

CEP ÜNİVERSİTESİ

Turizm - Seyahat Sosyolojisi

ROBERT LANQUAR

İletişim Yayınları • PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE

CEP ÜNİVERSİTESİ

Turizm ve Seyahat Sosyolojisi

Sociologie du tourisme et des voyages

ROBERT LANQUAR

Çeviren

GÜLSER ÖZTUNALI KAYIR

İletişim Yayınları • *PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE*

İletişim Yayınları•PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE

CEP ÜNİVERSİTESİ

İletişim Yayıncılık A.Ş. Adına Sahibi: Murat Belge
Genel Yayın Yönetmeni: Fahri Aral
Yayın Yönetmeni: Erkan Kayılı
Yayın Danışmanı: Ahmet İnsel

Yayın Kurulu:
Fahri Aral, Murat Belge, Tanıl Bora, Murat Gültekingil,
Ahmet İnsel, Erkan Kayılı, Ümit Kıvanç,
Tuğrul Paşaoğlu, Mete Tunçay.

Görsel Tasarım: Ümit Kıvanç
Dizgi: Maraton Dizgievi
Sayfa Düzeni: Hüsnü Abbas
Baskı: Şefik Matbaası (iç) / Ayhan Matbaası (kapak)
Dağıtım: Hür Basın Dağıtım A.Ş.

İletişim Yayıncılık A.Ş. - Cep Üniversitesi 49 - ISBN 975-470-153-9

1. Basım - İletişim Yayınları, Eylül 1991.
Nisan 1985 tarihli 1. baskısından çevrilmiştir.

© Que sais-je?, Presses Universitaires de France, 1985
108, Boulevard Saint-Germain, 75006, Paris-France
© İletişim Yayıncılık A.Ş., 1991
Klodfarer Cad. İletişim Han. No:7 34400
Cağaloğlu-İSTANBUL, Tel: 516 22 60 - 61 - 62

YAZARIN DİĞER ESERLERİ

Le tourisme international, Paris, PUF, 1981.
Le tourisme social, Paris, PUF, 1981.
Agences et associations de voyages, Paris, PUF, 1979.
Congrès, séminaries, voyages de stimulation, Paris, 1980.
Aménagement touristique, Paris, PUF, 1981.
Le marketing touristique, Paris, PUF, 1981.
L'économie du tourisme, Paris, PUF, 1983.
La gestion des ressources humaines dans l'entreprise touristique, CET, Université d'Aix-en-Provence, 1973.
The WTO organizational development: a case study, Ph.D. dissertation, Texas A&M University, Haziran 1983.

Önsöz

Günümüzde bilgi bir yandan en önemli değer haline gelirken diğer yandan da artan bir hızla gelişiyor, çeşitleniyor. Ama katlanarak büyüyen bilgi üretiminden yararlanmak, özellikle gündelik yaşam kaygılarının baskısı altında, zorlaşıyor. Her şeye rağmen bilgiye ulaşma çabasını sürdürenler için de imkânlar pek fazla değil.

Ayrıca, özellikle Türkiye gibi ülkelerde bir konuda kendini geliştirmek ya da sırf merakını gidermek için herhangi bir konuyu öğrenmek isteyenlerin şansı çok az. Üniversitelerimiz, toplumumuzun yetişkin bölümüne katkıda bulunmak için gerekli imkânlardan yoksun.

Cep Üniversitesi kitapları işte bu olumsuz ortamda, evlerinde kendilerini yetiştirmek, otobüste, vapurda, trende harcanan zamandan kendileri için yararlanmak isteyenlere sunulmak üzere hazırlandı.

20. yüzyıl Fransız kültür hayatının en önemli ürünlerinden olan, bugün yaklaşık 3000 kitaplık dev bir dizi oluşturan "Que sais-je" (Ne Biliyorum?) dizisini İletişim Yayınları Türkçe'ye kazandırıyor. İletişim'in Cep Üniversitesi, bu büyük diziden seçilmiş,

Türkiyeli okurlar için özellikle ilgi çekici olabilecek eserlerin yanısıra, Avrupa'nın başka yayınevlerinin benzer bir çerçevede yayımladığı kitapları da içeriyor.

Ayrıca, Türkiye'nin siyaset, kültür, ekonomi hayatıyla ilgili konularda özel olarak bu dizi için yazılmış telif eserler "üniversite"nin "öğrenim programını" tamamlayacak.

Cep Üniversitesi'nin her kitabı alanının öndegelen bir uzmanı tarafından yazıldı. Kitaplar, hem konuya ilk kez eğilen kişilere hem de bilgisini derinleştirmek isteyenlere seslenebilecek bir kapsam ve derinlikte. Bilginin yeterli ve anlaşılır olması, temel kıstas. Cep Üniversitesi kitaplarını lise ve üniversite öğrencileri yardımcı ders kitabı olarak kullanabilecek; öğretmenler, öğretim üyeleri ve araştırmacılar bu kitaplardan kaynak olarak yararlanabilecek; gazeteciler yoğun iş temposu içinde çabuk bilgilenme ihtiyaçlarını Cep Üniversitesi'nden karşılayabilecek; çalıştığı meslek dalında bilgisini geliştirmek isteyen, evinde, kendi programlayabileceği bir meslekî eğitim imkânına kavuşacak; ayrıca, herhangi bir nedenle herhangi bir konuyu merak eden herkes, kolay okunur, kolay taşınır, ucuz bir kaynağı Cep Üniversitesi'nden temin edebilecek.

Cep Üniversitesi kitapları sık aralıklarla yayımlandıkça, benzersiz bir genel kültür kitaplığı oluşturacak. İnsan Hakları'ndan Genetik'e, Kanser'den Ortak Pazar'a, Alkolizm'den Kapitalizm'e, İstatistik'den Cinsellik'e kadar uzanan geniş bir bilgi alanında hem zahmetsiz hem verimli bir gezinti için ideal "mekân", Cep Üniversitesi.

İletişim Yayınları

İçindekiler

GİRİŞ 7

I. BÖLÜM

Tatiller, Turizm Dönemi 13
Çalışma, Hafta Tatilleri ve Ücretli İzinler 13
Serbest Zamanın Tanınması 18

II. BÖLÜM

Turizm ve Seyahatin Değeri ve Güdülenmeler 26
Gereksinimler, İstekler, Turistik Dürtüler 26
Turizm Değerleri 37
Sonuçlar 57

III. BÖLÜM

Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri 61
Turizmin Bölgeler Üzerindeki Etkisi ve
Turist Gönderen Topluluklar 64
Karşılama Yörelerinde Turizmin Etkileri 70
Tümüyle Olumlu Bakış Açıları 88

IV. BÖLÜM

Turizm Sosyolojisinin Yöntemleri 99
Genel Kavramlar 99
Anket Yoluyla Kamuoyu Yoklaması 107
Turistik İmaj Yöntemi 113
Turistik Projelerin Değerlendirilmesi 116

BİBLİYOGRAFYA 123

GİRİŞ

Turizm ve seyahatin sosyolojik açıdan ilk analiz çalışmaları, sosyolojinin kendi içinde başarısız olduğu tarihlere dayanan, dinlence sosyolojisinden daha yeni bir olgudur.

