

KÜLTÜRLER ARASI İLETİŞİMDE TURİZMİN ÖNEMİ, ALTERNATİF TURİZM ve PAZAR OLGUSU

Mete SEZGİN

(Selçuk Üniversitesi, Türkiye)

Şafak ÜNÜVAR

(Selçuk Üniversitesi, Türkiye)

GİRİŞ

Turizm geçmişten günümüze kadar olan zaman dilimi içerisinde daima toplumların vazgeçilmez bir unsuru olmuştur. Tüm insanların bir arada olduğu olgu içinde hep kendini geliştirerek özellikle uluslararası hareket bulup çeşitli kültürlerin kaynaşmasına vesile olmuştur. Aynı zamanda turizm sektörünün kültürlerarası iletişimde hem etkileşimsel, hem de kişilerarası nitelik taşıdığı görülmektedir.

Günümüzde turizm hayatımıza o kadar çok girmiştir ki yaşantımızın vazgeçilmez bir parçası olmuştur. Bu nedenle de gündemimizi bu kadar meşgul eden bu kavram kendine yeni alternatifler aramak zorunda kalmıştır. Gittikçe büyüyen, devleşen bir kurum ve sektör halini almıştır. Ülkelerin ekonomik anlamda da gelişmesine önemli ölçüde katkı sağlamıştır.

Turizm sektörü kültürlerarası iletişimde vazgeçilmez ve çok önemli bir hale gelmiştir. Kültürlerarası iletişim, farklı kültürlerle mensup insanlar arasında etkileşim ve anlam aktarımları, yabancıların algılanması, açıklanması ve kültürel farklılıkların gözetilmesi gibi konuları inceleyen bir çalışma alanıdır. İnsanlar eğitim, işletme organizasyonları, diplomatik süreçler, turistik geziler, siyasal ve ekonomik kısıtlılıklar gibi nedenlerle farklı kültürlerle temasa yönelmektedir. Bugün kültürlerin karşılaşmaları, iletişimin dil, anlam, kültürel kimliğin kurulması önem taşımaktadır.

Bu çalışmada da kültürler arası iletişimde turizm sektörünün önemi vurgulanacaktır. Özellikle Orta Asya Türk Cumhuriyetleri'nin bağımsızlığa kavuşması beraberinde bazı sorunları da getirmiştir. Siyasi, askeri ve ekonomik açıdan sorunlarda Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Türk Birliği'nin yeniden tesis edilmesi gerekmektedir. Ekonomik sorunlara çözüm konusunda en önemli kurtarıcı sektörlerden birisi de turizm sektörüdür. Sektörün birçok işletmeyi içinde bulundurması, katma değerinin yüksek oluşu, istihdam özellikleri yanı sıra; kültürlerarası iletişime, sevgi saygı ve barışa hizmet etmesi, Türk Cumhuriyetlerini bir araya getirmesi de çok önemli ve anlamlıdır.

Özellikle deniz turizminin dışında alternatif turizm türleri olarak bilinen turizm çeşitleri Türkiye ve Orta Asya Türk Cumhuriyetleri için bir fırsattır ve

bu fırsatın değerlendirilmesinde turistik merkezlerimiz alternatif birer pazardır. Bunu gören ve keşfeden ülkeler, turizm şirketleri, turizmde yeni yatırımlar yaparak, geleceğe yönelik çok çeşitli alternatifleri turistlere sunarak bu pazardan bir pay almak için bir birleri ile adeta yarışır hale gelmişler ve ortaya çıkan bu rekabet sonucunda turistlere sunulan imkânlar turistler açısından bir hayli çekici kabul edilmiştir.

Mustafa Kemal Atatürk'ün "Türk Birliği'ne inanıyorum, onu görüyorum" sözü çerçevesinde sektörler arası birleşme ve işbirliği önem taşımaktadır. Turizm sektörü bu işbirliğine bir araçtır.

1. Kültürlerarası İletişim

Kültürlerarası iletişimin ne anlama geldiğini açıklayabilmek için, öncelikle bu terimi oluşturan "kültür" ve "iletişim" kavramlarının kısaca tanımlanması gerekir. "Kültür", günlük konuşma dilinde çok kullanılan bir sözcük olsa da, hangi anlama geldiği her zaman açık değildir. Günlük dile geçmiş benzerleri gibi "kültür" terimi de, hangi bağlamda, kimin tarafından kullanıldığına bağlı olan çokanlamlı bir terimdir. Kültürün anlamı, onunla ilgilenen bilim dalına göre de değişebilir. Söz gelişi, Hall'a göre, "kültür iletişim, iletişim de kültürdür". Ancak Birdwhistell bu görüşe tamamen katılmadığını bildirerek kültür ve iletişimin, kalıplaşmış karşılıklı bağlantının tanımlanmasıyla ilgili yöntemin iki farklı yönünü gösteren kavramlar olduğunu belirtmektedir. Birdwhistell'e göre, kültür yapıyı ifade ederken, iletişim süreç üzerinde yoğunlaşmıştır. Görüldüğü gibi, kültürlerarası iletişim alanında da üzerinde herkesin fikir birliği ettiği, yaygın olarak kullanılan bir kültür tanımı yoktur. Bunun sonucunda, bilimde kültürden söz ederken, her çalışmada "kültür" terimi ile neyin kastedildiği açık olarak belirtilmeli, diğer bir deyişle, temelinde "kültür" kavramı bulunan bütün bilimsel çalışmalarda kültür yeniden tanımlanmalıdır.¹

Kültürlerarası iletişim, farklı kültürlerle mensup insanlar arasında etkileşim ve anlam aktarımları, yabancıların algılanması, açıklanması ve kültürel farklılıkların gözetilmesi gibi konuları inceleyen bir çalışma alanıdır. Özellikle son 30 yılda, ekonomik ve sosyal gereksinimlere koşut olarak teknolojik gelişmeler de artmıştır. Bu, kültürlerin birbirleriyle karşılaşma sayılarının, gerek bireysel, gerekse toplumsal boyutta, geometrik bir hızla katlanarak büyümesine neden olmuştur. İnsanlar eğitim, şirket organizasyonları, diplomatik süreçler, turistik geziler, siyasal ve ekonomik kısıtlılıklar gibi nedenlerle farklı kültürlerle temasa yönelmektedir. Bugün kültürlerin karşılaşmaları, iletişimin dil, anlam,

