In Islamic Countries" Ekistics, Vol. 40, No. 236, 1975, pp. 56-59.
19. WILMAN, E.A., "Natural Resource Economics" JAPA, Vol. 46, No. 2, pp. 218-219.

## II. YABANCI YAYINLARDAN SEÇMELER

1. ANDRIELLO, D., "The Physical Planning Of Tourism" Ekistics, Vol. 19, No. 115, 1965, pp. 348-351.
2. BAYER, Z., "Mediterranean Tourism And Environment In Turkey" Journal of the Muğla School of Business Administration, Special Issue an International Tourism Congress, Ekim 1978, pp. 57-69.  
"Bu çalışma turistik yörelerdeki çevresel sorunları, turizm planlaması ve arazi kullanım politikaları (ülkesel, bölgesel ve yerel olarak), alternatif arazi kullanımları konularını işlemektedir. Aynı zamanda doğal ve tarihi çevrenin korunması, milli parklar ve Türkiye'de turizmin arz talep analizi işlenmektedir."
3. CHIB, S.N., "Searching For A Philosophy Of Tourism" Ekistics, Vol. 19, No. 115, 1965, pp. 334-345.
4. DIAMOND, S., "Tourism's Role In Economic Development: The Case Reexamined" Economic Development And Cultural Change, Vol. 25, No. 3, 1977, pp. 539-557.
5. DOWER, M., "Tourism And Conservation In Europe: Conservation And Preservation Tourism" Ekistics, Vol. 39, No. 232, pp. 192-195.
6. GUNN, C.A., "Tourism Planning" Crane Russak, New York, 1979.  
"Turizme giriş ve özellikle fiziksel planlama konuları işlenmektedir. Turizm planlamasının neden gerektiği ve turizmin gelişiminde nasıl kullanılabileceği sorularına yanıt aranmaktadır."
7. HAWKINS, D.E.; SHAFFER, E.L.; ROVELSTADT, J.M., "Tourism Planning And Development Issues" George Washington University, Washington, 1980.  
"Kitap, George Washington Üniversitesi'nde Uluslararası Turizmin geleceği, gelişimi ve işletimi konusunda

## Belediyelerden

*Bu sayımızda, turistik yerleşmelerin yerel yöneticileriyle ilişkiye geçilerek kendilerinden, bir turistik belde yerel yöneticisi olarak gerek kendi yörelerindeki turizm olgusu ve gerekse de ülke turizmüne ilişkin görüşlerini bildirmeleri istendi. Aşağıda, Odamıza bu konuda görüşlerini ileten yerel yöneticilerden Antalya ve Bodrum Belediye Başkanlarının yazıları yer almaktadır.*

*Bu türden diyalogu ileriki sayılarımızda da sürdürmeyi düşünmekteyiz.*

# Antalya ve turizmin katkısı

Yener ULUSOY\*

### TURİZMİN BAŞLAYIŞ SÜRECİ

Antalya Bölgesinde ilk turizm hareketinin başlangıcı 1950'li yılların sonlarına rastlar. O yıllarda ulaşım ve ulaşım araçları ile ilgili imkânların kısıtlı olması, konaklama tesislerinin bulunmaması nedeniyle sadece otobüs ve özel vasıtalarla gelen turistleri misafir olarak kabul ediyordu Antalya-lılar.

