



TÜRK YE'DE MUHAFAZAKÂR DE ERLER BA LAMINDA TUR ZM VE TAT L ALGISINDAK DE ME

Levent YILMAZ*, Mehmet Emre GÜLER**

ÖZET

Türkiye'de muhafazakâr de erlerdeki de i imle birlikte, muhafazakâr kesimin tatil ihtiyacını kar ılamak için turizm hizmetlerine talep göstermesiyle Türkiye'de "helâl turizm" olgusu ortaya çıkmı tır. Bu çalı mada, Türkiye'de muhafazakâr kesimin de i imi göz önüne alınarak söz konusu bu kesimin turizm ve tatil olgusuna bakı lı incelenmi tir. Bu ise hem Türkiye'deki muhafazakâr de erlerin de i imini açıklamakta hem de muhafazakâr kesim içindeki farklılı mayı ortaya koymaktadır.

Anahtar Sözcükler: Muhafazakâr De erler, Helâl Turizm, nanç Turizmi, Turizm Algısı

CHANGING IN THE PERCEPTION OF TOURISM AND VACATION IN THE CONTEXT OF CONSERVATIVE VALUES

ABSTRACT

Along with the change in conservative values in Turkey, "halal tourism" has emerged in Turkey with the demand of the tourism services to meet the holiday need of the conservative people. In this study, considering the change of the conservative people in Turkey, the way of looking at tourism and vacation of them is examined. This not only explains the change of conservative values in Turkey, but also reveals differentiation within the conservative people.

Keywords: Conservative Values, Halal Tourism, Faith Tourism, Tourism Perception

* Yrd. Doç. Dr, Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, levent.yilmaz@deu.edu.tr

** Doç. Dr, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İletmeciliği Bölümü, memre.guler@ikc.edu.tr

G R

Toplumsal de i menin izlenebilece i alanlardan biri de turizmdir. Turizm faaliyeti geni olarak tanımlandı ında, insanların sürekli konutlarının bulundu u yer dı ında devamlı olarak yerle memek, sadece para kazanmak veya politik ya da askeri bir amaç gütmemek üzere, serbest bir ortam içinde, i , merak, din, sa lık, spor, dinlenme, e lence, kültür, deneyim kazanma, snobik amaçlarla veya aile ziyareti, kongre ve seminerlere katılmak gibi nedenlerle, ki sel veya toplu olarak yaptıkları seyahatlerden, gittikleri yerlerde bir günü a an veya o yerin bir konaklama tesisinde en az bir gece konaklamalarından ortaya çıkan, i ve ili kileri kapsayan, bir tüketim olayı, bütünle tirici bir hizmet ve kültür endüstrisidir (Oral, 2005). Bu tanımdan hareketle, toplumu olu turan kesimlerin birço u, turizmin kapsamına girecek hizmetlerden yararlandı ı söylenebilir. Turizmin tamamını kapsamasa da önemli bir kısmını belirleyen olgu ise tatildir. Tatil, modern ya amın en son biçimlenen fenomenlerinden biridir. Tatil olgusunun yaygınla ması ise refah toplumunun bir sonucu olmu tur. Türkiye’de ise -modern anlamda-tatil uzun yıllar; kentli, gelir seviyesi yüksek, Batılı ki i ve ailelerin ya amında olan bir olgu olarak kalmı tır. Hatta muhafazakâr de erlere sahip kitle tarafından “tatil” olgusu olumsuz bir imgeye sahiptir. Buna ba lı olarak da turizm ve turizm etkinli i, bu kesim tarafından ele tirel bir ekilde yorumlanmı tır. Yerel kültürel de erleri yozla tırıcı ve bozucu yönüyle de erlendirilen turizm, uzun yıllar muhafazakâr kesim tarafından bir iktisadî etkinlik olarak görmezden gelinmi tir. Tatil ise “çalı maya ara verilen” ya da “memlekete gidilen” dönem olarak algılanmı tır.

Plânlı dönemle birlikte (1963’ten itibaren) turizmin ülke ekonomisi içinde yerini alması, muhafazakâr kesim ve onun siyasal temsilcileri tarafından sosyo-kültürel açıdan ele tirilmi tir. Tatil ise israf olarak görülerek sefi h bir i olarak algılanmı tır. 1980’lerde turizm yatırımlarının artması ve ülke ekonomisinin dı ülkelere açılmasıyla birlikte, hem ülkeye gelen turist sayısı hem de ülkedeki turistik tesis sayısı artmı ve turizm öncesine oranla önemli bir gelir kayna ı olmu tur. Bu dönemde çe itli sektörlerdeki giri imleri görülmeye ba layan Anadolu merkezli irili ufaklı yatırımcılar, giderek kapitalist ili kilerle uyumla maya ve piyasa içinde kendilerine yer açmaya ba lamı lardır. 1960’ların

muhafazakâr de erleri olan “az ile yetinme”, “temelde öbür dünya için çalı ma”, “israftan ve gösteri ten uzak durma”, “yeknesak bir hayat tarzı” gibi unsurlar yerini “sermaye biriktirme”, “dünyevî kazanca önem verme”, “pahalı ve gösteri li tüketim”, “gelire göre de i en bir hayat tarzı” gibi de erlere bırakmı tır.

Bu kesimin siyasal temsilcisi olan Millî Görü hareketi, bu de i imi “gelenekçi-yenilikçi” olarak ikiye ayrılarak ya amı tı. Örgütsel olarak ya anan bu ayırım aslında toplumsal ya amda çok önceleri ba lamı tı. Geleneksel de erleri günlük ya amın her alanında korumaya çalı an kesim ile geleneksel de erleri kültürel ya am ile sınırlayan, iktisadî olarak kapitalist ili kilere girmekten çekinmeyen iki grup arasındaki ayırım giderek daha da belirginle meye ba lamı ve Yenilikçi olarak adlandırılan bu kesim için yapılan “Müslüman Calvinistler” benzetmesi de bu grubun modern-liberal yönünü vurgulamak için türetilmi ti.