İnsanoğlu binlerce yıldan beri seyahat etmektedir, ancak turizm kavramı 19. yüzyılda töre ve değer değişimlerine maruz kalan İngiltere'de ortaya atılmıştır. Sosyal bir olgu olarak incelenmesi ancak kitle turizminin ortaya çıkmasından, gelişmiş ülkelerin çalışanlarının çoğunluğunun, hafta sonu ve ücretli yıllık tatillerini kullanmaya başlamasından sonraya rastlamaktadır.

İnsanoğlunun belleğini kurcaladığımızda, meraktan dolayı seyahat edenler arasında ilkçağların bize göstereceği belki de yalnızca Heredot ve Pausanias olacaktır. Xenophon'un *Anabase* adlı eseri, Atina yakınlarında mülk yönetimini ele geçirmek zorunda olan bir milis komutanının uzun geri çekilmesini anlatan rota günlüğünden ibarettir. Gaston Paris'ye[1] göre, eğitim ve zevk seyahatleri Ortaçağ sonunda Makyavel, Brunetto Latini, Petrarque, Fortunat ile İtalyan Rönesans dönemine rastlamaktadır.

G. Paris; İtalya'da olduğu gibi keyif seyahatlerinin ancak 16. yüzyıldan sonra mümkün olduğunu kabul eden İtalyan tarihçi ve hümanist Pastor'u göstermektedir. 16. yüzyılın sonundan 18. yüzyıla kadar yayımlanmış en geniş eserlerden olan seya-

(1) Geçen yüzyılın Fransız bilgini.

hatnameler bu dönemde ortaya çıkmıştır. Ayrıca, seyahat konusunda düşünceler başlamıştır: Montaigne'in ya da Sir Francis Bacon'un *Of Travel* (1626) adlı, üzerinde çok çalışılmış ve seyahatin gençlerin eğitimi ve yaşlıların deneyimlerinin bir bölümü olması gerektiğini savunan eserleri.[2]

Fransa'da ve İtalya'da yolculuların, daha sonra Avrupalılar'ın ve Kuzey Amerikalılar'ın turizm kavramına kazandırdıkları genişlik, ilk önceleri yalnızca ekonomik bağlamda incelenmiştir. Bununla birlikte, özellikle Almanya'da uzantıları sosyolojik olan bir *insan hareketleri bilimi* hızla yayıldı. Turizm sosyolojisi konusundaki ilk özgün çalışmaların tarihi 1935'dir: Robert Glücksmann turizmi, kişilerin transit geçişi olarak bir sefer ya da iş yolculuğu gibi değil de, daha çok kişiler arası ilişkiler ve insancıl iletişime bağlı, toplumsal bir olgu olarak tanımlıyordu.

Daha önce Leopold Von Wiese, Georg Simmel'in çalışmalarından yola çıkarak, vatandaş olmayan yalnızca politika dışında değil, politikacılık dışında da tutulan yabancı yolcudan bağımsız bir analiz geliştirmiş ve giderek çoğunlukla ekonomik ve kültürel nedenlerden kaynaklanan bir inceleme yapmıştır.

Kısacası, uzun süre yolcu, bazen sevgisizce ka-

(2) Baedecker ve Murray'lara karşın seyahat ilişkileri ve rehberini 19. yüzyıl sonlarına kadar en fazla yazanlar Fransızlar'dır. 19. yüzyılda İspanya'ya düzenlenen seyahatlerle ilgili 599 eserin yazarları başta Fransızlar (1/3), İngilizler (1/4), Almanlar (1/5), Kuzey Amerikalılar'dır (1/6). Bu araştırmanın yazarı F. Hérau'nun vurguladığı gibi (*19. Yüzyılda Güney İspanya'da Andaluzya'nın Turizmde, Seyahat Literatüründe Keşfi ve Andaluzya'da Bölgesel Gelişme.* Paris, Madrid Casa de Velazguez Yayınları, 1979) yüzyıl süresince bu oranların değiştiğini belirtmek gerekir. Yarım yüzyıldan diğerine geçerken, İngilizler'in temelde, çoğunlukta olan payı düşmüş, Fransızlar'ınki aynı kalmış, diğer uluslarınkiler yükselmiştir.

bul edilen bir anketördü. 19. yüzyıl sonlarından itibaren yolcu, anket yapılan kişi haline geldi. Bundan sonra da (1980) Dünya Turizmi konulu Manilla Bildirgesi yazarlarının da kabul ettiği gibi, turizmin her şeyden önce bir sosyal olgu olduğu üzerinde sıklıkla duruldu: Seçkin bir zevkin sınırlı düzeyinden, ekonomik ve sosyal yaşamın genel düzeyine geçmeyi ve işçilerin seyahat etmesini sağlayan ücretli izin hakkının verilmesinden bu yana, elde ettiği çok yönlülük temeline dayanarak, turistik olayın incelenmesi "uygun ve gereklidir" düşüncesi ortaya çıktı. (A Bildirgesi, 2. madde)

Tarihsel olarak deney, seyahat ve turizm sosyolojisi ile ilgili proje, ilk önce, boş zaman ve dinlence sosyolojisi ve seyahat tarihçesinden doğrudan gelen sorunlarla ilgilidir ve onlara çözüm bulacaktır. Daha sonraları, turistik ürün ve hizmetlerin pazarlanmasına (ticari olarak piyasaya sürülmüş ve pazarın ihtiyacı incelemeleri) ve turistik bölge ve alanların düzenlenmesi gibi sonuçlara götürmesi gereken ampirik ve matematiksel bir araştırmaya konu olacak şekilde tanımlanacaktır.

Demek ki turizm sosyolojisi üzerine okunacak birçok şey vardır. Bu kitaplar incelemeyi daha karmaşık yapmaktadır. Arthur Haulot'nun[3] vurguladığı gibi turizm "günümüzün sosyal yaşam şekillerinden biridir". Böylece, teori ve kavramların basit açıklamasının ötesinde, turizm sosyolojisinin birçok konuyu doğrulamakta olduğunu göstermek sözkonusudur: Huzur ve yaşam çerçevesi, kültür, iletişim, toplumsal gruplar, gelişim, çeşitli toplumların karşılaşması, bireyler psikolojisi, kamuoyu yoklamaları, etki ya da pazar araştırmaları, çalışma sü-

(3) Arthur Haulot Uluslararası Sosyal Turizm Bürosu genel sekreteridir, yıllarca Belçika turizminin başında bulunmuştur. Dünya Turizm Teşkilatı ve UIOOT'nin kurucularındandır.

resinin düzenlenmesi... Buna ek olarak, turizmin kural dışı olma özelliği onu incelenen toplumlara göre taklidi etki ve biçimlerine duyarlı kılmaktadır.