¹ Asker KARTARI, "Kültürlerarası İletişim ve Bir Araştırma Projesi". <http://turkoloji.cu.edu.tr/HALKBILIM/33.php>, 01.04.2009.

kültürel kimliğin kurulma ve müzakere edilme süreçlerini anlamadan teorik bir zemine oturtulamaz.²

Kültürlerarası iletişimin tüm öğeleri, kültürlerarası farklılıkların uluslararası düzeyi kadar aynı ülke içindeki yapısı üzerinde de durulması gereken diğer önemli etkenlerdendir. Aynı ülkenin farklı bölgelerinde, farklı inançlar, ekinler, değer yargılarının biçimlendirildiği, değişik yaşam biçimlerini kapsayan, farklı toplumsal grupların, hedef kitle gruplarının ve diğer etkenler ışığında hazırlanan aynı reklâm iletileriyle karşı karşıya kalacak olmaları gerçeği, bu noktada yaşamsal önem taşımaktadır. Bu bağlamda, hedef kitlenin doğru tanımlanması ve iletinin işlevsel olması sağlanması amaçlanmaktadır. Aynı ülke içinde bile ayrıntılı biçimde değerlendirilmesi ve yaşama geçirilmesi gereken bu etmenler, küresel bazda incelendiğinde çok daha fazla yaşamsaldır.³

Kültürlerarası iletişim; dilsel, yöresel, kırsal, toplumsal farklılıklarla değişik davranış ve iletişim biçimi şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Birisiyle iletişime girerken ya da bir kimseye hitap ederken, iltifatta bulunurken veya iletişime girilen insanlarla vedalaşırken genellikle toplumsal bir norm haline gelen dilsel davranış kalıplarından yararlanır. Bireyler arası ilişkilerin göstergesi olan bu tür dil davranışları, çoğunlukla muhabata biçilen role göre, doğal bir refleks olarak iletişime yansır. Daha açık bir deyişle, sosyal yaşamın “iletişim rutinleri” olarak tanımlanan bu davranışlar, iletişime katılan bireylerin yaşlarına, cinsiyetlerine, eğitim düzeylerine, sosyal konumlarına ya da birbirleriyle olan ilişkilerine veya samimiyet derecelerine göre şekillenir. Aynı olayla ilgili olarak kullanılan dilsel yapılar, sergilenen tutum ve davranışlar, toplumdan topluma, kültürden kültüre önemli farklılıklar gösterebilmektedir. Hatta aynı kültüre mensup toplum kesimlerinin iletişim davranışlarında bile, yetmişmiş oldukları kentsel ve kırsal çevreye göre farklılıklar olduğu söylenebilir.⁴

Görüldüğü gibi kültürlerarası iletişim özellikle günümüz dünyasında bireylerde, toplumlarda önemli bir unsur olarak yer bulan tutum ve davranışları içermektedir.

2. Turizm, Kültürlerarası İletişimde Turist, Alternatif Turizm

Turizm kavramının kökenini; Latince kelime anlamıyla dönme hareketini ifade eden “tornus” sözcüğü oluşturmaktadır. İngilizce deki “touring” deyiimi ile “tour” deyimleri de bu sözcükten türemiştir. “Tour” dairesel bir hareketi, bazı şehir, yöre ve ülkelerin ziyaretini, iş ve eğlence amacıyla yapılan yer değiştirme

² <http://www.iletisim.hacettepe.edu.tr/kultur.shtml>, 01.04.2009.

³ Ruşen Özgül TANRIBİLİR, Erdal ŞEN, “Kültürlerarası İletişim ve Öteki Kavramının Günümüz Dünyasında Yeri ve Önemi” Journal Of İstanbul Kültür University, 2005/1 00.129-137, s.131.

⁴ Ayhan SELÇUK, “Kültürlerarası İletişim Açısından Gündelik İletişim Davranışları”, S.Ü.Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13/2005, ss.1-17, s.1-2.

hareketini ifade eder. “Touring” deyimi ise, zevk için yapılan eğitsel ve kültürel özellik gösteren seyahatler için kullanılır. Özetle “tour” hareket edilen yere dönmek şartıyla yapılan kısa veya uzun süreli seyahatleri ifade eder.⁵

Turizm en temel ifade ile “İnsanların sürekli bulundukları yer dışında yaptıkları seyahatlerden ve geçici konaklamalarından doğan ihtiyaçların karşılanması ile ilgili faaliyetlerdir”⁶. Turizm; “Turistleri ve diğer ziyaretçileri ağırlama süreci içinde turistlerle turizm işletmelerini, ev sahibi devletler ve toplumlar arasındaki etkileşimden kaynaklanan olgular ve ilişkiler bütünüdür” şeklinde de tanımlanabilir.⁷

Turizm olayı son derece karmaşık bir olaydır. Kişinin turizm olayına katılmasında rol oynayan sebepler çok çeşitlilik göstermektedir. Turizm olayının oluşumu insan hayatının bütün alanlarında cereyan etmektedir.⁸

Temel anlamda turizm, insanların turistik önem taşıyan yerlere özgü ziyaret, arkadaş ve akraba ziyareti, tatile çıkma ve iyi vakit geçirmedir. İnsanlar boş zamanlarını çeşitli sporlarla, güneş banyosu, sohbet, tura çıkma, kitap okuma veya şarkı söyleme ile veya basitçe çevreden hoşlanma ile değerlendirebilirler.⁹