Bu kesimin di erlerinden farkının görünür oldu u yönlerden biri de turizm ve tatil olgusuna bakı larıdır. Artık Türkiye’de de muhafazakârlar için tatil yapmak bir ihtiyaç kalemi hâline gelmektedir. 1970’lerin turizmi olumsuzlayan bakı açısı yerini, bu gurup için; turizmi bir iktisadî etkinlik, tatili de gündelik bir gereksinim olarak gören anlayı a bırakmı tır. Ancak bu ihtiyacın kar ılanması Batılı kesimden farklılıklar içermektedir. Yalnızca Türkiye’de de il dünyada da slamî turizm veya “helâl turizm” olarak ortaya çıkan tatil anlayı ı bu farklılı ın bir yansımasıdır.

Bu çalı mada incelenecek olan mesele, Türkiye’deki muhafazakâr de erlere sahip kesimin turizm ve tatile bakı ındaki de i imin, onun iktisadî ve toplumsal dönü ümüne ko ut gitti idir. 1970’li yıllardaki kar ıt söylemin en azından belli bir grup için tersine bir evrim geçirdi ini söylemek mümkündür. Bu gerçeklik, hem Türkiye’deki muhafazakâr kesimin tarihsel olarak turizm ve tatil algısındaki de i im hem de slamî turizm olarak adlandırılan turizm faaliyetindeki geli meler i ında açıklanmaya çalı lacaktır.

1. Türkiye’de Muhafazakârlı ın De i imi

Türkiye’nin siyasal ya amında 1970’lerden itibaren örgütlü olarak temsil edilmeye ba layan muhafazakâr de erler, aslında daha önceleri siyasal partiler içinde kendilerine yer bulmu tur. Ancak özellikle Necmettin Erbakan’ın öncülü ünde

geli en “millî görü ” hareketinin partile mesi ile birlikte, siyasal alanda o güne de in Adalet Partisi (AP)¹ne yakın duran bir kısım muhafazakâr seçmen Erbakan’ın kurucusu oldu u partilere oy vermeye ba lamı tır. O güne kadar AP içinde yer alan veya ona oy veren özellikle slâmî de erleri siyasal kimliklerinde öne çıkan ki i ve gruplar, kendilerine Erbakan hareketini daha yakın bulmu tur. Zira AP’nin temsilcisi oldu u sa kesim, birbirleriyle sosyo-ekonomik olarak uyumsuz bir kitledir. slâmî duyarlılı ı yüksek olan, Batılı de erlere mesafeli, yerel özellikleri a ır basan bir grup için, Batılı bir iktisadî yapıyı kurmaya çalı an ve Batılı de erlerle barı k bir yapısı olan AP’nin siyasal kapsayıcılı ı giderek azalmı tır. Ku kusuz, muhafazakâr kesime hitap eden ve onların AP’de toplanan oylarına göz diken bir tek siyasal olu um Erbakan’ınki de ildir. Alparslan Türke ’in liderli indeki Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) de bu kesime hitap etmektedir. Ancak MHP’nin söylemindeki siyasal vurgu, iktisadî vurguya göre çok daha baskındır. Onun için Türkiye’deki slâmî-muhafazakâr kesimin sosyo-ekonomik çözümlemesini Erbakan hareketi üzerinden yapmak daha sa lıklı olacaktır.²

slâmcılar özellikle kültürel açıdan Batı kar ısında yer almakta, her tür Avrupalı de ere tepki duymaktadır. Ancak bu tepki, iktisadî konularda çetrefilli olmaktadır. Solun jargonunu kullanan bazı slâmcı ideologlar, Avrupa’yı emperyalist, sömürücü ve yıkıcı olarak konumlandırmaktadır. Ancak teknik alandaki ilerlemesine öykünmekte, bizzat Erbakan, “a ır sanayi hamlesi” ile Batı tipi kalkınmacı bir model öne sürmektedir (Toprak, 1998). Bu modele 1980 sonrası korporatist unsurlar da katılarak “âdil düzen” söylemi ortaya çıkacaktır (Çakır, 2002). Erbakan, siyasal ideolojisini kültürel ve siyasal anlamda tam bir

¹ AP, muhafazakâr kesimin kitlesel olarak destek verdi i bir siyasal partidir. DP’nin siyasal mirâşçısı olan AP, popülist söyleme sahip lideri Süleyman Demirel aracılı ı ile muhafazakâr kesimin oylarını kendinde toplamayı ba armı tı.

² Sa içinde kendini konumlandıran gerek Necmettin Erbakan’ın liderli ini yaptı ı slâmî akım gerekse Alparslan Türke ’in liderli ni yaptı ı milliyetçi akım AP’nin Batılı kalkınmacılı ı ile tam bir uyu ma içinde de ildir. A ırı sa olarak adlandırılan bu kanatlar içinde, özellikle Erbakan hareketi, Batıya iktisadî açıdan da ele tiri ler getirmektedir. Türke ise korporatizm olarak sınıflandırılabilir mu lâk iktisadî tasarımları ile iktisadî olmaktan ziyade siyasal ve kültürel bir ele tiri yapmaktadır (A o ulları, 1998; Toprak, 1998).