Sonuçta, çok az sayıda girişim ve bir sürü araştırma, rapor ve proje olmasına karşın, turizm ve seyahat sosyolojisi, oluşmayı beklemektedir. Bugüne kadar, turizmle ilgili sosyolojik saptamaları ve işleyiş özelliklerini gün ışığına çıkarmak için yapılan girişimler, değeri kanıtlanması gereken özellikle ampirik ve gittikçe daha çok seyahat turu satmaları için kamusal, özel ve şirket turizm operatörlerini denetlemek için ticari kaygılardan vazgeçmeyen bir süreçten kaynaklanmaktadır.

M.F. Lanfant'ın turizm kaynakça çerçevesinde ve özellikle de uluslararası turizm konulu eleştirisinde söz ettiği bir bölümüdür. Bu kaynakça kapsamı -pazar sorunu- turizmin sosyolojik incelemesinin karşısına dikilen teorik yetersizliğinden başka bir engel, sosyolojiye özel bir işlev kazandırmaktadır... Baskın yaklaşım, turizme boş zamanın özel şekilde kullanılması olarak yaklaşan ve turistik etkinliği dinlence etkinliği olarak inceleyen, yani bireysel seçimler mantığına uyan bir etkinlik olarak kabul eden dinlence sosyolojisi yaklaşımıdır. Şöyle ki, dinlence sosyolojisi, dinlenceyi sanayi toplumlarının gelişimine bağlama kaygısına karşın, turistik sanayinin serbest zaman tüketimi üzerine olan büyük etkisini küçümseme ve seyahat sırasında bu zamanın kullanımından ileri gelen anlam değişimlerini görmezlikten gelme eğilimindedir.

Demek ki, turizm sosyolojisi bir bütünleşme ve farklılaşma süreci arasında oluşmaktadır. Öncelikle seyahat ve turizm çalışmasında yararlanılan bir dizi insan bilimi disiplinlerinden (tarih, etnografya, hukuk, ekonomi) farklılaşmaktadır. Bunun dışında turistik aktörlerin davranışları, bu olgunun geliştı-

ği toplumlara etkileri üzerine genel kurallar getirmeye mümkün olduğu kadar olanak sağlayan hem *eşzamanlı* (senkronik) hem de *eşdilli* (diakronik) bir sisteme bu disiplinlerin katkılarını ekleme yollarını aramaktadır. Bu arada teorik durum hızla gelişmektedir. Turizm sosyolojisi ile 1) zaman bütçesinin bilimsel olmayan incelemeleriyle desteklenen serbest zaman sosyolojisi 2) verilerini, tutum ve görüş konusunda kamuoyu yoklamaları temelinden alan dinlence sosyolojisi 3) çalışma süresinin düzenlenmesine bağlı olan çalışma sosyolojisi; arasındaki sınır çizgileri daha belirgindir.

Özetle, turizm sosyolojisi görece daha yeni bir disiplin bağlamında yer alır ve Alain Touraine'in deyimiyle bu sosyolojinin "oluşmasında sorunlar vardır çünkü, meta-sosyal konusunda geçmişin söylevlerini yapay bir olumlulukla, yadsımamak ve yüklenmek zorundadır". A. Comte, ilkel bir şekilde düşündüğü sosyal psikoloji deyiminden vazgeçerek ona kendi adını verdi. Bundan başka Durkheim (Fransa), Vilfredo Pareto (İtalya) sosyolojinin bir başka kurucusu olmuşlardır: Pareto aynı zamanda ekonomisttir. Pareto ekonomiyi mantıksal ve akılcı olaylar bilimlerini; mantıkdışı olaylar bilimi olan sosyolojiyle karşı karşıya getirmektedir.

Bir de sosyolojinin çeşitli dillerine dikkat etmek gerekir. Örneğin, toplumsal biçimler sosyolojisinin babası G. Simmel gerçek bireylerin etkileşiminden doğan sosyal formları incelemektedir. Weber için hedef, özellikle kıyaslamalı tarihten doğan düzenlilikleri araştırmaktır. Werner Sombart için bu, bir kültür bilimidir. Frédéric Leplay ve özellikle dinlence sosyolojisi konusunda önemli rol oynamış olan ilk Amerikalı sosyologlar için hem kötü tanınan hem de önemli kabul edilen bazı toplumsal grupların ve toplumsal olguların oldukça kesin bir

tanımını yapmak sözkonusudur.

Bugün hâlâ, sosyoloji çok zor tanımlanır. Çeşitli kurumsal kanıt, ampirik sosyolojinin yani anket sosyolojisinin, makro-sosyolojik olmaktan çok mikro-sosyolojik olduğunu ve makro-sosyolojinin buna göre spekülatif bir yönelme izlemesi gerektiğini anlatmaktadır. Bununla birlikte Raymond Boudon'un vurguladığı gibi "sosyolojide kelimenin tam anlamına uygun teori örnekleri bulmak çok ender rastlanan bir olaydır. Sosyologlar için bir teori genellikle ya basit bir sınıflama, ya bir kavram istemi ya da iki olgu arasındaki ilişkinin varlığını bildiren bir öneri, veya felsefik anlamda bir sistem, yani doktrindir. Orada ister tanımlayıcı, ister geniş sosyolojik oluşum alanlarının spekülatif davranışı olsun, yönelmenin etkileri çok iyi görülmektedir.

Turizm ve seyahat sosyolojisinin gerçeği bir tanım içinde belirtilemez, daha çok eleştirel yolla ve sosyoloji kavramları ile seyahat ve turizmin toplumsal gerçeği arasında doğrudan bir analizi yapılarak, ortaya çıkarılır. Bu bağlamda, turizm, toplumsal analizin karmaşıklığı dışında "sanki sosyal yapıların örtüşmesiyle gelişiyormuş gibi, sosyolojik ağırlıkların dışında" düşünülmeyecektir. (M.F. Lanfant).

Son olarak bu girişte, turizmin sorumlularının gücünü ve alınacak kararlarla ilişkisi açısından sosyoloğun durumunun belirsizliğini vurgulamak gerekir. Çünkü, gerçekten de, sosyolog gittikçe daha çok başvurulan kişi olmasıyla birlikte, bazen sorduğu sorular başka yöne çekilmekte ya da ters yüz edilmiş olmakta veya turizmin toplumlarda yarattığı sorunların göz ardı edilmesi gibi bir durumla da karşılaşılmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM
TATİLLER, TURİZM DÖNEMİ

I. Çalışma, Hafta Tatilleri ve Ücretli İzinler

1. Ücretli İzin Kazanma - İnsanlık tarihi kadar eski olan seyahat, serbest zaman ve dinlence kavramlarına yalnızca turistik olay sözkonusu olduğunda sıkı sıkıya bağlanmıştır. Eski Roma ve Yunanistan'da, dinlence, çalışmaya ihtiyacı olmayan, zengin, serbest, hatta; siyasal, moral ve medeni gereklilikleri aşmış konumda olan bir insanın durumunu ifade etmekteydi.