Kültürlerarası iletişimin odağında bulunan insan faktörü olan turistin tanımına da bakmakta fayda vardır. 1937 yılında Milletler Cemiyeti İstatistik Uzmanları Komitesi tarafından yapılan tanıma göre, “devamlı oturduğu ülkenin dışında herhangi bir ülkeyi 24 saatten az olmayan bir süre içinde ziyaret eden kişi yabancı turist” olarak ifade edilmektedir.¹⁰

Turistler, ziyaret ettiği ülkede asgari 24 saat kalan, ziyaret amacı boş zaman değerlendirmek, iş, ailevi, diplomatik nedenler, toplantı vb. amaçlarla geçici ziyaretçilerdir.¹¹ Turist, turizm tanımındaki özelliklere uygun olarak, belirtilen nedenlerin etkisi ile belirli bir süre için seyahat eden, ziyaret ettiği yerde 24 saatten fazla kalan veya ülkenin bir konaklama tesisinde en az bir geceleme yapan, mali gücü, zamanı ve maddi imkânları sınırlı olan, rahatına düşkün, geleneklerini koruyan, temizlik ve kendine uygun konfor arayan, maceraperest olmayan insanlardır.¹²

Uluslararası turizm hareketlerinde turistin özellikleri kadar turizmin geleceğine yönelik eğilimlere bakıldığında farklılıklar göze çarpmaktadır.

⁵ Ziya ERALP, Genel Turizm, Ankara Üniversitesi Yayınları, Ankara, 1983, s.41.

⁶ Hasan OLALI, Turizm Politikası ve Planlaması, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi Yay., No:228, İstanbul, 1990, s.3.

⁷ Nazmi KOZAK, Meryem AKOĞLAN, Metin KOZAK, Genel Turizm, İlkeler, Kavramlar, Anatolia Yay., Ankara, 1996, s.2.

⁸ Tunca TOSKAY, Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım, Der Yay. İstanbul, 1989, s.36.

⁹ Robert McINTOSH, Charles GOELDNER, Tourism, Principles, Practices, Philosophies, Sixth Edition, John Wiley&Sons Inc, Printed In The USA, 1990, s.3.

¹⁰ ERALP, s.41.

¹¹ Azize TUNÇ, Firuzan SAÇ, Genel Turizm Gelişimi, Detay Yayın Evi, Ankara, 1998, s.15-16.

¹² Ömer AKAT, Turizm İşletmeciliği, Ekim Kitabevi, Bursa, 2000, s.4.

Yapılan araştırmalarda çıkarılan ortak sonuçlar, uluslararası turizm hareketlerinde gelecek yıllarda beklenen gelişmelerin şu şekilde olabileceğini göstermektedir. Turizm talebinde sayısal büyümenin devam etmesi beklenmektedir. Dünya Turizm Örgütü (WTO) tarafından yapılan bir tahmine göre, uluslar arası turizm hareketlerine katılacak kişi sayısına göre elde edilecek gelirin 2010 yılında 1.5 trilyon dolara yükselmesi beklenmektedir. Uluslararası turist sayılarının bölgeler itibarıyla dağılımı konusunda yapılan tahmin çalışmasında ise kabul edilen turist sayısı bakımından Doğu Asya/Pasifik bölgesinin gelecek yıllarda en önemli artış kaydederek Avrupa bölgesinden sonra ikinci sıraya yerleşmesi beklenmektedir. Önümüzdeki yıllarda hem turist sayısı, hem de turizm gelirleri açısından gelişme gösterecek bölgelerden birisi olarak da Afrika görülmektedir. Bugünkü durum itibarıyla elde edilen turizm gelirleri bakımından bölgelerin sıralaması Avrupa, Amerika, Doğu Asya/Pasifik, Ortadoğu, Afrika ve Güney Asya şeklindedir.¹³

Turizm sektörü giderek güçlenmeye başlamıştır. Konaklama sektöründe uluslararası zincirlerin artış göstermesi, bunun yanı sıra tur operatörlerinin, havayolu işletmelerinin, seyahat acentelerinin ortaklık kurmaları, turizm sektörünün güçlenmesini sağlamaktadır. Dünya konaklama sektöründeki yaşanan yapısal değişim sonucu, turizm şirketleri finans kaynağı olarak hisse senetleri ile borsada işlem görmeye başlamışlardır.¹⁴

2.1. Alternatif Turizm ve Alternatif Turizm Türlerine Örnekler

Alternatif Turizm kavramı kitle turizminden farklı bir ürün sunumunu ifade eder. Bu ürün yavaş yavaş gelişen bir turizm hareketliliğini, optimum karlılığın göz önünde bulundurulmasını, uzun vadeli programlarla turistik gelişmenin sağlanmasını, değişime karşı direnci, çevre değerlerine saygıyı ve çevreyle bütünleşmeyi ifade etmektedir. Bu temel hususlar etrafında, alternatif turizm kavramından anlaşılan yerine göre değişiklikler göstermektedir.¹⁵

Alternatif turizm ürünlerini geliştirmek aynı zamanda turizm ürünlerinin varlıklarının ve değerlerini koruyarak gelecek nesillere aktarılmasını sağlamak gerekmektedir. Bu anlamda turizm sadece yazın yapılan bir aktivite değil tüm yıla yayılan bir faaliyet bütünü olmaktadır. Bu noktada ise alternatif turizm çeşitlendirmenin önemi ortaya çıkmaktadır.¹⁶

Sosyal ve çevresel uyuma, yerel ve yabancı girişimcilerin işbirliğine ve yerli malzeme kullanılmasına öncelik verme amacını güden turizm çeşidi olarak

¹³ Nazmi KOZAK, Meryem KOZAK, Metin KOZAK, Genel Turizm İlkeleri ve Kavramları, Detay yayıncılık, Ankara, 2001, s.151-152.

¹⁴ TUNÇ ve SAÇ, s.105.

¹⁵ Gazi UÇKUN ve Oğuz TÜRKAY, “Alternatif Turizm Türlerinin Sürdürülebilirliği”, http://cmuo.ankara.edu.tr/~iktisad/TURKONF/web/UCKUN_TURKAY.doc, 01.04.2009.