Avrupa kar ıtlı ı üzerine kurmu tur. ktisadî bakımdan Avrupa’yı ele tirse de, bu ele tiri yüzeysel kalmaktadır. Çünkü a ır sanayi çerçevesinde tasarladı ı atılımlar, Batılı bir iktisadî anlayı ın sonucudur. ktisadî alandaki bu ikircikli durum daha çok kültürel alandaki “millî”lik vurgusuyla örtülmektedir. Erbakan’ın söylemindeki bu ikili yapı, hem Anadolu e rafına hem de kırdan kente göç edip varo larda ya ayan halka hitâp etmektedir. Erbakan’ın söylemindeki sa yan, i veren olan küçük imalâtçı ve esnaf kesimin deste ini alır. Ama aynı zamanda emperyalist ülkelerin Türkiye’yi, kapitalistlerin de i çi yi sömürdü ünü; slâmî düzende bunlara izin verilmeyece ini dile getirmektedir. Sol söylem içinde yer alan bu iddiaları dinsel motiflerle kullanıma sokan Erbakan, kendi içinden sisteme getirilen köklü iktisadî ele tirileri ön plâna çıkarmamaktadır.³

Erbakan’ın Millî Nizam Partisi (MNP)’nin parti programının temel özelli inin, toplumsal ya am içinde ve iktisadî faaliyetlerde rol alacak “inançlı insan tipi” yaratmak istemesi ve “ahlâkî nizam”a önem vermesi oldu u söylenebilir (Yavuz, 2004). MNP’nin devamı olan Millî Selâmet Partisi (MSP) de, millî-manevî ve dinsel-ahlâkî temalarla yüklü bir programla seçmen kar ısına çıkmı ; aile, toplum, e itim, kültür, âdalet, ordu ve devlet yönetimi gibi hemen her alanda düzenlemeler yapma iddiasını dile getirmi tir. Millî Görü hareketi, kendini siyaset sahnesinde temel iki slogan üzerinden temellendirmi tir: “Önce ahlâk ve manevîyat” ile muhafazakâr bir perspektif belirleyen MSP, “A ır sanayi hamlesi” sloganıyla da kalkınmacı bir görü ü benimsemi tir (Erbakan, 1970). Ancak bu kalkınma anlayı ı ile Batılı (kapitalist, maddeci) kalkınma anlayı ı arasına mesafe koyarak, Erbakan ve yanda ları “manevî kalkınma”dan da ısrarla bahsetmi lerdir. Manevî kalkınma aslında Batının teknolojisini alıp kültürünü almama iddiasının 1970’lerdeki versiyonlarından bir tanesidir. Alt yapısal unsurlar açısından mu lâk olan Batılı de erlerle ili ki, üst

³ Sistemi radikal biçimde ele tiren ve Batı tekni ini de ele tiri ye tâbi tutan ender ki ilerden olan Nurettin Topçu, gerekli görüldü ünde atf yapılan ki idir. Marksist e ilimli tahliller yapan smet Özel ve Topçu gibi ki iler, slâmî hareket içinde hiçbir zaman aslî yer edinememi tir. Söylemsel düzeyde yararlanılmı ancak politik pratikte yok sayılımlardır (Yılmaz, 2009).

yapısal unsurlar açısından mutlak bir karıtlık içindedir.

12 Eylül darbesinin ardından bir süre siyaset sahnesinin dışında kalan millî görüş hareketi, Refah Partisi (RP)'nin kuruluşu ile eski söylemlerini yeniden Türk siyasal yaşamına sokmuştur. 1995 Genel Seçimlerinden birinci çıkan RP, bu dönemde öne çıkardığı “âdil düzen” programı ile Millî Görüşün temel çizgisini devam ettirmiştir. 1980 öncesi muhafazakâr kesim için büyük önem taşıyan “ulusal kalkınmacılık”ın giderek mevzi kaybettiği, onun yerine küresel iktisadî ilikileri olumlayan bir damarın hızla güç kazandığı söylenebilir. Bu durum, sa içinde temel bir kırılmayı tetiklemiştir. Bunun en belirgin yansıması, daha önce Millî Görüş çizgisinde siyaset yapan aktörlerin bir kısmının, Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) olarak ayrılmasıdır. Millî Görüşün, kültürel Batı karıtlığı ve ulusal kalkınmacı söylemi yerine; Batılı devletlerle siyasal, iktisadî ve hattâ kültürel birliktelik vurgusu öne çıkmaktadır. iktisadî boyutta Batı artık “partner” olarak konumlanırken, Millî Görüşçüler için eski olumsuzluğu korumaktadır. Liberal değerleri öne çıkaran bu yeni akım için, birçok eski değer (gösteri sevmek, yerellik, Orta Doğu merkezilik) yerini Batılı değerlere bırakmakta (faiz, banka, moda, dünya nimetlerinden yararlanma) ve merkezin değerleri ile uyumla ma söz konusu olmaktadır. Böylelikle daha önce “ahlâkı bozan” bir faaliyet olan turizm, artık desteklenen bir iktisadî etkinliğe dönüşmektedir.

2. Muhafazakâr Bir Turizm Etkinliği Olarak “Helâl Turizm”

Geli mekte olan ülkeler arasında bulunan Türkiye’de döviz girdisinin sağlanması için ihracatın artırılmasının yanı sıra “bacasız sanayi” olarak da adlandırılan turizm sektörünün geli tirilmesi de gerekmektedir. Ancak çok yönlü bir sektör olan turizmde amaç sadece ekonomik olarak yabancılardan elde edilecek fayda değil aynı zamanda iç turizmden elde edilecek fayda olarak da görülmelidir. İç turizm, Türkiye turizmi içerisinde önem derecesi çok yüksek olan bir alan olmamakla birlikte Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007), hazırladığı 2023 Turizm Stratejisinde iç turizmin hareketlenmesi ve geli mesi için alternatifler üretilmesi gerektiği üzerinde durmaktadır. Böylelikle turizm

faaliyetleriyle ekonomik olarak sadece yurtdışından döviz elde etmenin yanında, yurt içinde iktisadî yönden canlanma sağlamı olacaktır.