"Serbest zaman zorunlu idi, çünkü dinlence konusunda hiç sıkıntı yoktu ve dinlence, zamanla değil, memurun durumuyla ölçülürdü... Çalışmak medeniyet dışı bir davranıştı ve doymak bilmeyen bir egoizmin kanıtıydı, ikinci sınıf vatandaşın politikaya bulaşmamasının korkunçluğu böyle olabilirdi. Dinlence, serbest zaman, bütün bunlar yalnızca, boş olan veya olmayanı tanımlayan ve sunan bir politik düşünceyle ve bu düşünce için varolmuş ve varolmaktaydı. Dinlenmeyenler yalnızca az gelirli ailelerden gelen ve siyasal saygınlık ünvanı elde etmeyi umanlardı."

Arkaik ve toprağa bağlı toplumlarda veya Ortaçağ'ın tarihsel dönemlerinde, kişinin yaşadığı dünyaya katılımını sağlayan törenlerle, çalışma ve dinlence iç içe geçirilmişti. Sonuç olarak bu iki etkinlik değişik olmalarına karşın, toplulukların ve kişilerin yaşamlarında aynı türden anlamlara gelmekteydi: Tören, çalışmayı ve oyunu kapsamakta, mev-

simlerin ve günlerin doğal ritmine uymaktaydı. Törenler çoğunlukla büyük bir enerji ve besin tüketimi olanağı sağlamaktaydı. Bunun tersi de olabiliyordu, aksi takdirde günlük yaşamı yadsımak gerekirdi.

1980'de yapılan turizm konulu dünya konferansında da yüzlerce kez vurgulandığı gibi, 20. yüzyılın ortalarına dek turizm, bir misli alım gücü ve zamanı olan; yani önemli eğlencelere katılan, yüksek sosyal statü göstergeleri ve simgelerine sahip olan seçkin bir tabakaya ayrılmıştı. Aynı zamanda turizm, geçen yüzyılın sonlarının büyük otelleri, kaplıca ve deniz banyosu merkezlerinin olağanüstü lüksüyle, bu seçkin tabakaya ayrılmış gösterişli tüketim alanları haline dönüşmekteydi.[4]

Bunlar ücretli izinlerin sosyal ölçütü sayesinde gerçekleşen kitle turizmini yaratan zorunlu kentleşmenin doğurduğu ihtiyaçlar ve taklit etme olaylarıdır. Kamu sektörü[5] görevlileri ve memurlarına verilen ücretli izin geleneği 20. yüzyılın başlarında, gelişmiş ülkelerde bazı işverenler, Hıristiyanlar, ilericiler ve diktatörler tarafından sürdürülmüştür. Çalışanlara ücretli izin hakkını veren ilk metinler, bazı Avrupa ülkelerinin yazılı hukuk ve mevzuatında I. Dünya Savaşı'ndan sonra yer almıştır. Çalışanların dinlenceleri ile ilgili ilk uluslararası toplantı 1920'li yıllarda, uluslararası çalışma bürosunda yapıldı. 15 yıl kadar sonra, ücretli izin sorunu Uluslararası Çalışma Örgütü ve Milletler Toplulu-

(4) Bu açıdan, kıyaslama dinlence üzerine ilk teorik eser 1899'da Thorstein Veblen, tarafından yayınlanmıştır, *The Teory of the Leisure Class: An Economic Study of Instutions,* New York, Minerva Press. Ekonomist Veblen için, dinlence ancak, zenginlik ve sahipliğin gösterişçi ifadesi olarak açıklanabilen, zamanın verimsiz tüketimidir.

(5) Örneğin, Almanya'da 1873 yılının Saray Kararnamesi bu hakkı bütün devlet memurlarına vermektedir.

ğu'nun gündemine yazılmıştı. 1936'da bir düzine kadar Avrupa ülkesi, ücretli izin hakkı konusunda mevzuata sahipti. Uluslararası Çalışma Bürosu eksperleri ve Uluslararası Çalışma Örgütü sekreterliği aynı yıl ücretli izin konusunda bu ülkelerin sosyal uygulamalarını düzenleyen bir uluslararası anlaşma hazırlarlar. Bu düzenleme, ücretli izin üzerine Uluslararası Çalışma Örgütü'nün 52 no.lu uluslararası anlaşmasını onaylayan 60 kadar devlet ve ülkede sosyal uygulamaların yayılması yolunu açtı. Bu anlaşmanın öngördüğü asgari 6 günlük ücretli izin o yıllar için son derece ilerici bir düşünceydi. Bu sosyal yenilik, turizmin seçkinci niteliğinin hızla değişmesine olanak sağlamaktaydı.[6]

"Aynı yıl 20 Haziran 1920'de, Fransa'da Temsilciler Odası ücretli izin yasasını, spor ve eğlence düzenlemeleri ile görevli Kamu Sağlığı müsteşarı Léo Lagrange'ın çabaları sayesinde, bire karşı 563 oyla kabul etti. Bégnino Cacérès'in vurguladığı gibi "ülkenin seçimle başa gelmiş bu yetkilileri, çalışanların durumlarını tümüyle değiştiren oylarının tarihsel kapsamının bilincindeler miydi? Bundan böyle, çalışanın yaşamı; varoluşunun başında bir okul dönemi ve onu takip eden zorlu bir çalışma yaşamı olarak 2 döneme ayrılmış bir yaşam değildi artık. Bundan böyle, çalışanların dinlenme hakkı vardı. Bu, şu anlama gelmekteydi: Yasa koyucu insana ilk kez başka açıdan bakmakta, ona dinlenme hakkı ve 12 gün süreyle parasal sıkıntı çekmeksizin istediğini yapma hakkı tanımaktaydı."

(6) Ücretli izin konusunda bu ilk Uluslararası Antlaşma, 1970'de gözden geçirilmiştir. 132 No.lu yeni antlaşma Uluslararası Turizm Teşkilatı'nın Uluslararası Çalışma Konferansı sırasında, 24 Haziran 1970 tarihinde 62 çekimser, 62 red ve 213 kabul oyuyla onaylanmıştır. En azından üç haftalık ücretli izini öngörüyor. Uluslararası başka bir antlaşmaya tabi olan denizciler dışında, bütün sosyo-profesyonel kategorileri kapsamaktadır.

Dönemin gazeteleri ve halka yönelik yazınları zaten ücretli izinlerin ve yaz tatillerinin birçok ülkede örf ve gelenekler arasına nasıl girdiğini gösteriyordu. Demiryollarının indirimli biletleri sayesinde birçok ücretli ve ailesi seyahat edebiliyorlardı. Bu sosyal yenilik sayesinde ücretliler turizmin nasıl bir şey olabileceğini düşünmek zorunda kaldılar. Herkes için gerekli donatım olmadığı için, bazı istisnalar dışında, ücretli izinden yararlananların çoğu birkaç günlüğüne, ender olarak uzun süreli köyde veya deniz kenarındaki arkadaş ve ahbaplarına gidiyorlardı.

