



MERHABA

Türkiye'nin İkinci Turizm Raporu: 30 MİLYON TURİST

Değerli okurlar;

İnan ki aradan sonra "TOURISM PRESS" elbette sizlerle buluşuyor... ATURJET'le birlikte sizler bundan büyük bir mutluluk duyduğunuzun sizlerle paylaşmak istiyoruz. İnanıyoruz ki bu senet hepimiz için değerli bir başarıdır.

"Turizm her zaman, daha da güzel insan yapar, zenginleştirir, geliştirir" görüşünden hareketle "TOURISM PRESS", yeni hepimiz için değerli bir senet olarak yayınlanıyor. Bu senet, turizm sektörünün, turizm sektörü için değerli bir senet olarak yayınlanıyor. Bu senet, turizm sektörünün, turizm sektörü için değerli bir senet olarak yayınlanıyor.

Türkiye'nin turizm sektöründe yıl boyunca bir başarıyla hareket etmiş, her yıl ve her senet değerli bir başarıyla hareket etmiş, her yıl ve her senet değerli bir başarıyla hareket etmiş.

Değerli okurlarımız R. Turgut Özalpa'nın "Birinci turizm raporu"na göre, Türkiye'nin turizm sektöründe 2010 yılında toplam 30 milyon turist ve 30 milyar dolar gelir elde edilmiştir. Ayrıca, hükümetimizin Türkiye'nin 2010 turizm raporunu yayınladığı senetle birlikte ve her senet değerli bir başarıyla hareket etmiş, her yıl ve her senet değerli bir başarıyla hareket etmiş.

Değerli okurlarımız bu senetle birlikte her yıl ve her senet değerli bir başarıyla hareket etmiş, her yıl ve her senet değerli bir başarıyla hareket etmiş.

Bu başarıya ayrıca katkıda bulunanlar, "Wend turizm raporunda" her yıl ve her senet değerli bir başarıyla hareket etmiş, her yıl ve her senet değerli bir başarıyla hareket etmiş.

Değerli okurlarımız turizm sektöründe her yıl ve her senet değerli bir başarıyla hareket etmiş, her yıl ve her senet değerli bir başarıyla hareket etmiş.

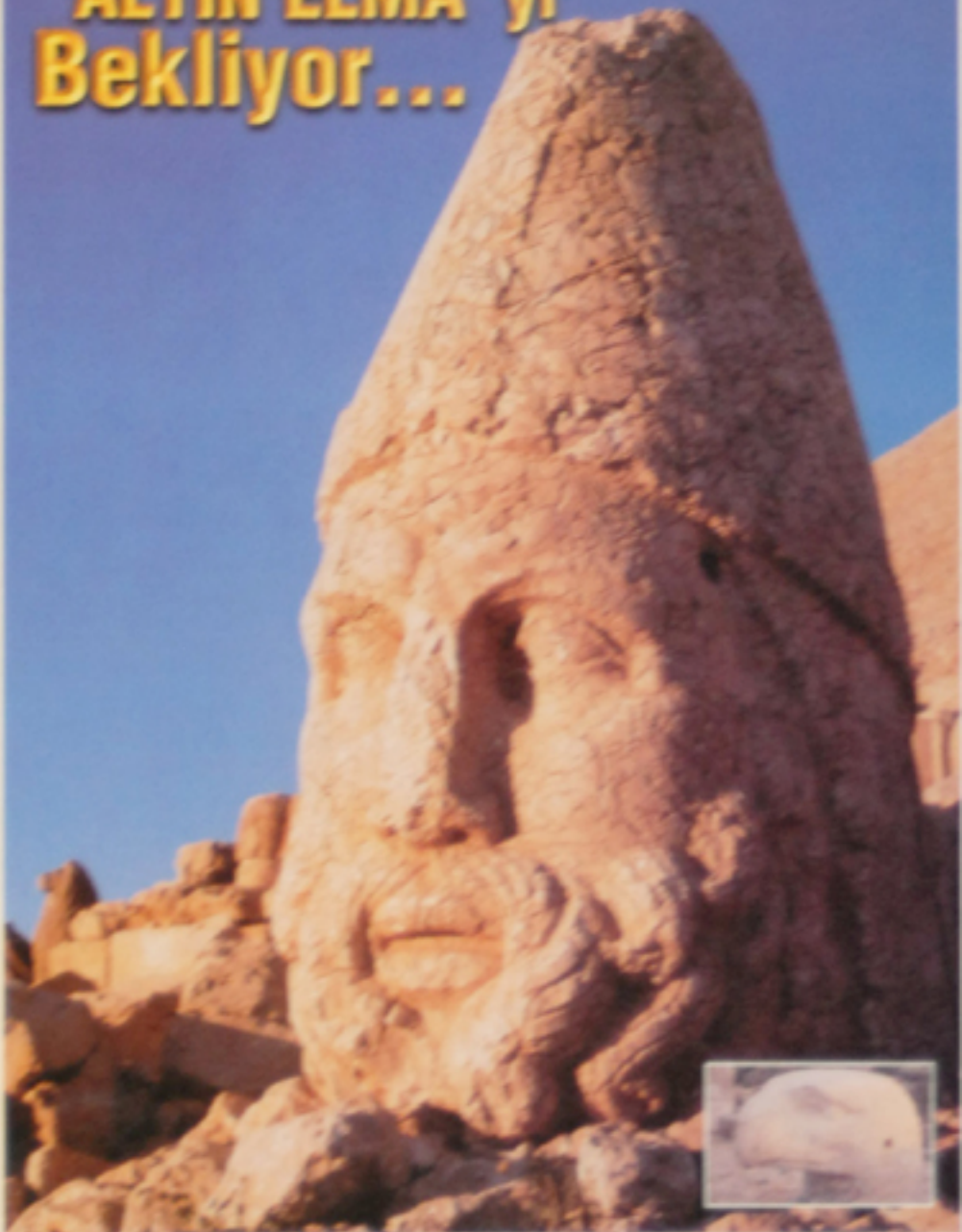
Değerli okurlarımız turizm sektöründe her yıl ve her senet değerli bir başarıyla hareket etmiş, her yıl ve her senet değerli bir başarıyla hareket etmiş.