2.1. inanç Turizmi

İç turizmde hareketliliği sağlamak ve rekabet edebilecek yeni alanlar yaratmak için potansiyel turizm alternatifleri bulmak gerekmektedir. inanç turizmi, varlık noktaları için büyük önemi olan alternatif turizm türlerinden biridir (Kömürcü ve Sarıba, 2016). Büyük çoğunluğu Müslüman olan Türkiye nüfusu için potansiyel iç turizm ürünlerinden biri “inanç turizmi”dir. Öretisi ve zorunlulukları yanında, insanın düünce yapısında olumlu turdu ve umutlar ve dinlerin kendine özgü vaatleri ile din etmeni, tarih boyunca geniş çapta kitlesel hareketler yaratmış ve bu tarihsel süreç içerisinde turizm devinimi olarak nitelendirilebilecek en somut görünümü de vermiştir (Usal ve Oral, 2001).

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011) tarafından inanç turizminin tanımı “insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışında, dini inançlarını gerçekleştirmek, inanç çekim merkezlerini görmek amacıyla yaptıkları turistik amaçlı gezilerin turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi” olarak ifade edilmektedir. Wright (2007)’den aktaran Güzel (2010), inanç turizmini, içerik olarak inanç merkezlerine yapılan seyahat (kutsal topraklar), dinî niyet seyahati (konferanslar ve toplantılar), arkadaşlarla bir arada yapılan inanç amaçlı seyahatler olarak üç gruba ayırmıştır. Anadolu’nun eskilerden beri tarihi göz önüne alındığında Türkiye’nin inanç turizmi için oldukça geniş bir potansiyel barındırdığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

2.2. Helâl Turizm

İslamî açıdan değerlendirildiğinde bir bakıma iç turizm alternatifi ise “Helâl Turizm”dir. Muhafazakâr kesimin dinlenme, gezme ve sosyalle me gibi turizm taleplerini karşılamak için ortaya çıkan helâl turizm, önemli bir turizm alanı olma yolundadır. inanç turizminden farkı, seyahate konu olan yerin din ile herhangi bir bağlantısı olmasına gerek olmaması ve fakat yapılan faaliyetlerin dinî kabul edilen hükümler içerisinde gerçekleştirilmesidir. Zira inanç turizminde; Müslümanların slâm’ın artlarından sayılan hac vazifelerini yerine getirmek için ya da ziyaret

(Umre) için Mekke ve Medine'ye yaptıkları seyahatlerde; çeşitli saiklerle kutsal mekânlara yapılan seyahatlerde ya da sohbet, konferans, sempozyum gibi toplantılar için yapılan seyahatlerde zaten slâm dininin getirdiği emir ve yasaklara seyahatin doğası gereği uyulmaktadır. Helâl turizmde, artık günümüzde herkes için bir ihtiyaç haline gelen dinlenme amaçlı seyahatlerde de slâmî sayılan konaklama tesislerinin yapılandırılması salınlamaktadır. Diğer bir deyişle, inanç turizmi dinsel sebeplere dayanırken helâl turizm kişisel sebeplere dayanmaktadır.

slâmî edebiyatta “helâl”, dinen yapılması veya yenip içilmesi yasaklanmayan, serbest bırakılan şey demektir.⁴ Seyahat ise slâmî kaynaklarda genel olarak çalınma hayatının bir parçası olarak görülmektedir. Seyahat etmek daha çok ticarî ve öğrenme amaçlıdır. Günümüzde ise kavramın içeriği farklılaşmış ve bu yaklaşım, içine dinlenme ve eğlence amaçlı seyahat etmeyi de içeren genişlemiştir (Doğan, 2011).

Bu açıklamalardan hareketle, *helâl turizm*, bireylerin buldukları yerden başka bir yere, iktisadî, toplumsal, kültürel, dinsel, eğitsel ya da bireysel amaçlarla gerçekleştirdikleri; slâmî kurallara uygun bir şekilde en az 24 saat ya da gidilen yerde bulunan bir konaklama tesisinde bir gece konaklama yaparak gerçekleştirdikleri turistik faaliyetlerinin bütünü olarak tanımlanabilir.

Son dönemlerde destinasyonlar kültürel farklılıklar ve ortak değerleri anlama ve yönetme stratejilerini benimsemeye başlamışlardır (Kömürcü vd., 2016). Helâl turizm olgusunun ortaya çıkmasının nedeni, dünya nüfusunun yaklaşık olarak % 25'ini oluşturan Müslümanların talep ettikleri turizm hizmetini alırken slâmî saydıkları değerlere uygunluğuna da gözetmek istemeleridir. Aresteh ve Eilami (2011), giderek artan tatil talebiyle birlikte, Müslüman kadın ve erkekler arasında bir eğitsizlik

olduunun gözlemlendiğini belirtmektedir. Bu cinsiyet farklılığı bağlamında ulaşım ve konaklama tesisleri de müşterilerine uygun düzenlemeler yapma yoluna gitmişlerdir.