Böylece turizm; etkileyici bir şekilde gelişiyordu. Ne konjonktürel krizlerle, ne de 1973'den sonra gerileyecekti. Ama önemi; sayısal ve boyutsal özelliklerinin yanı sıra *insanca davranış dürtüsü*'nü temsil etme olgusunda da kendini gösteriyordu. Dünya Turizm Örgütü yazarlarının da belirttiği gibi, turizmin öneminin gerçek değerini ölçmek için henüz çok erken çünkü, bu ancak bir sonraki nesil üzerinde yapılacak gözlemlerle mümkün olacaktır. Şimdiye kadar ispatlanan şey, tatile ayrılan zamanın; çalışılmayan (yemek, uyku, sağlık) zamana, serbest zaman etkinliklerine ve dinlenceye ayrılan zamana oranla ortalama olarak artış gösterdiğidir. Tatil süresini dolduran etkinlikler kendi başlarına, kültür ve yaşam tarzına giderek daha fazla etki eden değerler sisteminin aktarıcılarıdır. Aynı zamanda, turizmin ve tatillerin derin bir sosyolojik anlamı vardır. Bu bakış açısından hareketle; turizm "yaşam ritmi ve çevre değişimine bağlı olan, sosyal kültürel, doğal çevre ve gezilen yerle kişisel ilişkiye de bağlı olması gereken, geçici, istemli yer değiştirme olaylarının tümü" olarak tanımlanabilir.

2. Çalışmaya Ayrılan Zaman ve Serbest Zaman - Demek ki tatiller ve turizm çalışmaya ayrı-

lan zamanın karşıtı olan serbest zamanın gelişmesine ve ulaşım için harcanan zaman gibi onun zorluklarına bağlıdır. Aslında, tatil hakkı ve zamanı, kollektif gücün karşısında olan gruplar ve bireyin geçmiş, gelecek ve şimdiki ilişkilerinin sonuçları olmuştur, olacaktır ve olmaktadır. Yani, kamu yararına her bireyin sorumluluklarının veya çokça bir bölümünün, bunu kabul edenler tarafından bir araya getirilmesini kapsayan bireylerin birleşmesinden doğan bir güçtür. Bu güç bugüne kadar bir yandan bağladığı ve yönlendirdiği tür üzerine, diğer yandan bireyin etkinlikleri yardımıyla, daha çok takvim aracılığıyla yani, zaman düzenlemesiyle uygulanmıştır. Takvim bağlamında zamanın üstünlüğü bireylerin hareketlerini saptamakta en seçkin araç olmuş ve öyle ki, zamanın denetimi dünyanın denetimi anlamına gelmektedir, denilebilmiştir. Böylece bu güç, tarihsel uygarlıkların başından, bu yüzyılın ilk yarısına kadar parçalanmadan uygulanabilmiştir. Ücretli izinler, yasal olarak takvim tekelinde bir gedik açmaya olanak sağlamıştır. Tatil ve ücretli izin hakkı, uygarlık tarihinde ilk kez bireye, kollektif olmaktan çıkarak kişiselliğe dönüşen zamanını, özgürce kullanması olanağını vermiştir.

Bugün tatil; karşıtı olan çalışma ile ilintili olarak tanımlanmaktadır ki, zorla kabul ettirilen verimlilik kriterleri ve belli bir ritm sürdürülerek üretilen bir takım nesneler ve hizmetler için yaratılan üretme gücü ve genellikle, bütünlüğü yöneticisinin gözünden kaçan bir çalışmadır. Tatil ve çalışma arasındaki bu bölünme, bu ikili bölü (dichotomie) yöntemi *bu bireyin isteğine göre parçalanabilmesi, düzenlenebilmesi gibi çizgisel bir zaman anlayışıyla* ele alınmasını getirmiştir.

Zamanın çizgisel bir kavram olarak ele alınması yenidir: Ancak 17. yüzyılda Batı Avrupa'da ilk

kez Huygens tarafından bulunan saatin daha sonra Galile tarafından hareket yasalarının konmasıyla ortaya çıkmıştır. Daha sonra Kant tarafından, saf doğa bilimleri ve matematiğin temeline oturtmak için zaman dinamiği ve statiği kavramları ile aşılmıştır. Zamanın çizgisel kavramı Sanayi Devrimi'ne rastlayan dönemlerde büyük bir gelişim kaydetmiştir.

II. Serbest Zamanın Tanınması

1. Zaman Kavramının Tarihsel Gelişimi - Yerleşik tarımın başlamasından bile önce, bazı oyma kaya resimlerinden anlaşıldığı gibi ayın evrelerini gözlemlemeye dayanan zaman belirleme sistemleri bundan 15 bin yıl önce de vardı. Yine de, bu belirleme bir takvim kontrolü değildi. Takvim, birkaç ay öncesinden başlayan bir çalışmayı, uzak ve asla emin olunmayan bir tarihte sonuç almak üzere belli bir düzen içinde bir seri karmaşık işin gerçekleştirilmesini gerektiren tarım; hasat'ın başlamasıyla ortaya çıkmıştır.

Zaman henüz tam anlamıyla düzenlenmiş ve kabul edilmiş değildir, ilk olarak kadın erkek arasındaki işbölümü ve denetiminin nesnesi haline gelmiştir. Aynı zamanda, metal işleme ve metalurjinin ilerlemesi sayesinde, insanoğlu zaman akımını yönetmeyi, daha iyi ve hızlı üretim için doğal süreçleri hızlandırma ve denetlemeyi keşfetmiştir.

Bu tarihlerde, şimdi bile arkaik diye adlandırılan toplumlarda, çalışma zamanı konusunda yapılan bazı yeni araştırmalara göre, günlük ortalama çalışma saati dağılımı *dört saati* geçmemelidir. Geri kalan zaman zorunlu geçim gereçlerini sağlamaya gereksinim duyulmayan avlanma ve balık tutma gibi eğlencelere veya kutlamalara; şölenlere, içki

alemlerine, esrar partilerine, savaş hazırlıkları için maskeli kılık değiştirme karnavallarına ayrılmaktaydı.

Yerleşik tarım ekonomisine geçiş tatil ve çalışma süreci ilişkisini temelden değiştirmiştir. İlk keşfedilen; zamanı tanıma ve denetlemeyi beraberinde getiren mevsimlerin ve doğanın ritmine adaptasyon sürecinde, bitkiler alemiyle yeni bir gizemli dayanışma, doğurganlık, verimlilik kavramları ve insanoğlunun doğanın yaşam/ölüm/yeniden doğma sürecine katılımı, oldu.

Bu yeni çevrimsel zaman insanın kafasında iki temel boyuta bölündü: Kutsal zaman ve kutsallık dışı zaman. Kutsallık dışı zaman özellikle çalışılan zamandır. Buna karşın, kutsal zaman tatil veya çalışmayı kutlulaştıran ayinlerle, çalışma zamanını içselleştirerek katılınan evrenle ilgili bir zaman, ya da insanların tanrılarla bütünleşmesini anlatan efsaneler ve törenlerle çalışmayı güncelleştiren bir zamandır. Zamanın bu ilk denetimi ancak, çalışma süresinin uzatılmasını kabul etmekle sağlanabilir, bu da artık doğrudan kendi anlık yararına değil de, bir artı zaman elde etmeye dönüştürerek olur.