Antalya'da 80 yataklı xxx yıldızlı otel Teras, Alanya'da 60 yataklı Motel Riviera 1960'lı yılların başlangıcında faaliyete geçtiğinde turisti ilk defa bir konaklama tesisinde barındırma imkanına sahip olunmuştur. Bu iki tesisi de işletenler ve çalışanların turizm bilgi ve görgüleri boyutunda hizmet vermeye başlanmıştır. O yıllarda ülkemizde Turizm Bakanlığı'nın kurulması ile bölge teşkilatları faaliyete geçmiş, Antalya Bölgesinin turizm değerleri araştırması başlatılmıştır. Pansiyonculuğu geliştirme, turizm personeli yetiştirme, işbaşı eğitim kursları açılmış, turizm elverişli kıyı yerleşim merkezlerinde halka turizm bilgisi vermeye başlanmıştır. 1969-70 yıllarına kadar Antalya Bölgesinde önemli otel inşaatı yoktur. Ancak bu tarihten sonra 700 yatak kapasiteli İtalyan VALTUR şirketinin tatil köyü inşaatı, Alanya'da birkaç motel, Antalya'da TALYA oteli, Side'de Turtel Cennet otellerinin inşaatı Antalya'da turizmi belli boyutlara getirmiştir. 1976 yılından itibaren Side ve Güney Antalya Turizm gelişim Projeleri alt yapı inşaatları ile yeni ve büyük boyutta turizm merkezlerinin inşaatlara açılmasına vesile olmuştur. 1980'li yıllardan sonra özellikle 84-85'te yeni 4 büyük tatil klübünün açılması ile Antalya Bölgesinde Kitle turizmüne önemli şekilde adım atılmıştır. Özellikle 1985 yılında devreye giren Antalya Uluslararası Hava Limanı turizmin belli boyutlara varmasında en büyük etken olmuştur. Önümüzdeki 5 yıl içinde Side, Antalya Merkez ve Kemer yöresinde devreye girecek önemli projelerin gerçekleşmesi ile Antalya Bölgesi'nin Türkiye'de, hatta Akdeniz Ülkeleri arasında çok önemli bir turizm merkezi durumuna geleceğine inanıyoruz.

### TURİZMİN GEREKLİLİĞİ

Ülkemizde, özellikle Antalya Bölgesinde, ekonomiye genel düzeyde bakıldığında, TARIM ve TURİZM sektörleri ortamının iç içe bütünleşmesi gerektiği kanaatine varılıyor. Güneyde iklimin ılıması, toprağın sulak ve verimli oluşu, tarım sektörünü birinci plana çıkarmıştır. Ancak doğal

güzellikler, iklim, zengin tarihi geçmiş ve günümüze intikal etmiş medeniyet izleri, temiz deniz ve ormanlık kıyıları, TURİZM SEKTÖRÜNÜN bu bölgede gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.

Güneşi ve arkeolojik değerleri, turistik merkezler gerçekleştirerek değerlendiren ülkeler, ekonomilerini geliştirmişlerdir. Ekonomik darboğaza giren ülkelerde de zamanımızın ekonomik sektörü olan TURİZMİN bir çıkış noktası olduğuna da inanmak gerekiyor.

Diğer taraftan turizmi en önemli dolaylı bir tanıtma vesilesi ve vasıtası olarak değerlendirmek son derece önemlidir. Türkiye'yi ve Türkleri tanımayan diğer ülkelere TURİZM yoluyla tanıtmak en doğru yoldur.

Ülkemize ve Ülkemiz halkına bilgi, görgü aktarımı, alışverişi en kolay ve süratli şekilde turizm yoluyla mümkündür. Ülkelerarası kültür alışverişi, hümanist düşünceler, dostluk ve barış ancak ve ancak Uluslararası ilişkilerle mümkün olacağına göre, bu ortamı yaratmanın en iyi yolu da Turizm Sektörünü Ülkemizde geliştirmek gerektir.

Çağdaş olmak, Ulusları tanımak, kendimizi başkalarına tanıtmak, kültür ve sanat alışverişi ancak ve ancak turizmle mümkündür görüşü ile turizmin ülkemizde gerekliliğine inanıyoruz.

Yeni iş alanları, yeni mesleklerle insangücü istihdamı ile uygun yöreleri geliştirmek suretiyle işsizliği azaltma yanında, Turizm Endüstrisine malzeme ve temel gıda maddeleri temin edecek olan ilgili sanayi dallarının doğmasına ve gelişmesine çok önemli katkılar sağlanacaktır.

### ÜLKE KAYNAKLARININ SEKTÖREL DAĞILIMINDA TURİZMİN PAYI

Herşeyden önce Ülkemizde turizm sektörüne verilen önemin yetersiz olduğuna, yatırımların az olduğuna inanıyoruz. Sosyal alt yapı denilen eğitim eksikliği yanında, turizmin esaslı olan temel alt yapılar (yol, su, elektrik, kanalizasyon ve PTT hizmetleri) sadece turizm için değil, kendi toplumumuz için de tamamlanması gereken temel hizmetlerdir. Öyleyse hem turizm, hem de ülke ekonomisine daha sağlıklı ve aktif hizmet götüreceği temel yapıları yapmak zorunluluğu vardır.