Helâl turizmin yeni bir turizm ürünü olarak ortaya çıkmasıyla birlikte, dinamik ve her geçen gün kendini yenileyen turizm endüstrisinde “helâl” kavramı içerisinde ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu durum, yeni ürün ve hizmet geliştirme olarak değil, mevcut ürün ve hizmetin geliştirilmesi olarak görülebilir. Bundan kasıt, bu turizm ürününü tercih eden kişilere sunulan tur paketlerinin, yiyecek ve içeceklerin ve tatil yerlerinin slâmî inançlar ve ihtiyaçlar çerçevesinde sunmaktır. Buna örnek olarak, helâl yemek ve içeceklerin salınlaması, bazı havaalanlarında namaz vakitlerinin anaons edilmesi, 5 yıldızlı konaklama tesisleri dâhil olmak üzere odalarda kıblenin belirlenmiş olması, kadınlara ve erkeklere ayrı şekilde tasarlanmış plajlar, havuzlar ve spa merkezleri ile konaklama tesisleri içerisinde kadın ve erkek müşterilere hemcins otel personelinin hizmet etmesi, cami ve mescit gibi imkanların sunulması, verilebilir (Zailani, 2011).

2.3. Türkiye’de Helâl Turizm ve Gelişimi

Dünyada helâl turizm alanında turist çeken başlıca dört ülke Fas, Malezya, Mısır ve Türkiye’dir (Scout ve Jafari, 2010). Özellikle Malezya’da “Helâl Endüstri Gelişimi” adı altında devlet tarafından yürütülen süreçle birlikte turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmelerle birlikte bu işletmelerin tedarikçileri de “Helâl Sertifikası” almaktadırlar (Noordin vd., 2009). Bu da ülke için helâl turizm pazarında uluslararası düzeyde bir rekabet avantajı sağlamaktadır.

Türkiye’de helâl turizm son yıllarda talebi artan bir turizm alternatifi haline gelmiştir. 1980 öncesinden günümüze değin en siyasal atmosferle birlikte turizm faaliyetleri ve gelişimi incelendiğinde, Türkiye’nin hemen hemen bütün turizm ürünlerinde rekabet edebilir düzeyde olduğu görülebilir (Duman, 2011).

Helâl turizm alternatifini çevreleyen turizm faaliyetlerinin ortaya çıkması ve gelişimi Doğan (2011)’a göre Türkiye’de geçtiğimiz on yılda muhafazakâr kesimin siyasal ve iktisadî olarak gelişmesi ve güçlenmesi ile ivme kazanmıştır. Bu durum ise Türkiye’deki muhafazakâr kesimin

⁴ slâmiyete göre, Allah ve peygamberinin bir şeyin helâl olduğuunu belirtmesi veya haramlaşmasında günah olmadığını bildirmesi, o fiilin helâl olduğuunu gösterdiği gibi; o fiil veya şeyin yasaklanmasına dair bir delil bulunmaması da helâl olduğuunu gösterir. Zira eğer yada aslanan helâl olduğuudur. Buna göre bir şey, dinin açık bir hükmüne, yasağına ve ilkesine aykırı olmadıkça helâldir, me'rûdur. Helâl kavramının, me'rû, câiz, mubah tabirleri ile yakın ilişkisi vardır. Çoğulu zaman da e anlamı olarak kullanılmaktadır (T.C. Babakanlık Diyanet İşleri Baakanlığı, 2012).

oylarını alan siyasal partinin iktidar olmasının sonucunda kazanılan siyasal ve iktisadî gücün bu kesimi yönlendirmesi ve etkilemesi ile olmu tur. Bu da tarih olarak 2002 yılından günümüze do ru uzanan bir süreci i aret etmektedir. Do an (2011), Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP)'nin 2002 yılından ba layarak hâlen 2017tek ba ina iktidar partisi oldu u bu süreç içerisinde, helâl turizm çerçevesinde hizmet veren i letme sayılarında - kaplıca-termal otelleri ile son dönemde açılan ehir otelleri hariç- artı oldu unu ve 2002'ye kadar 5 adet olan konaklama i letmesine 2002 yılından sonra 39 konaklama i letmesi daha eklenerek günümüzde bu sayının 44'e ula tı nı belirtmektedir. Duman (2011) ise Türkiye'de deniz ve termal turizmi için konaklama tesislerinin sayısını yakla ık olarak 2.600 adet ve yatak sayısının 600.000 adet oldu unu; helâl turizm kapsamında ise 64 adet konaklama tesisine ait toplam 33.781 yatak kapasitesi bulundu unu belirtmi tir.

Helâl turizmi tamamlayan bir di er unsur olan seyahat i letmeleriyle konaklama i letmeleri arasındaki i birli i bu turizm ürününün daha etkili olmasını sa layacaktır. Böylelikle Türkiye için yaz turizmi kapsamında de erlendirilebilecek olan ve temelinde slamî de erlerin bulundu u yeni bir turizm ürünü, potansiyel iç ve dı mü teriler için hazır hale gelmi olacaktır.