Büyük antik uygarlıklar da bu dönemde gelişmektedir. Böylece iktidar, zamanın yapılaştırılmasını vurgulayarak denetimi sağlamıştır. Zaman ölçüsünü elinde bulundurduğu için, iktidarın düzenlediği törenler, topluluğun kutsala yaklaşmasını kolaylaştırmakta, çılgınlığı ve şiddeti vücutlardan atmaya yarayan bir çıkış yolu sunmaktadır. Törenler çalışma süresini bir yapıya kavuşturmaktadır. Böylece Çin İmparatorluğu'nda imparatorun en önce canla başla yapması gereken, her yılın başında ve de kendi siyasal rejimi başlangıcında takvimi saptamaktı.

"Eski İran uygarlığı çizgisel zamanlamayı ilk

başlatanlardan biridir. Zarathoustra,* Mithra-Varuna,** sonra da Zurvan*** dinlerinde zaman her şeyin temel prensibi olarak görülmüştür. "Azizler" tarihi ise artık çevrimsel değildir. Ancak, zamanların sonunda kötülük tümüyle atıldığına göre bir başı ve sonu vardır. Yine de, kaynakları Yahudi geleneğine dayanan Hıristiyanlığın, çizgisel ve sürekli bir zamanlamayı kabul ettirmede rolü olacaktır. Tanrı artık zamanın dışında değildir. Bu dinsel bakış açısını kabul ettirmek için 900 yıllarına doğru Hıristiyan kilisesi, bir zaman denetimini kabul ettirmeye çalışmak üzere; manastırlara, köylere son olarak da şehirlere çan sesleriyle ritm vererek günlük ve sezonluk çeşitli dinsel hizmetlerle, en son büyük Batılı teokratik düzenlemeyi yerleştirmeye çalışacaktır."

Yeni doğan burjuvazinin ekonomik gücüyle, kilisenin dinsel gücünün yer değiştirmesi sonucu Rönesans döneminde radikal bir bunalım başgösterecektir. Çizgisel kutsal zaman, yok olmamış ancak, Hıristiyanlıktan kurtulmuş ve laikleşmiştir. Bu da yeni sanayi çağının gerçekleşmesine olanak sağlayacaktır. Buna ek olarak (otomatik saatler, su saatleri gibi) zamanın ölçümünü sağlayan yeni makinelerin çıkışı gibi ekonomik, demografik ve ideolojik etkenleri de gözönüne almak gerekir. Jacques Attali'nin, hem zaman, hem de uzamın tüm egemenliğine ait bir tasarı olan *Histoire de Temps* (Zamanın Tarihi) adlı kitabında da açıkladığı gibi, zaman yalnızca insanın inisiyatifine ve kazanımına sunulur hale getirildi. Su altı kronometresinin bulunuşu 18.

(*) Zarathoustra veya Zoroastre: Eski İran din reformcusudur. Medine'de doğmuştur (660-583). Mecusi din adamları kastını kurmuştur. (ç.n.)

(**) Mithra: Zerdüştlerden biridir. (ç.n.)

(***) Zurvan: Sasaniler döneminde (İ.S. 224-651) İran'da Zerdüşt dininin bir biçimi. (ç.n.)

yüzyılda kendi sanayi devrimi pazarlarını ve gereç sağlama kaynaklarını elde daha iyi tutabilmek için İngilizler tarafından finanse edildi.

"Ulaşım ve seyahatlerin gelişmesi bütün bu buluşlardan yararlanacak ve sırası gelince turizm de, bu dönemlerde oluşturulan sömürge imparatorluklarına dayanan uygulamaların sürdürülmesi politikasından kendi payına kullanacağı kanıtlar bulacaktır."

2. Serbest Zaman ve Sanayi Dönemi - Sanayinin gelişimi, zamanın özgürleşmesi hareketi içinde yer alıyorsa, bu sırası geldiğinde, saçma bir sürü yeni baskıyı beraberinde getirerek olacaktır. Bunlar; zamana ve kendi düzenlemesine yeni verimlilik kuralları getirecek olan sanayi kurumunun makineleridir. Sanayinin gelişmesiyle çalışma süresi aniden, dinlenmeden günde 15 saate, hatta 17 saate çıkıyor. İnsanlık tarihinde ilk kez, bütün kutsal ve serbest zamanın ortadan kalkmasıyla, zaman artık kutsallık dışı çalışma süresi ile tanımlanır olmuştur. 1778'de Fransa'da sarhoşluğu önlemek için pazar tatillerinin kaldırılması bile istenmiş ve oylanmış olacaktır: Çalışma ahlâkında kötülük ve tembellik kaynağı olan dinlenmeyle savaşmak gerekir. Fransız Devrimi sürerken "ticaret düşmanı" tatil günlerinin kaldırılmasına bile girişilecektir.

Bu arada sanayi dönemi iki etkenden dolayı hızla gelişecektir: Bir yandan, 1866'dan beri 1. Uluslararası Emekçiler Birliği Kongresi'nde günde 8 saatlik çalışma süresinin öncelikli bir yer alması, diğer yandan, bazı işverenlerin işçiye gerekli olan ruhsal, bedensel dinlenmelerin ve molaların, dikkate alındığı zaman, akılcı iş organizasyonunda, verimin daha iyi olduğunun farkına varmaları. 1930'lardan sonra, fazla mesai değil de, gerçekten özgür bir zaman olan ve birey için zenginleştirici aktif bir

tutuma olanak sağlayan yeterli uzunlukta bir zaman olarak, ücretli izinler ve 40 saatlik hafta uygulaması başladı.

"Bugün her şey öyle bir gelişiyordu ki sanki, bu serbest zaman/çalışma zamanı dönüşümü başlangıçtan da öte yeni bir şeylerin oluştuğunun habercisiydi. Nicel değişme, çalışma zamanı ve serbest zaman arası ilişkilerde niteliksel bir sıçrayışa yol açacaktı. İlk önce, boş bırakılan zaman kendi içinde birçok zaman kategorisine bölünmüş görünüyordu:

- Sıkıcı zaman, örneğin ulaşım ve bürokratik formaliteler,
- (Ufak tefek işler; bahçe bakımı, mutfak işleri gibi) ödeneksiz ve üretime bağlı olamayan çalışma zamanı,
- Kaplıca kürlerini de dahil edebileceğimiz sağlık için ayrılan zaman,
- Formasyon zamanı, ister meslekî formasyon, ister kişinin dışa açılımı ve yaratıcılık gereksinimlerini karşılayan kültürel alanının genişlemesine ayrılan eğitim için olsun.
- Sendikal, politik, veya örgütsel yaşam,
- Son olarak da daha öncekilerle bir ayrım yapan tatil ve dinlence zamanı.

Yalnızca bu sonuncusu tam anlamıyla serbest bırakılmış bir zaman olarak kabul edilebilir.