¹⁶ Murat YEŞİLTAŞ ve İlker ÖZTÜRK, “Bölgesel Kalkınma Çerçevesinde Alternatif Turizm Faaliyetlerine Yönelik Bir Değerlendirme:Sivas Örneği” C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt:9, Sayı:1, 2008, s.9.

bilinen alternatif turizm özellikle deniz turizmine alternatif olarak bir turizm hareketliliğini ve turizm türlerini ifade etmektedir. Alternatif turizm türlerinden önemlileri aşağıda sıralanmıştır.

Av Turizm: Günümüzde avcılık insanları turistik gezilere yönelten faktörlerin başında gelmektedir. Avlanmak ve avcılık zevkini tatmak için uzak memleketlere giden binlerce avcı turist vardır. Asya ve Afrika'da balta girmemiş ormanlar stepler sahralar dünya avcılarını çekmektedir. Avrupa ve Amerika'daki seyahat acenteleri Afrika'nın avcılıkla tanınmış yörelerini özel av partileri düzenlemektedir.¹⁷

Türkiye'de ilk resmi av turizmi devlet tarafından izinli olarak Antalya Düzler çamı ormanlarında 1981 yılında başlatılmıştır. 1984 yılında devlet orman işletmesi avlanma turizmini 110.000 ABD doları elde etmiştir. Bu örnek çalışmalardan sonra Artvin turizm çeşitleri gibi ciddi olarak ele alınmalıdır. Avlanacak olan hayvanlar önceden üretme çiftliklerinde beslenmeli ve daha sonrada avlanmaları için doğaya bırakılmalıdır.¹⁸

Kış ve Dağ Turizmi: Türkiye'de yoğun olarak yaz aylarına toplanmış olan turizm faaliyetlerini yılın diğer aylarına yaymada önemli bir turizm türü de kış ve dağ turizmidir. Dağların temiz ve güzel havasından faydalanmak üzere insanların son yıllarda bu turizm türüne yoğun ilgi gösterdikleri görülmektedir. Türkiye kış ve dağ turizmi bakımından son derece elverişli kaynaklara sahiptir. Bu kaynakların iç ve dış turizme yönelik olarak kullanılması amacıyla on civarında yöre kış ve dağ sporları turizm merkezi ilan edilmiştir. Bunların belli başlıları: Erzurum-Palandöken, Kayseri-Erciyes, Gümüşhane-Zigana, Kastamonu-Ilgaz, Antalya-Saklıkent, Kars-Sarıkayış, Niğde-Aladağlardır.¹⁹

Botanik Turizm: Türkiye'nin sahip olduğu zengin bitki örtüsü dikkate alındığında gelişmeye açık bir özellik göstermektedir. Avrupa'nın tamamında tür sayısı 12.000 civarında iken Türkiye'de bu sayı 9.000 civarındadır. Türkiye endemik(dünyada yalnız her hangi bir bölgede yetişen) türler açısından dikkat çeken ülkelerden birisidir. 9.000 türün yaklaşık 3.000 tanesi endemik tür olup bütün Avrupa ülkelerinin endemik türleri sayısı 2.500 kadardır.²⁰

Kuş Gözlemciliği: Kuşları daha yakından tanımak ve davranışlarını tespit etmek için onların doğada gözlenmesi uygundur. Gözlemler çıplak gözle yapılabilir. Fakat kuşların ürkütmeden kaçırmadan gözleyip inceleyebilmek için belli bir uzaklıktan dürbünle gözlemek daha yararlıdır. Gözlem yerleri olarak

¹⁷ Orhan Mesut SEZGİN, Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı, Detay Yayıncılık, Ankara, 2001, s.131.

¹⁸ AKAT, s.128.

¹⁹ Kadir ÖZTAŞ, Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri, Nobel Yayınları, Ankara, 2002, s.27.

²⁰ Füsün ÜSTEL, Coğrafya, İstanbul, 2002, s.230.

çalıları içi kaya ve ağaçların arkası veya çalı çırpıdan bezden yapılmış bir gözlem kulübesi kullanılabilir.²¹

Su Altı Dalışı: Denizaltına dalmak dalgıç olmak derinlerde dolaşmak mavi dünyanın gizemli güzelliklerini keşfetmek olağanı seyrederek görmek bu spor dalının en güzel mistik bir yönüdür. Denizaltı mavisinde bu yaşam ortamı doğal olarak kendi kendisini tamamlayan bir ruh âlemi gibidir. Bu cennet misali yapılanmanın karşısında insanlar hayret içerisinde kalmaktadır. Ancak bu turizm türü scuba (shelfcontinent underwater breating apparatus) dalıcılığını öğrendikten sonra mavi dünyanın derinliklerini görülebilmekte video ve fotoğraf çekim alanları tespit edilmektedir.²²

Golf Turizmi: Golf turizminin geliştirilebilmesinde ön koşul altyapı ve üst yapı yatırımlarını hızlandırmak olmalıdır. Büyük bir golf tatil merkezi tesis etmek için birbirine yakın mesafedeki çeşitlilik arz eden ve konaklama olanağı olan birçok golf alanı yapmak gerekmektedir. Golf yatırımları çevreye en az zarar veren ve yöre mimarisiyle uyumlu olan yapılardır.²³

Türkiye son yıllarda çok sayıda golf kulübünün açılmasıyla Avrupalı golf sahalarının kalitesi ve prestiji ile hiç bir şeyden geri kalmayan, spor karşılaşma merkezlerini oluşturmak için golf meraklılarına büyük teşebbüslerde bulunmuştur. Özellikle Antalya'nın 30 km doğusunda Belek teki golf sahaları kültürel tarihi ve bölgesel çeşitliliği algılayabilen, fakat birçok teşvik kuruluşunun dışında da, yalnız iyi kurulmuş sahalarından yararlanamayan birçok golf oyuncusunu çekmektedir.²⁴