Bunun dışında konaklama tesisleri ve bu tesislerde tatil yapacaklara yan hizmet tesislerine yatırım, kredi imkanlarının artırılması, bu tesislerde vergi indirim kolaylıklarının sağlanması gerektiğine inanıyoruz. Tarım ve Sanayi Sektörüne tanınan kredi ve teşvik unsurlarının turizm sektörüne de mutlaka uygulanması, ancak harcanılan ve harcanacak kredilerin kontrol edilmesi; pazar araştırması yapılması, tanıtımda mutlaka çağdaş sistemler kullanılması hususunda

\* Antalya Belediye Başkanı

Özel Sektörün yalnız bırakılmaması gerekmektedir. Diğer sektörleri de destekleyen ortak yatırımlar (Limanlar, hava alanları, otogarlar, soğuk hava tesisleri) mutlaka planlanıp hizmete sokulmalıdır. Yani doğrudan, ya da dolaylı turizmi etkileyecek, geliştirecek yatırımlara harcanan kaynaklar yetersizdir diyoruz.

Turizm yatırımlarına ayrılacak kredi miktarı, mutlaka net olarak K.T.B. bütçesinde Turizm Bankası kullanımında gözükmelidir. Turizm Bankası'na ayrılacak kredi miktarı, Turizm Bakanlığı bütçesinde hedeflenen yatak kapasitesine eşit oranda kullanılabilir şekilde gözükmeli, yatırımcı aylarca ve yıllarca kredi kaynağında beklememelidir. Aksi halde geciken krediler yizünden enflasyona paralel olarak tesis inşaat maliyetleri artmaktadır. Turizm kredileri bütçeye daha fazla konulmalı, tesisler iş programına göre zamanında kredi kullanılmalıdır.

### SANAYİ - TURİZM ÇELİŞKİSİ

Yatırımlarda bu iki tercih her zaman çelişki olmuştur. Ancak Sanayi yaratmak için mutlaka sermaye bulmak gerektiği gerçeğini hatırladığımızda, sanayiye kaynak olacak yeni bir sanayi olarak turizm alternatifini düşünmek yerinde görülebilir. Yani mevcut doğal ve tarihsel zenginliği turizm yoluyla değerlendirerek girdiler sağlamak, sağlanacak girdilerle sanayiye geliştirmek. Ama hep çelişki vardır elbette, sanayi gelişirse, turizmi geliştirmek kolaylaşır düşüncesi gibi. Ancak turizmi geliştirip, sanayi yaratmak da mümkündür denilebilir. Bu seçimi yapmak kolay olmamakla birlikte, sanaysiz turizm yapmanın mümkün olmadığı da bir gerçektir. Şu halde birbirinden çıkan iki önemli ekonomi dalının birbirini ne zaman, hangi sırada takip etmesi gerektiği konusu çok önemlidir.

Aynı çelişki turizm-tarım sektörlerinde de vardır. Tarım alanları turistik yatırımlarla azaltılıyor düşüncesi de vardır. Ancak tarımı geliştirmek üretimi arttırmak sonuçla ihracatı gerektirir. İhracat için pazar bulmak için ise Uluslararası ticari ilişkileri iyi götürmek zorunludur. Oysa turizm ve tarımı birbirine dayalı götürmek en dengelidir. Tarımı tercih edip, kaynağı sanayiye dönüştürmek düşüncesi yerine turizmle tarımı geliştirip kaynağı sanayiye çevirmek daha mantıklıdır. Tercih etmek çelişkisini ortadan kaldırmak suretiyle, birbirini destekler, tamamlar sektörler haline getirmek en mantıklısıdır kanaatindeyiz.

Sonuçta sanayi-turizm veya tarım-turizm çelişkisi tercih durumunda vardır. Oysa tercih yerine destek-tamamlama çözümü düşünülürse çelişki ortadan kalkacaktır ve sektörler birbirini geliştirecektir.

### NE TÜR BİR TURİZM?

#### YANI KİTLE, YAT VEYA KÜLTÜR TURİZMİ

Bu türleri tercih etmek için hazırlanmak gerekiyor. Yani kitle turizmi için hava ulaşımı ve turistik tatil merkezleri ve yan tesisleri; Yat turizmi için yat limanları ve gümrük ve kışlama kolaylıkları, kültür turizmini geliştirmek için de Uluslararası gösteriler, yarışmalar, bilimsel ve sanatsal toplantılar, sergiler için ortam hazırlamak gerekmektedir.