3. Muhafazakâr Kesimin Turizm ve Tatile Bakı ndaki De i im

1970 yıllarda siyasal söylemi giderek etki ve popülerlik kazanan Millî Görü hareketi, bilindi i üzere 1973 Genel Seçimleri sonrasında Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) ile bir koalisyon hükûmeti kurmu tur. Aslında bu dönem Türkiye'de özellikle zmir ve Antalya'da ilk büyük turistik tesislerin yapımının tamamlandı ı ve sürdü ü bir zamandır. Bu dönemde ya anan bir olay, muhafazakâr kesimin -özellikle klâsik Millî Görü çizgisi- hem iktisadî ya ama bakı ndaki ikili tutumu hem de turizmi nasıl algıladı nı açıklamakta anahtar niteliktedir. Yukarıda bahsedilen koalisyon hükûmetinin iki bakanı, yabancı sermayeli turizm yatırımları konusunda anla mazlı a dü mü ve bu olay günlerce basına yansıdı tır. Her ne kadar ortaya çıkan bunalım dönemin ba bakanı Bülent Ecevit'in müdahalesiyle so ur gibi olsa da, ya anan bu olay ve buna verilen

tepkiler, çalı mamızın temel savını desteklemektedir. Dönemin Ticaret Bakanı MSP'li Fehim Adak, Turizm ve Tanıtım Bakanlı ı tarafından hazırlanan yabancı sermayenin turizm yatırımını kolayla tıracak ek kredi taleplerini imzalamayarak bir krize neden olmu tur. Adak, imzalamama gerekçesi olarak resmî düzeyde yaptı ı açıklamalarında, teknoloji gerektirmeyen turizm yatırımları için yabancı sermayeyi gereksiz buldu unu belirtmektedir. Buna kar ın CHP'li Turizm ve Tanıtım Bakanı Orhan Birgit, özellikle i letme ve pazarlama alanında yabancı yatırımcılara ihtiyaç bulundu unu açıklamaktadır (Milliyet, 15.04.1974). Resmî olmayan düzeydeki açıklamalarında ise MSP'li bakanın çekincesinin sadece iktisadî olarak yabancı sermayeye mesafeli durmasından kaynaklamadı ı görülmektedir. Zira daha önceki çe itli açıklamalarında ve Abdi pekçi'nin konuya ili kin yazdı ı makalesinde aktardı na göre Adak, turizm etkinli ini "ahlâkı bozucu" bir faaliyet olarak görmektedir (pekçi, 1974).⁵ Buna benzer açıklamalar ve çıkı lar 1973 yılından beri basına çe itli ekillerde yansımaktadır.⁶ Erbakan 1973 yılında kendisiye yapılan bir mülâkatta, sorulan "israf olarak gördü ü harcamaların ne oldu u" sorusuna, bazı turizm yatırımlarını örnek vermi tir (Milliyet, 06.08.1973).⁷ Erbakan'ın ulusal kalkınmacılık ile

⁵ Abdi pekçi "MSP, Turizm ve Beliren Ku kular" adlı makalesinde, yukarıdaki olaya atıfla Ticaret Bakanının kararnameyi imzalamamasına ili kin "Turizm döviz getiriyor ama ahlâk da götürüyor. Ben ahlâkı para ile satmam" dedi ini vurgulamaktadır (Milliyet, 21.03.1974). Yine aynı günlerde Vakıflar Genel Müdürlü ünün kendisine ba lı oldu u MSP'li Devlet Bakanı Süleyman Arif Emre, Vakıflara ait binaların otel, e lence yeri, içkili lokanta ya da kafeterya olarak kullanılmasını yasaklayan bir genelge yayımladı tır (Milliyet, 22.03.1974).

⁶ Burada unu eklemekte fayda vardır ki MSP'den önce muhafazakâr oyların gitti i parti olan AP'nin temsilcilerinin bakı açısının MSP'den daha farklı oldu u söylenebilir. Örne in, AP Senatörü Mustafa Develi, Bakan Fehim Adak'ın "turizm ahlâkı götürür" eklindeki de erlendirmelerini ele tirek "Turist hiçbir zaman ahlâk götürmez, medeniyet getirir" eklinde bir konu ma yapdı tır (Milliyet, 14.04.1974).

⁷ "Meselâ, Ürgüp'de muslu undan arap akan otel yapıldı. Halbuki Ürgüplünün aya nda ayakkabı yok. Biz önce Ürgüplünün ayakkabısını temin edecek fabrikalara öncelik verilmesini dü ünüyoruz (...) Antalya'da turistik bir yol var. Belki 600-700 milyon lira [1973 Bütçesi 67 Milyar TL'dir (BÜMKO, 13.02.2012).] harcanmı tur. Alanya istikametine giden yol. Aynı Antalya'da köylünün her sene 100 milyon lira ziraâ mahsulünün ta ndı ı bir vadi var. Yol diyemeyece im ona (...) burada gün geçmiyor ki kamyon devrilmesin. Biz

manevî de erleri birle tiren ideolojisine güzel bir örnek te kil eden yukarıdaki örnek, onun 1970’li yıllardaki söylemini özetlemektedir. 1980 sonrası liberalizm kar ıtlı ı zayıflasa da benzer söylem genel hatları ile devam etmi tir.

Kurucuları Millî Görü hareketi içinde yer almı Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti)’nin programında turizm ba lı ı altındaki ifadeler, hem içerik hem de üslûp olarak Millî Görü çizgisinden hayli uzaktır. Türkiye’nin turizm potansiyelinin tamamını turizmin hizmetine sunmak için bilinçli çalı ma yapılması gerekti ini dü ünen AK Parti, Türkiye’de turizm gelirlerinin artırılması ve turistik bölgelerin çe itlendirilmesini dünyadaki iktisadî, toplumsal, kültürel geli melerin yakından izlenmesine ve turizm potansiyelimizin etkin bir biçimde tanıtımıyla mümkün olaca ını vurgulamaktadır (AK Parti Programı).⁸ Ba ta Recep Tayyip Erdo an olmak üzere, birçok AK Partili yetkilinin konu maları incelendi inde turizme önemli bir iktisadî etkinlik olarak baktıkları görülebilir. Bunun en belirgin iddialı örne i ise 2011 Genel Seçim çalı maları için açıklanan “2023 Hedefleri”dir. Buna göre bugün için (2011) yıllık 28,5 milyon olan turist sayısı 50 milyona, 22 milyar dolar olan turizm gelirini de 50 milyar dolara çıkarılması plânlanmaktadır (AK Parti Hedefler). Artık turist ve turizm geliri istenemeyen bir ö e de il, tam tersine te vik

MSP olarak önce iktisadî kalkınmaya ait bu yolu yapaca ız (...). Bugün turizm yatırımlarından elde etmi oldu umuz gelir, yol ve fabrikalarımıza harcandı ında [kar ılatıldı ında olacak], iki gelir kar ıla tırılrsa turizmden elde edilen gelir çok cüzdür.” (Milliyet, 06.08.1973).