Türkiye'de golf sporuna yönelik faaliyet gösteren golf kulüpleri golf sporunun gelişmesine önemli katkıda bulunmaktadır. Bu kulüpler; İstanbul Golf Kulübü, National Golf Kulübü, Aitis Golf Hotel, Ankara Golf Kulübü, Kerter Golf Kulübü, Classis Golf Kulübüdür.²⁵

Akarsu Turizmi(Rafting): Ülkemizin sahip olduğu zengin doğal kaynaklarından birisi olan akarsuların önemli bir bölümü kısaca akarsu turizm olarak tanımlanabilir. Rafting, kano ve nehir kayağı için son derece önemlidir. Bu açıklamalardan hareketle Akarsu Turizmi genellikle nehre uygun bir yerinde şişme botlarla girerek hızla akan köpüren suların çağlayanların geçilmesi olarak tanımlanabilir. Zevkli olduğu kadar zor da olan bu spordan şişme iki kişilik kanolarla yapılanlara kanoculuk, 5 veya 9 kişilik botlarla yapılanlara ise rafting denilmektedir. Bu turizm türü tamimiyle doğal şartlarda gerçekleştirildiğinden çevreyle uyumlu betonlaşmaya ve çevre kirliliğine yol açmayan ve ülkemizin doğal güzelliklerini ön plana çıkaran selektif bir tür olma özelliği nedeniyle gelecekte doğa ve macera seferlerinin gözdesi haline gelmesi şüphesizdir.

²¹ Hasan ÇANAKÇIOĞLU, Torun, MOL, Yaban Hayvanları Bilgisi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, 1996, s.20.

²² Hüseyin Şerif SOFULAR, Temel Scuba Dalıcılığı, İnkilap Kitabevi, İstanbul, 2002, s.17.

²³ TUNÇ ve SAÇ, s.27.

²⁴ <http://www.journeyturkay.net/almanca/golf.html>, 01.01. 2006.

²⁵ TUNÇ ve SAÇ, s.28.

Türkiye’de Rafting Turizmine uygun olan başlıca nehirler: Çoruh Nehri, Altıparmak (Barhal) Çayı, Fırtına deresi, Köprüçay, Manavgat Çayı, Anamur Dragon Çayı, Göksu Nehri.²⁶

Yat Turizmi: Dünya Turizminde son yıllarda yat turizmi belli bir gelişme göstermektedir. Yat turizminin hızlı gelişmesinde doğaya olan aşırı sevginin yanında tatil spor ikilisini birlikte yapmakta önemli paya sahiptir. Bu konuda Türkiye’de 1975 yılından itibaren bilinçli bir uygulama başlatılmıştır. Öte yandan Türkiye’nin Ege ve Akdeniz sahilleri yatların tercih ettikleri yerlerdir. Turizm Bakanlığı’nın son yıllarda at turizmini geliştirme çalışmaları olmuştur.²⁷

Marinaların özellikle Antalya Kuşadası rotasında yoğunlaşması ise bu kıyılardaki doğal koyların yoğunluğu ile açıklanabilir. 1983 yılında 92 olan yat yatağı günümüzde belgeli 8.650’ye belgesiz yaklaşık 40.000’e işletme sayısı 114’e ve yat sayısı 1.022’ye yükselmiştir. Yat inşa sanayisindeki gelişmeler günümüz teknolojisine artan refah seviyesi yat sayısının yılda %15 oranında artmasına neden olmuştur. Ancak bu kapasite Avrupa’daki yat turizmi konusunda gelişmiş ülkelerden Fransa Yunanistan İspanya ve İtalya’da toplam 750.000 yat bulunmaktadır. Karşılaştırıldığında Türkiye’de yatçılığın henüz emekleme aşamasında olduğu görülür.²⁸

Sağlık Turizmi: Su vücut faaliyetinin normal şekilde devamı için gerek temizlik gerekse tedavi maksadıyla kullanılan tabiat üzerinde çeşitli şekillerde bulunan gerekli bir maddedir. Bir kaplıca şehrinde hastalara sağlık veren yalnız o şehirlerin şifalı kaynakları değildir. Sulardan başka daha bir takım amiller, faktörler vardır ki şifa yaratma yolunda önemli rolü vardır. Bunlar arasında özellikle kaplıca şehrinin konumu, havası, iklimi, manzarası onların her gün aynı hastalıklardan yüzlercesini gören uzman hekimleri modern fizik tedavi usulleri (elektrik, diatermin, ultraviyole) gibi kaplıcalarda kür gerekli olan hastalıklarda kullanılan faydalı birçok yollarda bulunuşu gösterilebilir.²⁹

Mağaracılık: Ülkemizde henüz pek tanınmayan yeni bir spor ve turizm kolu olan mağaracılık aynı zamanda bir bilim dalıdır. Buna uluslararası adıyla speleoloji denmektedir. Batı ülkelerinde, geçen yüzyılın ikinci yarısından itibaren ortaya çıkmışsa da, 1950’li yıllardan itibaren geniş halk kitlelerine mal olmuştur. Ülkemizde ise, speleolojik araştırmalar ilk kez 1955 yılında, Konya’nın Ermenek ilçesindeki Maraspoli mağarasında bilimsel araştırmayla başlamıştır.³⁰

Türkiye’de turizme açılan ilk mağaralarımızdan Burdur’daki İnsuyu ve Silifke’deki Narlıkuyu-Dilek mağaraları 1965 yılında turizme açılmıştır. Bu dönemde 1950 yılından itibaren Alanyalı Galip Dere’nin büyük çabasıyla

²⁶ TUNÇ ve SAÇ, s.28.

²⁷ AKAT, s.22.

²⁸ KOZAK (2001), s.22.

²⁹ Cemal, TÜZÜN, Su ve Çamur Tedavileri, Doğan Basımevi, Afyon, 1950, s.13.