Bunun dışında da turizm türleri olmakla birlikte, bizce ülkemizin imkanlarına göre, yani bölgelerimizdeki özellik-

lere göre ayrı bölgelerde ayrı tür turizm geliştirilebilir. İstanbul'da ve Kapadokya'da kültür turizmi, Ege ve Akdeniz'de kitle ve yat turizmi tercih edilerek geliştirilebilir. Antalya'da kitle turizmi yanı sıra, yer yer yat limanları yapmak suretiyle yatçılık teşvik edilmelidir. Ancak bu tür seçimler için Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın artık köklü, bilimsel bir turizm politikası olmalı ve buna göre bölgelerdeki yatırımları kendi ağırlıkları içinde yönlendirip, teşvik ve destekleme tedbirleri almalıdır. Herhangi bir turizm türü geliştirilecekse, tercih edilecekse, ortam ve temel yapılar açısından Devlet tarafından Yerel Yönetimlere destek sağlanmalıdır.

Akdenizin temiz suları, uzun mevsimi, plajları varken hangi tür turizm yenilemesi tereddüdü üzerinde zaman kaybedilmemelidir. Son zamanlarda görülen aksamlar cesaret kırmamalı, sebepler araştırılıp ortadan kaldırılmalıdır.

### TURİZMİN EKONOMİK - POLİTİK - FİZİKİ PLANLAMASI VE UYGULAMA

Hiçbir Toplumun kısa vadede ekonomik toplumsal fiziki planlaması yapılamaz. Bundan dolayı Kültür ve Turizm, Milli Eğitim ve Spor Bakanlıkları ülkemizde yeni gelişen turizm ekonomisi için toplumsal-fiziki planlamada geç kalmıştır. Oysa ki 1963 yılında kurulan Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nın geçen 23 yıl içinde Milli Eğitim Bakanlığı ile birlikte yeni bir ekonomi çeşidi için bir toplum kesiti yetiştirmesi mümkün olabilirdi.

Turizm ekonomisinin bilinmediği ülkede kurulan bir Turizm ve Tanıtma Bakanlığı konuyu neresinden alıp kime ne şekilde öğretmeliydi. Bizce herşeyden önce, bu sektörü bilen ülkelerde bilenler yetiştirilip, onlar vasıtası ile sektörel insan gücü eğitimine önem vermek gerekirdi. Geç kalınmış olmakla birlikte, konaklama tesislerinde çalışacak personeli yetiştirecek monitörleri kısa zamanda yetiştirmek zorunludur. Bunun için de bir eğitim planlaması yapmak şarttır. İşletmeciler, pazarlamacılar, seyahat acentaları, toplu taşımacılar, hizmet personeli bilinçli bir şekilde temelden yetiştirilmelidir. Ülkemizde Milli Eğitim Bakanlığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın turizm sektörüne insan gücü yetiştirmek için bakış açıları birbirine paralel olmalıdır. Bunun için de mutlaka bir koordinasyon ve planlama yapılması şarttır.

Milli Eğitim Bakanlığı'nın tamamen tecrit (Uygulama okulları kendi bünyesinde olduğu için) K.T. Bakanlığı'nın uygulamalı (ancak kısa süreli kurslar ve bu kursları öğreten kadro yetişmemiştir) ayrı ayrı eğitim yerine müşterek bir çalışma ile insangücü eğitimi yapmaları görüşündeyiz.

### TURİZM YATIRIMLARI - KREDİLER

Turizm Bakanlığı kuruluşundan bugüne kadar turizm yatırımlarını yönlendirme ve teşvik kredileri dağıtma hizmetlerini yürütmüştür. İlk yıllarda 6086, daha sonra 2634 sayılı turizm endüstrisini teşvik kanunları ile turizm sektörü yönlendirilmeye ve teşvik edilmeye çalışılmıştır. Ancak 1975 yılına kadar ülkemizde fiziksel planlama ve planlamaya dayalı turizm geliştirme alanları seçilmemiştir. Bundan dolayı, kuruluştan itibaren 15 yıl turizm kredileri, alt

yapısı olmayan bölgelerde irili ufaklı tesislere bilinçsiz bir şekilde dağıtılmıştır. Bundan dolayı kurulan tesislerin yol, su, elektrik, kanalizasyon ve PTT hizmetlerinden yoksun yıllarca çalıştığı, böylece turizm sektörüne yanlışlıklarla hizmet verildiği ortadadır.