Çalışma zamanına karşı kurtarılan bu serbest zamanın, tüketim zamanına dönüştürülmesi toplum yepyeni bir toparlanma ve adaptasyon getiriyor. Birey üretmediği zaman, sportif veya güncel eğlencelerden, turistik akımlardan, besin maddelerinden veya kültürden tüketmelidir. Hatta bu yolla toparlandı, bununla da kalmayıp, herkesin sahip olduğu, bundan böyle, zamanını yöneterek kaderini değiştirebilme olanağını bulduğu serbest zaman, kökten ve yadsınamayacak bir değişim oldu. Bu, *seçilmiş*

*zaman devrimi*dir ki, birey bu sürede aşağıdakiler arasında bir denge kurmaya çalışabilir.

- Kişisel zaman ve sosyal zaman,
- Etkinlik zamanı ve dinlenme zamanı,
- Öznel zaman ve dinlenme zamanı,
- Sadece fiziksel harcamalar zamanı ve sadece zihinsel harcamalar zamanı,
- Aile içi zamanı ve aile dışı zamanı,
- Örgütlenmiş zaman ve örgütlenmemiş zaman.

3. Ücretli İzinlere Ayrılan Zaman - Yine de sanayi toplumu, ilkokullarda iki hane arasına çarpıcı bir renkle "tatil" yazıldığı gibi arka arkaya sıralanmış çalışma saatleriyle yeni iş çıkarmamalıdır. Guy Aznar'ın vurguladığı gibi "Alabildiğine geniş gri plajların yeraldığı pütürlü yüzeylerde - haftada 40 saat, yılda 11, yaşam başına 40 yıl- tatiller, gelip emeklilik sınırında tökezlemek için küçük pembe çizgilerle çizilmiştir."

Bunun için Dünya Turizm Teşkilatı, çalışan nüfusun serbest zaman içinde tatil ve ücretli izinin öneminin bilincinde olunmasını istemektedir. Çalışma artık halkın tek amacı değildir: Herkesin isteğine uygun olarak açılıp gelişeceği etkinliklere daha fazla olanak vermekte ve tam anlamıyla yeni ekonomik, sosyal ve psikolojik yatırımlara olanak sağlayabilmektedir. Ama *dinlence ve serbest zaman uygarlığı diye bir şey olabilir mi?* Bu soruya kesin yanıt vermek olanaksız. Çağdaş dünyanın yöneldiği toplum tipine -dinlence toplumu veya değil- göre değişir. Buna karşın, çalışma zamanının düzenlenmesine ilişkin perspektifleri ve tatillerin dönüşümü (değişimi) konusundaki bakış açılarını açıklamak için serbest zamanı kullanma koşulları ve çalışma ile bağlantılarını özetlemek mümkün.

Akapulco Belgesi ve Manilla Bildirgesi'nde de ortaya çıktığı gibi, serbest zaman ve tatiller, işe ya-

ramayan ve zenginlik üretmeyen bir dinlence zamanı olmaktan öte, temel sosyal gerekliliği kapsayabilir; öyle ki gelecekte zaman yalnızca bir üretim değişkeni olmak yerine, yaşamını düzenlemede bireye büyük bir esneklik ve özgürlük sağlayacak olan üretim gereksinimlerine göre ayarlanabilir.

Dünya Turizm Teşkilatı'na göre, zamanın özgürce düzenlenmesi yalnızca güncel yaşamı etkilemekle kalmayacaktır. Yaşam çemberinin tümüne yayılacaktır, yani bütün yaş gruplarını ilgilendirecektir: Ekonomik üretimin verimliliğine olduğu kadar toplumun uyumluluğu ve onu oluşturan sosyal gruplara da zararı dokunan genç, aktif nüfus ve emekliler olarak bölümlenen az çok yapay nüfus tabakalaşması: Kuşaklar arası çatışmalar ve çeşitli yaş grupları arasındaki iletişim zorlukları. Serbest zaman ve tatillerde bir gelişim ancak zamanın özgürce düzenlenmesi ile serbest zamanın sosyal fonksiyonu üzerindeki anlam karmaşasının giderilmesiyle sağlanabilir.

Dünya Turizm Teşkilatı'na göre "tatil zamanı iletişim, karşılaşma, dinlenme zamanı ve eğitim zamanı gibi çok işlevli olacaktır. Özerk bir zaman olacağı gibi, tümüyle ticaret ilişkilerine bağlı kalmayacaktır. Öyle ki, kendi kendine yetecek ve vatandaşın özgür inisiyatifine dayanacak. Tatil zamanı kış sporları veya yaza ayrılan tek zaman olmayacak. Bu on yılın sonunda 6 haftaya kadar uzayacak olan bu ücretli izinler, bir yıl içine daha iyi dağılmış olacak. Bu da piyasanın doyum etkilerini ve turistik alanlardaki dar boğazları azaltacak, tatillerin daha iyi yayılımına ve tümüyle sanayileşmiş toplumlarda ekonomik verimliliğin ve üretkenliğin düzelmesine olanak sağlayacaktır".

Niceliksel açıdan; 1.500-1.700 milyon arası insan (çoğunlukla ücretliler ve aileleri) şu bölgesel

dağılımlara göre ücretli izinden yararlanmaktadır: Afrika'da 75 milyonla 150 milyon, Amerika kıtalarında 380 milyonla 400 milyon, Asya ve Pasifik'te 410'la 520 milyon, Avrupa'da 560'la 610 milyon, Ortadoğu'da 75 ilâ 90 milyon arası. Ancak bu, bütün ücretli izinden yararlananlar tatile çıkıyor ve turizm yapıyor demek değildir. Uluslararası turistik hareketler incelendiğinde Avrupa en büyük kütleyi oluşturmaktadır: Ortalama bir milyona yakın ulusal ve uluslararası turistik giriş rakamı elde edilmektedir ki, temel kanıt ücretli izinler kitlesi tarafından gerçekleştirildiğini göstermektedir. Kuzey Amerika'da dinlence ve izin için turistik giriş olarak 300 milyon gibi bir rakam elde edilmektedir. Buna karşın dünyanın diğer bölgelerinde izin ve tatil için turistik giriş rakamı, ücretli izinden yararlananların sayısından azdır. Afrika'da tatil için girişler 20 milyondan az, Asya ve Pasifik'te 90-95 milyon arası, Ortadoğu'da 12 milyon civarındadır. Latin Amerika ve Karaibler'de dinlence ve tatil amacıyla olan turistik girişler 190-200 milyon ücretli izinden yararlananlara karşın, 120 milyon civarında kalmaktadır.

Kısacası, dünyanın çeşitli bölgeleri arasında ve ulusal, uluslararası turizmin gelecekte gelişimi açısından önemli potansiyellerde de büyük farklılıklar vardır. Bir yandan, başlıca turizm yatırımcısı olan gelişmiş ülkeler belki de, 50 yıldan beri bu ülkelerde alınan sosyal önlemler sayesinde tatil hakkını elde etmiş olmaları nedeniyle, dinlence ve izin seyahatlerinin düşük kalacağı bir büyüme aşamasına ulaşmışlardır. Öte yandan, dünyanın diğer bölgelerindeki ülkelerde, devletler ücretli izinden önceden beri yararlanan nüfusa tatil yolunu açmayı kolaylaştırmak için gerekli önlemleri aldıkları takdirde uluslararası turizm hatırı sayılır bir gelişme kaydedecektir.