³⁰ Temuçin AYGÜN, Türkiye’nin Az Bilinen Doğal ve Arkeoloji Değerleri, Tayf Basım, 1998, s.177.

turizme açılmış, yalnızca Alanya'daki Damlataş mağarası vardı. Mağara araştırmaları en az birkaç kişilik bir grupta yapılabilir ve bu araştırmalar özel bir ekipman malzeme ve cihazla gerçekleştirilir.³¹

Turizm sektörü, dünyada ve ülkemizde bozulmamış doğa, özgün kültürel kimlik ve aktif tatil arayışının giderek arttığı yeni bir süreç içerisine girmiştir. Günümüz insanı kent hayatının, kalabalık, çevre sorunlarının önemli boyutlara vardığı, bozulmaya yüz tutmuş ortamından belirli bir süre için uzaklaşarak, bir doğa parçasının dinlendirici, yumuşatıcı atmosferinde yaşamak, doğa ile bütünleşmek ihtiyacındadır. Turizm, bu ihtiyacı karşılayabildiği ölçüde başarıya ulaşabilmektedir. Ülkemiz, sahip olduğu çok değişken ve zengin doğal değerler ile doğa sporlarına yönelik büyük bir potansiyel arz etmektedir. Bu potansiyelin yeterince kullanımı, turizmin hem zaman hem mekân boyutunda daha dengeli dağılımının sağlanabilmesi açısından önem taşımaktadır.³²

Yeşil Turizmi: Turizm Bakanlığı'nın turizmi çeşitlendirmek ve Karadeniz'i dünyaya tanıtmak amacıyla düzenlediği "Yeşil Tur" ile Türkiye'deki üç büyük dine ait kutsal mekânları turizme kazandırmak amacıyla gerçekleştirdiği "İnanç Turizmi" organizasyonları, dış basında geniş yer bulmuştur. Yeşil tur ve inanç turizmi gezilerine katılan dünyanın çeşitli ülkelerinden medya mensupları, Türkiye'den ve özellikle Karadeniz'den övgüyle söz etmişlerdir. Karadeniz'in tarihi ve turistik mekânlarının yanı sıra, kent özellikleri ve kültürel yapısının da geniş yankı bulduğu dış basında, "Türkiye'nin doğal bir müze olduğu" vurgulanmıştır.³³

Karadeniz sahillerinin, "keşfedilmemiş cennet" olarak tanımlandığı yazılarda, Türkiye'nin, tarihi miraslara hangi kültürden olursa olsun saygı gösterdiği, dinsel ve kültürel mirasları kökenine bakmaksızın sahiplendiği ve koruduğu anlatılmıştır. Bunun yanında Türk turizminin giderek çeşitlendiği ve lüks otellerde sunulan geleneksel turizm hizmetlerine ek olarak, Türkiye'de tarihi ve tabii güzelliklerin, hatta turistlerin sportif faaliyetler açısından tercih edeceği birçok olanağın bulunduğundan söz edilmiştir.³⁴

Trekking: Günlük yaşamın sıkıntılarını doğada eritmek isteyenler için özel bir alternatif trekkingdir. Eşofman ve yürüyüş ayakkabıları, dağ-bayır gezmek için yeterli malzeme ile yapılan sporda, şehir hayatının karmaşasından kurtulmak, temiz havada doğal hayatı içinde hissetmek isteyenlerin son zamanlarda başvurdukları keyifli bir alternatifleri sunmaktadır. Özü dağ, bayır, orman demeden; doğal hayatın zorluklarına da göğüs gererek belirli noktalara yürümek (bazen de tırmanmak) olan trekking, Türkiye'de özellikle son 5 yılda büyük gelişim göstermiştir. Bütün haftanın sıkıntısını, stresini sağlıklı bir yürüyüşle doğanın içinde eritmek isteyen işadamları-sanatçı, yaşlı- genç herkes,

³¹ AYGİN, s.177.

³² AYGİN, s.178.

³³ TUDAV, İpek Yolu Dergisi, sayı:11, 1996, s.46.

³⁴ TUDAV, s.46.

hafta sonlarında eşofmanlarını giyip kendini dağlara, tepelere vurmaya başladı. İş temposunun artmasıyla birlikte, bu sporu yapanların sayısı da artmıştır. Sadece İstanbul'da 25 tane Trekking firması açılmıştır.³⁵

3. Alternatif Turizmde Pazar Olgusu, Türk Cumhuriyetlerinde Yeni Pazarlar

Alternatif turizmin giderek artan bir önemi olduğu görülmektedir. Özellikle 80'li yıllardan sonra deniz turizme alternatif olarak başlayan turizm aktiviteleri giderek çoğalmaktadır. Tüm yıla yayılma özelliği ve değişik hedef kitlelere hitap etmesi de alternatif turizm türlerine ilgiyi artırmıştır.

Bu bağlamda Türk Turizm sektörü ve alternatif turizm pazarını incelemekte fayda vardır. Türk turizm pazarı dışa bağımlı bir pazar olmakla birlikte, AB, Rusya gibi ana hedef pazarları bünyesinde bulundurmaktadır.

AB'de Avrupa komisyonunun Topluluğun bir turizm politikası oluşturması üzerine getirdiği çeşitli öneriler "Yeşil kitap" olarak 1995'de yayınlanmış ve aynı yıl içerisinde geniş tabanlı bir değerlendirme süreci başlatılmıştır. AB'nin yeni bir turizm politikası oluşturduğunun ilk işareti ise, Philoxenia adlı turizmi destekleyici programın oluşturulmasıdır. Sözü edilen program hayata geçirildiği takdirde, "AB ülkeleri arasında turizm alanında daha yoğun ve canlı bir işbirliğine gidileceği" açıktır.