Alt yapı hizmetlerinin nasıl çözümleneceği iyice araştırılmadan turizmin yönlendirilmesi ve teşvikinin ne kadar sağlıklı olacağını takdirini sizlere arz ediyoruz.

Son on yıldır planlama çalışmaları ile ortaya çıkarılan yatırım bölgeleri ve bu bölgelerde Devletçe yapılan alt yapı hizmetleri turizm yatırımlarını hızlandırmıştır. Ancak on yıldır yapılan işler öyle yavaş gitmiştir ki, üst yapı olarak yapılması düşünülen tesislerin maliyetleri arttığında piyasaya arz edilen yatak fiyatları hem yerli hem de yabancı turistte çok yüksek gelmektedir. (Bu husus pazarlama sorunu yaratmaktadır)

Şu halde Devlet eğer turizm ekonomisine ciddiyetle inanıyorsa, Kültür ve Turizm Bakanlığı yepyeni bir yönlendirme politikası belirlemelidir. Kredi ilkeleri yeterli olmakla birlikte, temin edilecek kredi nakit olarak bankada olmadığı için yatırımcı hiçbir zaman krediyi zamanında alamamaktadır. Bu hem maliyeti artırmakta, hem de diğer yatırımcı müteşebbisleri caydırmaktadır. Öyleyse Turizm Bakanlığı bütçesine hedeflediği yatak kapasitesi kadar yıllık, 5 yıllık teşvik kredi planı ve bütçesi yapıp net olarak yatırımcıya zamanında kredi verebilmelidir.

Devlet arazilerinin yatırımları tahsisi konusunda da imar ve alt yapı hizmetlerinin sağlandığı alanlar süratle hazırlanmalı, yatırımcıya ne kadar zamanda inşaatı yapması, tesisi hizmete açması gerektiği net bir şekilde belirtilmelidir.

Son yıllarda teşvik kredilerine yatırımcı artık hiç güvenmez haldedir. Sanki Turizm Bankası kredi veren bir bankadan çok yatırımcı ve işletmeci bir müessese görünümündedir. Bu izlenimi silecek açıklama ve atılımlar yapılmalıdır.

#### YÖRE HALKININ KISA VE UZUN VADEDE KAZANIM VE KAYIPLARI

Son yirmibeş yıl içinde turizm olayı ile yöre halkının kısa vadede kazandığı hususlar hakkında kendi bölgemiz hakkında birkaç örnekleme ile cevap vermek mümkün olacaktır.

- Yöre halkı yeni meslekler edinmiştir.
- Yöre esnafı yeni ticaret alanları bulmuştur. Mevcut ticaret dolaylı olarak hareketlenmiştir.
- Yöre turizm kanalı ile gelen alt yapılardan kendi halkımız da yararlanmış.
- Böylece diğer sektörlerin gelişmesine yardımcı olmuştur.
- Yörede para akımı hızlanmıştır.
- Bilgi, görgü, kültürel gelişmeler görülmüştür.
- Plaj görgüsü, temizlik ve düzen gelmiştir.
- İnsanı tanıma, karşılıklı sevgi ve saygı kavramları gelişmiştir.
- Taşınacılık gelişmiştir.
- El sanatları değer kazanmıştır.
- Doğal ve tarihi yerler tanınmış, kıymeti anlaşılmıştır.
- Yaşam standardı değişmiştir.
- Yöre halkı yabancı lisanı karşı duyarlılık kazanmıştır.

Yöre halkının uzun vadede turizmden kayıpları ise :

- Farkedilmeyen bir çevre kirlenmesi olabilir.
  - Farkedilmeyen kaynak tüketimi hissedilebilir.
  - Hayat pahalılığının artması tehlikesi büyük boyutlara varabilir.
  - Doğal dengenin bozulması ihtimali vardır.
  - Geleneklerin bozulması mümkündür.
  - Tarım alanlarının azalması görülebilir.
  - Aşırı nüfus artışı ve gürültülü ortam ortaya çıkabilir.
  - Çoğalan nüfustan ötürü enerji, su kaynakları yetmeyebilir.
  - Temel gıda maddeleri temininde güçlükler çekilebilir veya aşırı pahalılaşabilir.
- İhtimal olarak rastgele sıraladığımız hususlar, uzun vadede yöre halkının yoğunlaşan turizm hareketlerinden kayıpları olabilir.