⁸ Bu programa göre yapılması gerekenler Türkiye’deki merkez partilerinden pek farklı de ildir. Buna göre;

- Turizm sektörünün kurumsal ve yasal altyapısı iyile tirilecektir.

- Turizmde ürün çe itlili ini artıran, öncelikleri saptayan, yerel inisiyatıfın katkısını sa layan, ülkemizdeki turizm envanterini çıkartan ve de erlendiren, yerel tanıtım için projeler geli tiren “Turizm Master Planı” mesleki örgütlerle i birli i yapılarak hazırlanacaktır.

- Turizmin, mevsimlik ve co rafi da ılımını iyile tirmek ve dı pazarlarda de i en tüketici tercihleri dikkate alınarak potansiyel alanlar olu turmak amacıyla kı , da , yayla, nehir, termal, sa lık, inanç, yat, kongre, fuar ve üçüncü ya turizmini geli tirecek politikalar üretilecektir.

- Kongre ve fuar turizminin yaygınla ması için fuarcılık irketlerine ve seyahat acentelerine gereken destek verilecektir.

- Kültürel ve tarihi miras yönünden zengin bir potansiyele sahip olan de i ik bölgelerimizde özelliklerine göre iç ve dı turizmin geli tirilmesi desteklenecektir (AK Parti Programı).

edilmesi gereken bir alandır. Bu zihniyet dönü ümü muhafazakâr kesimin tatil olgusuna bakı ında da gözlemlenmektedir. 2000’li yıllarda sayıları hızla artan muhafazakâr kesime hitap eden turistik tesislerin (restoran, kafeterya, otel) hem kalite hem de çe itlilik bakımından farklıla tıkları da bir gerçektir. Bir ba ka çalı manın konusu olmakla beraber, bu geli menin muhafazakâr kesim içindeki bir ayrı maya tekabül etti i söylenebilir. Millî Görü içindeki parçalanma sonrası ortaya çıkan AK Parti, yukarıda -bu adlandırma sorunlu da olsa- “Müslüman Calvinistler” benzetmesindeki vurguya tekabül etmektedir.⁹ Batılı bir ya am tarzı örne i olan tatil ve dinlence artık muhafazakâr kesim için de ihtiyaç hâline gelmi tir. Bununla kalmamı , muhafazakâr kesimin tatil talebi farklıla mı tir. Daha önce ele tiri unsuru olan 5 yıldızlı oteller artık varlıklı muhafazakâr kesimin talep listesine girmi tir. Bunun en iyi örne i (Caprice Gold Otel, 2012). Bu örne in yanı sıra, mevcut otellerde de helâl otel konseptine dönü ya anmaktadır. Bunun sebebi iç turizmde bu yöndeki taleplerdeki artı ve uluslararası siyasi ve ekonomik krizler nedeniyle dı talepteki i im olarak belirtilebilir.

SONUÇ

Türkiye’de turizm hizmetlerini talep eden kesimler yakın geçmi e kadar kentli, Batılı kültürel de erlere sahip, belli bir iktisadî gücü olan bir görünüm sergilemekteydi. Muhafazakâr kesim ve bunların temsilcileri turizm etkinliklerine ve tatil olgusuna ele tirel durmu ve bunları kültürel açıdan olumsuz olarak algılamı tir. Muhafazakâr kesimin ticaret ve sanayi alanında faaliyet gösteren üyeleri, halefleri gibi modern ya am tarzına uzak durmamı tir. Aksine, Batılı kurumları belli noktalarda kendilerine göre yeniden düzenleyerek, bu kurumlarla olan ili kilerini tesis etmi lerdir. Bu yeniden düzenlemenin izlenebilece i kurumlardan biri de turizmdir. Turizme bakı açısı aynı zamanda muhafazakâr kesimdeki farklıla manın izlenebilece i bir turnusol kâ ıdı olarak algılanabilir. Yukarıda temel bazı özellikleri zikredilen bu grup, muhafazakâr de erleri yeniden

⁹ Bu ifade, ilk kez European Stability Initiative (ESI) adlı çok uluslu dü ünçe kurulu unun 2005 yılında yayımladı ı “ slami Calvinistler. Orta Anadolu’da De i im ve Muhafazakarlık” adlı Kayseri ehri üzerinden AK Parti’yi çözümleyen raporda geçmi ve bir süre kamuoyunda tartı ılmı tir (ESI, 13.02.2012).

üretirken aynı zamanda eski muhafazakârların benimsemedi i -hattâ açıktan tavır aldı ı- turizm gibi olguları da kendi ya amlarına uyarlamaktadır.

Bu yeniden düzenlemenin turizm açısından görünür oldu u alan “helâl turizm” uygulamalarıdır. Dünyada ve Türkiye’de hızla artan bir talebi olan helâl turizm, slâmî muhafazakâr kesimin tatil ihtiyacına bakı ndaki de i imin küresel bir olay oldu unu da göstermektedir. Kısaca, turizm ve tatil olgusuna bakı , Türkiye örne inde muhafazakâr kesimdeki farklıla manın ve de erler sistemindeki de i imin göstergelerinden biri olabilir. Ancak helâl turizm faaliyetlerinin sosyolojik çözümlemesi için hâlen yeterli çalı ma bulunmamaktadır. Mevcut çalı malar helâl turizmi betimleyici niteliktedir. Bundan sonraki süreçte, helâl turizme ait saha çalı maları ile uygulama örnekleri ara tırmacılar için bir alan olarak de erlendirilebilir.