AB'nin turizm politikasını belirlemesi, Türkiye'yi yakından ilgilendirmektedir. AB'nin oluşturacağı yeni politikalar kısa vadede Türkiye'yi birçok nedenden dolayı etkileyecektir. Bu nedenlerin başında Türkiye'ye gelen turist yapısının büyük kısmını AB üye ülkelerinden gelmesi ve dünya turizm pazarında Türkiye'nin AB üyesi ülkelerle rekabet etmesidir. AB düzeyinde turistik hizmetlerin kalitesinin artması, turizm faaliyetlerinin çeşitlenmesi, AB içinde turizmi teşvik etmektedir ve Türkiye bundan olumsuz etkilenecektir.³⁶

Avrupa'daki seyahatlerin % 80'ni Avrupa içi seyahatlerdir. AB'de ki büyüme tahminleri; turizm harcamalarının AB entegrasyonu sayesinde daha hızlı bir oranda artacağını göstermektedir. Tek Avrupa Pazarının gelişimiyle, önemli turizm merkezlerinin daha aktif hale gelmesi beklenmekte ve bu durumda da Türk turizm sektörünün olumsuz etkilenmesine sebep olacaktır.³⁷

Türkiye turizmini geliştirmek ve gelecekteki gelişme trendlerine paralel olarak alternatif pazar arayışlarını sürdürerek gelişme stratejileri oluşturabilmelidir. Sözü edilen kapsamda en önemli potansiyel pazar olarak değerlendiril-

³⁵ <http://www.gezinet.net/aktiviteler/trekking/index.asp>, 01.01.2006.

³⁶ Burhan, SİLAHTAROĞLU, "Avrupa Siyasi Birliği Sürecinde Türk Turizmi", 1.Bilkent Turizm Forumu'96, Bilkent Üniversitesi, 29-30 Kasım, Ankara 1996, s.20.

³⁷ Kadir ÖZTAŞ, Mete SEZGİN, "Avrupa Birliği Dönemecinde Türk Turizm Sektörü ve Alternatif Pazar Arayışlarının Önemi", Süleyman Demirel Üniversitesi Eğirdir M.Y.O., I. Ulusal Turizm Sempozyumu Bildirileri, 17-19 Eylül, 1998, s.260-266.

lebilecek Türk Cumhuriyetleri, Uzakdoğu ve Pasifik ötesi ülkeleri değerlendirmek kapsamına almak gereklidir. Türk Cumhuriyetleri bağımsızlıklarını kazanarak girdikleri gelişme trendlerini önümüzdeki yıllarda da artırarak devam ettireceği izlenimi vermektedir. Sözü edilen ülkelerin sahip oldukları zengin yeraltı ve yerüstü zenginliklerini dünya piyasalarına ulaştırdıkça, bireysel zenginlik artacak ve uluslararası turizm piyasası ve özellikle Türkiye için önemli olacaktır.³⁸

AB'nin bütünleşme süreci ile Türk turizmi doğrudan ve dolaylı olarak etkilenmektedir. Bunun için şu değerlendirmeler yapılmalıdır:

- Avrupa pazarı ile mevcut yatay ilişkilerimizi geliştirmek, bunlar için yasal düzenlemeler yapmak
- Turizm bürokrasisinin “Katılımcı bürokrasi” ilkesini uygulamaya geçirerek minimal boyutta tekrar yapılanma ile kamu hizmetlerinde etkinliği, verimliliği, hızı yaratmak
- Verimli, istikrarlı ve rekabet gücü yüksek bir turizm ekonomisi yaratılması amacıyla üretilecek turizm politikasının öncelikli uygulamaya konulması
- Tüm kaynakların sürdürülebilir turizm için akılcı kullanımını sağlamak.³⁹

Bu bağlamda, Türk turizm pazarlamasının orta ve uzun vadede etkileneceği, bunun için AB üye ülkelerinden turist çekmenin yanı sıra, alternatif pazar arama ve bu pazarlara girme politikaları geliştirilmesi gerekmektedir. Hatta zaman zaman tartışılan ve dikkate değer bir öneme sahip olan “İç turizm pazarı” farklı bir bakış açısıyla değerlendirilmelidir.

Sonuç

Büyüyen dev bir sektör olan turizmin hayatımızdaki vazgeçilmeliği ve turistik faaliyetlerin çeşitlerini görmemek imkânsızdır. Turizmin arzı, talebi uluslararası turizm faaliyetleri ve Türkiye'deki alternatif turizm kaynakları son derece önem taşımaktadır.

Kültürlerarası iletişimde son derece önemli bir konuma sahip olan turizm sektörünün dünyada artış hızı hızlanmaktadır. Her ülkenin iç turizm hareketlerine katılan insanların yanı sıra, dış turizm hareketlerine dünya nüfusunun yaklaşık yüzde onunun katıldığı gözlenmektedir. Turizm gelirlerindeki artışlar ülke ekonomileri açısından önem kazanırken, turizm gibi sosyal bir olgunun insanlar arasında hoşgörü ve sevgi ortamı da oluşturması önem taşımaktadır.

³⁸ ÖZTAŞ ve SEZGİN, s.260-266.

³⁹ Yenan ÜNSELİ, “Avrupa’da Bütünleşme Süreci Oluşumları İle Alınan Tedbirlerin Türkiye’nin Uluslararası Turizm Potansiyeli Üzerindeki Etkileri ve Alınması Gerekli Tedbirler”, 1.Bilkent Turizm Forumu’96, Bilkent Üniversitesi, 29-30 Kasım, Ankara, 1996, s.43.

Turistik tüketicinin zihninde gidilecek yöre olarak algılanan ve alternatif turizm türleri ile desteklenmiş yöre ve bölgelerin pazarlanması önem kazanmaktadır. Dünya Turizm Örgütü, “Bölgesel marka imajını ve turizm çeşitliliğini” sürekli vurgulamaktadır. Turizm pazarlaması kapsamında destinasyon markasının oluşturulmasının yanı sıra alternatif turizm türlerini sürdürmek ve yeni pazar olgusunu gündeme getirmek esastır.

Bu bağlamda sadece Türkiye değil, Orta Asya Türk Cumhuriyetleri için bu sözü edilenler bir fırsattır ve bu fırsatın değerlendirilmesinde turistik merkezlerimiz alternatif birer pazardır.