#### TURİZMİN YÖRE HALKLARININ SOSYO-KÜLTÜREL DEĞİŞİMLERİNE ETKİLERİ

Turizm olayının, yöre halkı üzerinde kabul etse de etmese de farkına varılmaksızın bazı sosyal ve kültürel etkileri vardır. Ancak bu etkileşim toplum kesitinin mevcut yapısına, eğitim düzeyine göre değişir. Genellikle gözlemlemimize göre bu etkileşim olumlu olmuştur. Örneğin düz düşünceden daha mantıklı ve toleranslı düşünce ve davranışlara geçiş söz konusudur.

- Turizmin ve turistin ne ve kim olduğunu yavaş da olsa halkımız öğrenmeye başlamıştır.
- Daha temiz ve düzenli hizmet sunmanın olumlu sonuçları alınmaya başlamıştır.
- Turistik hizmetlerde temizlik kavramı olumlu şekilde şekillenmeye başlamıştır.
- Tarihi yerlerdeki kültürel ve arkeolojik kalıntıların değerini günden güne daha iyi anlamaya başladığımızı tesbit edebiliyoruz.
- Yöre halkı iyi-kötü, güzel ve çirkin şeyleri, hizmetleri birbirinden ayırtmasını biliyor artık.
- Yabancı dil konuşma önem kazanmıştır; esnaf bile yabancı dil konuşuyor.
- Türk konukseverliğinin yanına ticareti de ilave etmeyi öğrenmiş bulunuyoruz.
- Yöre halkının giyim, kuşam tarzında, plaj görgü ve bilgisinde olumlu gelişmeler vardır.

Sonuç olarak, turizmi ister sosyal, ister kültürel, ister seniz parasal değerlendirme olarak ele aldığımızda günümüzün, çağımızın vazgeçilmez kitlesel olaylarından en önemlisidir. Elbette turizmin girdiği yerde olumlu ya da olumsuz etkiler görülecektir. Ancak olayların tüm akışını mümkün olduğu kadar akıllı, planlı düzenlemelerle halka bilinçli olarak maletmeyi başardığımız zaman olumsuz yönlerini, uzun vadedeki ihtimal kayıpları azaltarak, devrin önemli olayından milletçe nasip almak mümkündür. Şunu unutmamak gerekir ki, toplum olarak varlığımızı diğer ülkelere tanıtabilmenin en dikensiz, yumuşak, sempatik yolu TURİZM'dir. Yani iyi kullanılabilirse sosyo-ekonomik, kültürel, ticari hatta politik mükemmel TANITMA vesilesi olabilir. Olayı sürekli ve uzun vadede düşünerek bu şekilde ele almak yerinde olacaktır.

## 'Turizm insanlarımızın dünyaya bakış açılarını değiştirecektir'

Cevat BİLKİÇ\*

Ülkemizin en önemli turizm merkezlerinden biri olan Bodrum'un Belediye Başkanı olarak görüşlerimi derginizde açıklamak fırsatını verdiğiniz için şahsım ve hemşehrilerim adına teşekkür ederim.

— Yurdumuzda Turizm çok yeni başlamış bir sektördür. Bodrum'u Türkiye'de turizmin ilk başladığı yerlerden biri olarak düşünürsek, 1965 yılını başlangıç yılı olarak kabul edebiliriz.

— Turizm, hem dünya insanların kaynaşmasını hem de ülke ekonomisi için vazgeçilmez sosyal ve iktisadi bir faaliyettir.

— Bilindiği gibi ülkelerin turizm imkanları farklılıklar göstermektedir. Ancak kalkınmış ülkelere baktığımızda sektörler arasında çok büyük farklılıklar görememekteyiz. Kanımızca mevcut imkanların en büyüğünden en küçüğüne göre sıralama yapmak, oranlamaya girmek gerekir. Turizm gerektiği gibi yapılırsa bir sanayi kuruluşu, bir tarım alanı kadar yararlı olabilir.

— Sanayi-Turizm çelişkisi alınacak akılcı tedbirlerle giderilebilir. Örneğin Turizm potansiyeli yüksek olan bölgelerde turizm yatırımlarına daha ağırlık verilirken, iş imkanları sınırlı Turizm potansiyeli zayıf bölgelerde sanayi yatırımlarına gidilmesi gibi. Ancak bu dengenin çok iyi kurulması gerekmektedir.