Yazan: Semra Özdemir

ATURJET Bülteni

10/2011 Sayısı

Nemrut "ALTIN ELMA"yı Bekliyor...



Türkiye'nin turizm sektörlerinden biri olan Nemrut Dağı'na ilgi her geçen gün biraz daha artıyor. Ülkemize gelen turistlerin vazgeçilmez gezi yerlerinden biri olan Nemrut'a yurt dışından gurur verici bir ödül geliyor. Derneğimiz ATURJET'inde bağlı olduğumuz Dünya Turizm Yazarları ve Gazetecileri Federasyonu FUJET, Altın Elma Ödülünü, her yıl turizmin kalitesini arttırdıkları tespit edilen organizasyonlar, ülkeler, bölgeler, kasaba ya da kişilere veriyor. 25 Ağustos-30 Eylül tarihleri arasında yapılması planlanan ödül törenine FUJET Başkanı Tijen Haddad ve Federasyon İcra Kurulu üyelerinin yanı sıra yaklaşık 50 yabancı basın mensubunun katılacağı tahmin ediliyor.

www.aturjet.com



Tarihi ve Kültürel Miras Nasıl Korunmalı?



Son yıllarda ülkemizde tarihi ve kültürel zenginliğe sahip bölgelerimizin, yerel yönetimler ve sivil inisiyatifleri, bu önemli konuların turizme açarak, yerleşim birimlerinin ekonomilerini canlandırma çalışmaları yapmaktadır. Bu konuda, sevindirici girişimlerin küçük bir bölümü başarıyla sürdürülmektedir. Ancak büyük bir bölümü, şimdilik ilgi odakları gibi görünse de, ilerleyen zamanlarda yanlış uygulamalar nedeniyle görsel düşecektir. Modası geçecektir.



Görülmeğe değer tarihi değerler, otantik yapılar, geleneklerimiz, yöresel imalat yöntemleri ve ürünlerini yansıtan araçlar, özgün yaşam ticari kaygılar ve denetimli çalışmaları her gün biraz daha cazibesini kaybetmekte, tanıdığı ve ünlendiği görünümünden hızla uzaklaşmaktadır.



Projele, aceleyle getirilmiş restorasyon çalışmaları, tarihi ve otantik yapıların görünüşünün bozularak, Zamanın izlerini taşıyan, soğuk ve yorgun görünüşleriyle ilgi çeken, mimari yapılar, ahşap ve demir kapılar, pencereler ve kepekleri, kirkubuklar, tavanlar, tavan süslemeleri, merdivenler, cumbalar ve çatı kiremitleri yenileştirme adı altında yerlerinden sökülmeştir. Yerlerine, aslına benzetmeye çalışılarak yapılmış soğuk görünüşlü, yapıyılığın haykaran, ilgi çekmeyen, ayrıntısız zaman aşımı renginden ve çizgilerinden yoksun, çoğu kez imitasyon malzemeden yapılmış yenileri takılmaktadır.