Türk Cumhuriyetleri alternatif turizm türleri envanterlerini çıkartmalı, sürdürülebilirlik sağlamalı, bu yönde yeni yatırımlar yaparak, geleceğe yönelik çok çeşitli alternatifleri turistlere sunmalıdırlar. Türk Cumhuriyetleri AB’nin büyümesi ve kendi içinde turizmi desteklemesi bakımından birbirleri için birer pazardır ve bu pazarı iyi kullanmak gerekmektedir.

KAYNAKÇA

1. AKAT, Ömer, **Turizm İşletmeciliği**, Ekim Kitabevi, Bursa, 2000.
2. AYGEN, Temuçin, **Türkiye’nin Az Bilinen Doğal ve Arkeoloji Değerleri**, Tayf Basım, 1998.
3. ÇANAKÇIOĞLU, Hasan, MOL, Torun, **Yaban Hayvanları Bilgisi**, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, 1996.
4. ERALP, Ziya, **Genel Turizm**, Ankara Üniversitesi Yayınları, Ankara, 1983.
5. <http://www.gezinet.net/aktiviteler/trekking/index.asp>, 01.01.2006.
6. <http://www.iletisim.hacettepe.edu.tr/kultur.shtml>, 01.04.2009.
7. <http://www.journeyturkay.net/almanca/golf.html>, 01.01. 2006.
8. KARTARI, Asker, “Kültürlerarası İletişim ve Bir Araştırma Projesi”. <http://turkoloji.cu.edu.tr/HALKBILIM/33.php>, 01.04.2009.
9. KOZAK, Nazmi, AKOĞLAN, Meryem KOZAK, Metin, **Genel Turizm**, İlkeler, Kavramlar, Anatolia Yay., Ankara, 1996.
10. KOZAK, Nazmi, KOZAK, Meryem, KOZAK, Metin, **Genel Turizm İlkeleri ve Kavramları**, Detay yayıncılık, Ankara, 2001.
11. McINTOSH, Robert, GOELDNER, Charles, **Tourism, Principles, Practices, Philosophies**, Sixth Edition, John Wiley&Sons Inc, Printed In The USA, 1990.
12. OLALI, Hasan, **Turizm Politikası ve Planlaması**, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi Yay., No:228, İstanbul, 1990.
13. ÖZTAŞ, Kadir, SEZGİN, Mete, “Avrupa Birliği Dönemecinde Türk Turizm Sektörü ve Alternatif Pazar Arayışlarının Önemi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Eğirdir M.Y.O., I. Ulusal Turizm Sempozyumu Bildirileri**, 17-19 Eylül, 1998.
14. ÖZTAŞ, Kadir, **Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri**, Nobel Yayınları, Ankara, 2002.
15. SELÇUK, Ayhan, “Kültürlerarası İletişim Açısından Gündelik İletişim Davranışları”, **S.Ü.Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 13/2005, ss.1-17.
16. SEZGİN, Orhan Mesut, **Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2001.
17. SİLAHTAROĞLU, Burhan, “Avrupa Siyasi Birliği Sürecinde Türk Turizmi”, **1.Bilkent Turizm Forumu’96**, Bilkent Üniversitesi, 29-30 Kasım, Ankara 1996.
18. SOFULAR Hüseyin Şerif, **Temel Scuba Dalıcılığı**, İnkılâp Kitabevi, İstanbul, 2002.

19. TANRIBİLİR, Ruşen Özgül ŞEN, Erdal, “Kültürlerarası İletişim ve Öteki Kavramının Günümüz Dünyasında Yeri ve Önemi” **Journal Of İstanbul Kültür University**, 2005/1 00.129-137.
20. TOSKAY Tunca, **Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım**, Der Yay. İstanbul, 1989.
21. TUDAV, **İpek Yolu Dergisi**, Sayı:11, 1996.
22. TUNÇ, Azize, SAÇ, Firuzan, **Genel Turizm Gelişimi**, Detay Yayın Evi, Ankara, 1998.
23. TÜZÜN, Cemal, **Su ve Çamur Tedavileri**, Doğan Basımevi, Afyon, 1950.
24. UÇKUN, Gazi ve TÜRKAY, Oğuz “Alternatif Turizm Türlerinin Sürdürülebilirliği”,http://cmyo.ankara.edu.tr/~iktisad/TURKONF/web/UCKUN_TURKAY.doc, 01.04.2009.
25. ÜNSELİ, Yenan, “Avrupa’da Bütünleşme Süreci Oluşumları İle Alınan Tedbirlerin Türkiye’nin Uluslararası Turizm Potansiyeli Üzerindeki Etkileri ve Alınması Gerekli Tedbirler”, **1.Bilkent Turizm Forumu’96**, Bilkent Üniversitesi, 29-30 Kasım, Ankara, 1996.
26. ÜSTEL, Fusun, **Coğrafya**, İstanbul, 2002.
27. YEŞİLTAS, Murat, ÖZTÜRK, İlker, “Bölgesel Kalkınma Çerçevesinde Alternatif Turizm Faaliyetlerine Yönelik Bir Değerlendirme: Sivas Örneği” **C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt:9, Sayı:1, 2008.

Summary

THE IMPORTANT OF TOURISM IN INTER-CULTURAL COMMUNICATION, ALTERNATIVE TOURISM AND BAZAAR PHENOMENON

Mete SEZGİN

(Selchuk University, Turkey)

Şafak UNUVAR

(Selchuk University, Turkey)

Intercultural communication is a study of area which is included the point of tourism factor and looking over on foreigners behaving and perceiving. It is also related to a person who has a different culture between the interaction and translation of meanings, the importance of tourism sector will be emphasized on this study. Especially except of the sea tourism it is also known alternative tourism that is one of the sorts of tourism is really opportunity both in Turkey and the central of Asian Turkish Republic estimating, our touristic Centrum is an alternative bazaar. In many situations it needs to be rebuilt estimated. One of the most important solving is about to economic problem is tourism sector and alternative sector.

Key words: Intercultural communication, Tourism, Alternative tourism