— Dünyanın artan nüfusu karşısında Tarımla-Turizmi çelişki olarak değerlendirmek doğru bir yaklaşım değildir. Bence birbirlerini tamamlayan unsurlardır demek daha doğru olacaktır.

— Yurdumuzda Turizm faaliyetlerini yalnız Kitle Turizmi, Yat Turizmi, Kültür Turizmi diye ayırmak şimdilik mümkün görünmüyor. Çünkü, ne Kitle Turizmine hizmet verebilecek geniş, modern konaklama tesislerimiz, ne Yat Turizmine hizmet verebilecek marinalarımız, çekek yerleriniz, bakım ve onarım atölyelerimiz, ne de Kültür Turizmine hizmet verecek organizasyonlar ve bunların altyapıları dediğimiz kongre, sergi, konser salonları ve tamamlayıcı unsurlarına sahip değiliz.

— Türkiyemizin bu konuda söz sahibi olabilmesi için öncelikle altyapı ve yatak sorununu halletmesi gerekmektedir.

— Turizmde planlama yapılırken öncelikle ülkemizin özelliklerini dikkate almalıyız. Altyapıların yapımında (Yol, su, kanalizasyon v.b.) gelişmiş ülkeleri örnek alabiliriz. Ancak mimaride toplumsal yaşamda kendi özelliklerimizi korumalı, gelenek ve göreneklerimiz her fırsatta sergilemeliyiz.

— Ekonomik planlamanın başarılı olabilmesi toplumsal ve fiziki planların başarılı yapılmasına bağlıdır.

— Turizm yatırımlarında tabiatı ve halkı ile Turizme yakın bölgeleri çok iyi belirlememiz gerekmektedir. Büyük yatırımların yanı sıra, küçük ev pansiyonculuğunu da ihmal etmemek gerekir. Ayrıca toplumun her kesimine Turizmin çok faydalı bir yatırım alanı olduğunu öğretmek gerekir.

— Turizmi teşvik kredileri ülkemizde daha uygun şartlarda verilebildiği ölçüde başarılarımız artacaktır.

— Yörede yaşayanların turizmden kısa vadedeki kazanımları ve uzun vadedeki kayıplarına en can alıcı örnek olarak Bodrum'u gösterebiliriz.

— Kısa dönemde gelirleri yükselen yöre halkı sosyal düzeyleri aynı düzeyde yükselmediği için birtakım huzursuzlukları beraberinde getirmiştir. Uzun vadede ekonomik gelişme eskiye oranla mevcut olan aile bağlarını da zayıflatmaktadır. Dileğimiz bu sürecin toplumumuza daha az zarar vererek gerçekleşmesidir.

— Turizmin yöre halkının sosyo-kültürel değişimlerine etkileri tabii ki kaçınılmaz olmaktadır. Turizm faaliyetleri ile çeşitli dil, din ve ırklara mensup kişilerin gelmesi sosyo-kültürel alışkanlıkları da beraberinde getirmektedirler.

— Bodrum'da 20 sene önce başlayan turizm hareketi örf ve adetlerimizi değişikliğe uğratacak seviyede olmamıştır. Bundan sonra da olumsuz etkileri olacağını sanmıyorum. Aksine insanlarımızın dünyaya bakış açısını değiştireceği, çağdaş uygarlık seviyesine bir an önce ulaşmanın yollarını açacağına hiç şüphemiz yoktur.

— Çalışmalarınızda başarılar diler, sevgi ve saygılarımla sunarım.

\* Bodrum Belediye Başkanı

## Kızılay binası üzerine

Hasan ÖZBAY\*

Ankara Büyük Şehir Belediyesi İmar Dairesi Başkanı Ömer Ağaçlı, "Planlama" Dergisi'nin 86/1 sayısında kendisiyle yapılan söyleşide, Kızılay'ın göbeğinde, şu anda mezbelenin görüntüsünde olan Kızılay Derneği'nin arsasında yapılacak "Kızılay Binası" ile ilgili şöyle demektedir :

"Kızılay binasının biliyorsunuz projesi yarışma sonucu elde edilmiştir. Temel atma aşamasına kadar gelinmiştir. Fakat biz yönetime gelince, bu yapının inşasını durdurduk ve buraya yeniden bir imar düzeni getirdik. Yarışmada elde edilen proje Kızılay'ı kilitleyecek adeta boğacak, öldürecek bir projedir. Sadece içinde 600 otoluk otoparkı var. 600 otonun bulvardan girişini çıkışı düşününüz. Bulvar allak bullak olacaktır. Öte yandan, metronun Kızılay'da bir istasyonu olacaktır. En uygun yer de bence burasıdır. Bu ihtimal düşünülürse hayır deyişimiz daha iyi anlaşılacaktır sanırım."