İlgisiz görünüşlü, tarihi öyküsü, anlamlı olan taş ve tuğla duvarlar betonla sıvanmakta, üstüne üstlük, hepsi beyaza boyanarak, çukullar, ahşap konsruk-

styonlar, duvar süslemeleri de kapatılmaktadır. Okunulmuş kapı tokmakları, tasmakları, kilimleri, soğuk demircilik ürünü mameçeler, çiviler, koruma demirleri yerlerini, fabrikasyon imalatlara bırakmaktadır. Ve bu antik değerli aksesuarlar da ait oldukları bölgelerin dışına çıkarılmaktadır. Anıvayı kaldırımlı dar sokaklar, geleneklerin yapıldığı araçlar, ilgi merkezi olan meydanlar ve tarihi referanslar yine ticari kaygılarla değiştirilsekte, önemli sanat yapıları yapılmakta, büyük boyutlu ileri teknoloji ürün tabaka ve reklam panoları otantik görünüşü gölgeleyecek şekilde her yere takılmaktadır. Geleneksel ürünlerin yanında, başka ürünlerin de satışına izin vererek özgünlükten taviz verilmektedir.

Turizm olgusu ve hareketliliği ile ilgi odağı olması, yörelerini ekonomik olarak kalkındırmayı düşünen, planlayan yerel yönetimler ve sivil inisiyatifler, ilk günlerin verdiği heyecan ve gösterilen ilgiye aldandırmayarak, gelişmeleri gözlemlemeli, dünyadaki örnekleri iyi incelemeli ve onlarda girişimlerde, örneklerde bulunmalı, çalışma ve uygulamaları sürekli kontrol etmelidir. Umumiyayın kl. ilgi yoğunluğu, teknolojik gelişmeleri, servisi uygulayarak ve modayı izleyerek değil, geleceğe aktarılacak tarihi miras otantik görünüş koruyarak, geleneksel servisi yapılarak sürdürülebilir. Tarihi dokunun çevresiyle, otantik yapıların zaman izleriyle, renkleriyle, geleneklerin ve geleneksel ürünlerin kendi doğallığıyla izlenebildiği müze kentler sonsuza kadar cazibe merkezi olması ve sahiplerine turizm geliri getirmeyi sürdürürler.

VİTRİNLER-VİTRİNLER...

Çeçenlerde buş bir girişimde, sadece vitrin alışverişini (window shopping) yapmak için Nisantasi ve Beyoğlu'nda şöyle bir dolağayım diye kendime 1-2 saat ayırdım. Niyetin hiçbir şey alınmak, vitrinleri seyretmek, üstümüzdeki günlerin modasını ve yeni ürünleri görmekti. Hakikaten hiçbir şeye ihtiyacım olmadı hatta öznel düzenlenmiş vitrinler insanı alışverişe davet ediyordu. Biz de, onların cazibesine kapılıp eve elimiz kolumuz dolu döndük. Her mağaza ve dükkan satışlarını artırmak için büyük bir vitrin yarışına giriyor. Bir ara vitrinin her alanda ne kadar

önemli bir unsur olduğunu düşündüm. Şöyle ki vitrininiz iyi olursa satış şansınız ve imajınızda o derecede iyi oluyor. Nasıl her mağazanın bir vitrini varsa her şehrin her ülkenin de bir çok vitrini oluyor. Bence İstanbulumuzun 2 ana girişi ve vitrini var. Birincisi Atatürk Havalimanı, hiçbir diyeceğim yok. Her gelen rahatsız, "meden bir ülkeye geldim" dediren, şimdiki kadar ülkemize gelen misafirlere hiçbir şikayet duyduğum bir vitrin... İkincisi ise artık İstanbul'un daha fazla turist girişi olan Sals Pazarı Yolcu Salonu ki buraya yolcu salonu demeye bin şahit ister. İçler acısı, bu

Ertan Sandıkçıoğlu

derede soğuk görünüşlü, tici dilim varıyor ama söylemeden duramayacağım 'pis' bir yolcu salonu. Bunca yaşamın ve seyahatlerin esnasında hiçbir yerde bütülesini göremedim. Oraya her girişimde "inşallah bu gemiden çıkardır otobüsleri biance kadar bir kazaya uğramasınlar veya ruvalone gimesinler" diye dua ederim. Dünyada her ülke turizm geliri için armutluk için büyük gayret gösterirken ve İstanbulumuza gelen gemilerin yolcu kapasiteleri binlerce amirlikten bir bala vitrinimizi düzeltmek için maalesef bir gayretle bahşanmıyoruz.