Kaynakça

A ao ulları, M. A. (1998). A ırı Milliyetçi Sa . çinde I. C. Schick I. C. ve Tonak E. (Derleyenler), *Geçi Sürecinde Türkiye*, (ss.), stanbul: Belge Yayınları.

AK Parti Hedefler, <http://www.akparti.org.tr/site/hedef/387/turizmi-gelistirmek-icin-altiyapi>, Eri m Tarihi: 13.02.2012.

AK Parti Programı, <http://www.akparti.org.tr/site/akparti/parti-programi#bolum3>, Eri m Tarihi: 13.02.2012.

Arasteh M., Eilami R.M. (2011), The Role of Religion and Islam in the Tourism Industry of Iran, (March 1, 2011). Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1773827>, Eri m Tarihi: 12.11.2012

Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlü ü (BÜMKO), <http://www.bumko.gov.tr/TR/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFFA79D6F5E6C1B43FF6CB60B44B4D43F98>, Eri m Tarihi: 14.02.2012.

Caprice Gold Otel, <http://www.caprice.com.tr/>, Eri m Tarihi: 14.02.2012

Do an M. (2011), Türkiye’de slami Turizmin Geli imi: 2002 – 2009. çinde iriner ., Morady F., Mika J., Aydın, M., Koç, . A., Kapucu, H. &

Do an, E. (Editörler.), *Political Economy, Crises and Development*, (ss. 471-487), stanbul: IJOPEC Publication.

Duman T (2011), Value of Islamic Tourism Offering: Perspectives from the Turkish Experience, *World Islamic Forum (WITF 2011)*, Organized by Global Islamic Tourism Organization (GITO) and International Institute of Advanced Islamic Studies (IAIS), Seri Pacific Hotel, Kuala Lumpur, Malaysia.

European Stability Initiative (ESI), <http://www.esiweb.org/index.php?lang=tr&id=156&documentID=70>, Eri m Tarihi: 13.02.2012.

Erbakan, N. (1970). slam ve lim. zmir: stiklal Matbaası.

Güzel Ö.F. (2010), Turistik Ürün Çe itlendirmesi Kapsamında Yeni Bir Dinamik: nanç Turizmi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: 2, s.87 – 100.

pekçi, A. (21.03.1974), MSP, Turizm ve Beliren Ku kular, Milliyet Gazetesi.

Kömürçü, S., Sarıba , Ö. ve Güler, M.E. (2016), Kültürel Farklılıkların Ziyaretçi Algılarına Etkisi: Van-Akdamar Örne i, *Yüzüncü Yıl Üniversitesi ktisadi ve dari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 157-169.

Kömürçü, S. ve Sarıba , Ö. (2016), The Feelings of the Visitors Participating In Religious Tourism: The Case Of Virgin Mary House In Izmir, *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 6(1-2), s.31-42.

Nooridn N., Noor N.L.M., Hashim M., Samicho Z. (2009), Value Chain of Halal Certification System: A Case of the Malaysia Halal Industry, *European and Mediterranean Conference on Information Systems*, July 13 – 14. Crown Plaza Hotel, zmir, s. 1 – 14.

Oral S. (2005), *Otel letmecili i ve Verimlilik Analizleri*, Detay Yayıncılık, 5.Baskı, Ankara.

Scott N, Jafari J. (2010), Introduction: Islam and Tourism. çinde Scott N, Jafari J. (Editörler), *Tourism in the Muslim World* (ss. 1 – 16). Bingley, UK: Emerald Group Publishing.

T.C. Ba bakanlık Diyanet leri Ba kanlı ı (2012), *Helâl*, <http://www.diyamet.gov.tr/turkish/>

[dy/DiniBilgilerDetay.aspx?ID=1884](http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-19410/inanc-turizmi.aspx?ID=1884),
Tarihi: 11.01.2012

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007), *Türkiye Turizm Stratejisi: (2023) ve Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı (2007-2013)*, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Yayın no: 3085, Ankara.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011), *nanç Turizmi*, <http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-19410/inanc-turizmi.html>, Eklenme Tarihi: 25.07.2005, Güncellenme Tarihi: 10.10.2011, Erişim Tarihi: 11.01.2012.

Toprak, B. (1998). Dinci Sa . içinde I. C. Schick I. C. ve Tonak E. (Derleyenler). *Geçi Sürecinde Türkiye*, (ss.), İstanbul: Belge Yayınları.

Usal A., Oral S. (2001), *Turizm Pazarlaması*, Kanyılmaz Matbaası, Birinci Basım, zmir.

Yavuz, H. (2004). Millî Görü Hareketi. içinde Aktay, Y. (Derleyen). *Modern Türkiye’de Siyasî Dü ünçe Cilt: 6*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Yılmaz, L. (2009). Türk Siyasal Ya amında Avrupa’nın Konumlanması Açısından Kritik Bir E lik: 1960-1980 Dönemi. (Yayımlanmamı Doktora Tezi). zmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Atatürk İnkeleri ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü.

Zailani S., Omar A., Kopong S. (2011), An Exploratory Study on the Factors Influencing the Non-Compliance to Halal among Hoteliers in Malaysia, *International Business Management*, 5(1), s. 1 – 12.