Sayın Ağaçlı yapının inşaatının durdurulmasına, sözlerinden de anlaşılacağı gibi iki neden göstermektedir. Biri, yapıda olduğunu iddia ettiği 600 araçlık otopark, diğeri ise metro istasyonu.

Kızılay binası olarak kamuoyuna yansıyan yapı, 1980 yılında mimarlık gündemine bir yarışma konusu olarak, yoğun bir biçimde girdi. Kızılay Derneği, Kızılay meydanındaki arsasını değerlendirmek için yarışma yöntemini projelendirme biçimi olarak seçti. Yarışma şartnamesinde, arsaya bir rant tesisi yapılması ve yarışanlarca rantabilitesi yüksek bir yapı programı geliştirilmesi isteniyordu. Ancak kurum arsanın kent içindeki önemine paralel olarak, üzerine yapılacak yapının salt rant tesisi olmasını istememiş, çok amaçlı salon ve sergi salonlarından oluşan kültürel bir merkezin de yapı içinde gerçekleştirilmesini kent yaşantısına kurumsal bir katkı amacıyla istemişti.

Arsanın kentsel ulaşım sistemi ile olan özel önemi de yarışma çerçevesinde gündeme gelmiş, bu bağlamda o gün-

kü metro güzergahı ve istasyonu yarışmacılara veri olarak iletilmiş, metro mezanin kolunun yapı ile bağlantılı olması istenmişti. Ayrıca arsanın konumu nedeniyle otopark yapılmaması yarışmanın önemli bir diğer koşulu idi.

Nesrin-Affan Yatman ve Vedat İşbilir üçlüsü tarafından I. ödüllü kazanan proje tüm bu koşulları sağlamaktadır. Bodrum katta metro istasyonu ile bağlantılar kurulmuş, yaya sirkülasyonunun yapı içinden geçerek kentsel mekana akışı sağlanmıştır. Ayrıca şu anda Ankara metro projesinin etüdlerini yapan firma yetkilisi de kendisinin jüri çalışmalarına katıldığını, şu anki projenin metro istasyonunu önlemeyeceğini sözlü olarak açıklamıştır. Bundan dolayı projenin metro istasyonu yapımını önlediği savları geçersizdir.

Yapının bodrum katında ise Sayın Ağaçlı'nın belirttiği gibi 600 otoluk otopark değil, sadece 4 otoluk servis otoparkı önerilmiştir. Kaldı ki arsa içinde katlı garaj yapılmasına il trafik komisyonu izin vermediği gibi, Ankara Belediyesi de daha önce verdiği inşaat ruhsatı çerçevesinde 575 otoluk park yeri karşılığı 83 milyon TL'si peşin olmak üzere 143 milyon otopark harcı kesmiştir.

Kızılay yarışmasının, mimarlığımızın yarışmalar başlığı altında çok özel bir yeri bulunmaktadır. Kurumun olumlu katkıları sonucunda alışlagelmiş kalıpların kırıldığı, özgün mimari araştırmalarının yapılageldiği bir yarışma olmuştur. Yarışma sonucunda elde edilen proje ise çevre yapılarla eş yükseklikte olması nedeniyle çevre ile uyumlu ve ilginç kentsel mekanlar tanımlayan duyarlı bir öneri olarak gelişmiştir.

Şu anda Ankara'nın en önemli kentsel mekanlarından biri olan Kızılay meydanında gözler çevre binaların arka cephelerinden oluşan bakımsız ve pis bir mekanı seyretmektedir. Burayı salt park gibi kullanışlarla değerlendirmek ise sorunu çözmemektedir.

Sayın Ağaçlı'nın, imar müdürü olarak değil, kişisel kanısı olarak söylediği yanlış bilgiye dayanan sözler de bu gerçeği değiştirmemektedir. Gönül Ankara Belediyesi'nin de bu önemli mimarlık ürününe sahip çıkmasını dilerdi.

\* Mimarlar Odası Gnl. Sek. Yrd.