İKİNCİ BÖLÜM
TURİZM VE SEYAHATİN DEĞERİ VE GÜDÜLENMELER

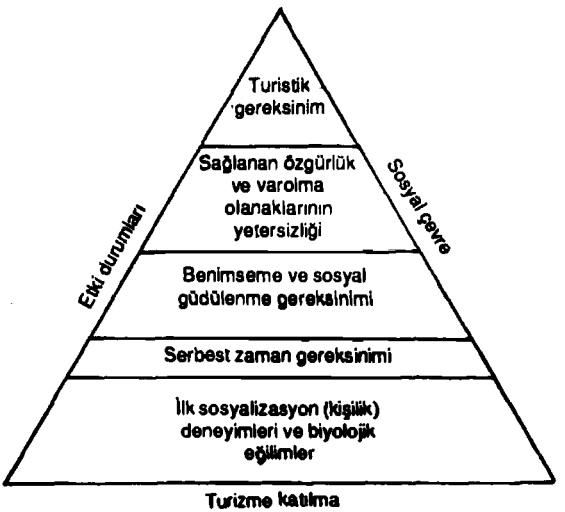
Serbest zamanı çeşitli şekillerde parçalamak; yaşam şekli, güdülenme, turizmin gelişmesi, tatile çıkışların kat kat arttığı toplumların değerleri gibi konular üzerine bir sürü gözlem yapmaya olanak verir. Bir yandan Batılı toplumların büyük kent merkezlerinde çalışma sürelerinin kısaltılması, doğrudan turizme, dinlence ve serbest zamanın uzatılmasına bağlı kalmamıştır. Genellikle oturma yeri ile iş yeri arasındaki uzaklıkla açıklanabilen sıkıcı zaman uzamaktadır. Diğer yandan, günlük yaşamın çelişkilerine karşın geçici kopuşlar yaşamak isteği, toplumun bütün katmanlarında görülen bir eğilim olarak genellik kazanmaktadır. İnsanoğlu sonuçta kendi huzuru için, bazıları turizmden elde edilen imaja tekabül eden, derin güdülenme doyumları aramaktadır. Bu nedenle, güdülenmeleri olduğu kadar, yaşam şekillerini de kapsayan değerleri, tatil ve turizm sosyolojisi çerçevesinde incelemek önem kazanır.

I. Gereksinimler, İstekler, Turistik Dürtüler

Bir turizm gereksinimi var mıdır? Belki de çoğunlukla bu gereksinim turistik pazarlama çerçevesinde kabul edilmiştir. Burada sözkonusu olan malların, gezmenin ve konaklamanın satışını en iyi şekilde yapmak için stratejiler sunmak değildir. Konumuz turizmin psikolojik temellerini incelemek olacaktır. Bu inceleme, insan davranışlarında turiz-

min ve tatil gereksiniminin önemini olduğu kadar, bu etkinliklere katılımın ne bir tek nedene ne de bir tek faktöre bağlı kalmadığını ve güdülenmesi konusundaki açıklamaların da son derece çeşitli olduğunu gösterecektir.

Tablo I
Turiztik Davranış Nedenlerinin Aşamaları



Turistik davranışın nedensellik aşamaları bazı biyolojik gereksinimlerden başlayarak, sosyal çevre ve kendine özgü etkilenme durumlarına göre değişen, düşünsel gereksinimlere doğru sıralanmış gözükmektedir.

Tatillerin turistik amaçla kullanımı ve turizm etkinliklerine katılım, güdülenme (motivasyon) adı verilen çeşitli faktörlerin sonucudur. Bu güdülenmeler Anthony S. Travis, Jaffar Jafari, Macanell-

Cohen, Marshall ve Frater gibi yazarlar tarafından incelenmiştir.

Güdülenme, gereksinim ve istek gibi kavramların seyahat ve turizm sosyolojisi analizinde birbirine bağlı olduğunu anlamak gerekir. Gereksinimin "doğal veya sosyal yaşamdan doğmuş" (Robert) bir gerekliliği ifade etse bile, motivasyon onu açıklayan veya doğrulayan davranış nedenleri/gerekçeleri arasındaki ilişkidir, istek ise hayal edilen veya tanınan bir kişi veya nesneye doğru eğilimin bilincinde olmaktır.

1. Motivasyon ve İhtiyaçlara Maslowcu Yaklaşım - Louis-Antoine Dernoi'ya göre insan güdülenmesinin incelenmesi, dinlence ve turizm gereksinimi göstergeleri ve uygulama şekilleri içinde en kesin etki yapanların psikolojik faktörler olduğunu göstermektedir. Maslow'un savları turistik güdülenmeyi tanıma temeline hizmet etmelidir.

Abraham Maslow gerçekte insan davranışlarını ve güdülenmelerini insanın ihtiyaçlarından çıkarak tanımlamayı savunuyor. Bu gereksinimler çoğunlukla insanın eylem ve etkinliklerinin arkasında gizlenmiş veya açıkça tanımlanmıştır. Bu anlamda Maslow; Pr. Henri Laborit tarafından geliştirilmiş "bir varlığın varoluşunun tek nedeni varolmaktır" diyen ve rekabete girmek ve egemen olmak için savaşıldığını çok erken kanıtlamış oldu, bazı teorileri birleştirmiştir. İnsan, savaşla kaçmak arasında bir seçim yapamıyorsa, hasta olur veya simgesel ve hayalciliğe kadar varan bazı kaçamaklara başvurur. Bu açıdan, ezen ezilen mekanizmasına dönüştürülen eylemleri daha çarpıcı ve ileri düzeyde kanıtlamaya ayrılan peşin hükümler ve gelişigüzel değer yargılarıyla oluşturulan bilinçsiz olgu, turizme sokuldukça, turizm doyurulmamış isteklere ve bazı kısıtlamalara sığınak olarak kullanılabilir.

Maslow'a göre, bütün ihtiyaçların yoğunluğu aynı değildir. İnsanın, fiziksel güvenliği ve maddesel olarak ayakta kalması için insan içgüdüsü ve bilinçli isteği tarafından harekete geçirilen temel gereksinimleri vardır. Bir de kültürel ve sosyolojik kökenli, elle tutulmayan gereksinimleri vardır. Kısacası, insan gelişiminde grupların ve insanların davranışlarını, ihtiyaçlarını ve güdülerini gösteren ve en düşüğünden en yükseğine kadar toplumumuzun temel karakterini ve gelişim çizgilerini belirten hiyerarşik beş eksen saptanabilir:

- Maddi geçim ve yaşama,
- Kişinin mal ve can güvenliği,
- Bir grup veya topluluğa ait olma (kişisel ilişkiler sistemi),
- Toplum tarafından kabul edilen kişisel değer ve başarı,
- Kişiliğin oluşumu ve serpilmesi: Kişilik gelişimi.

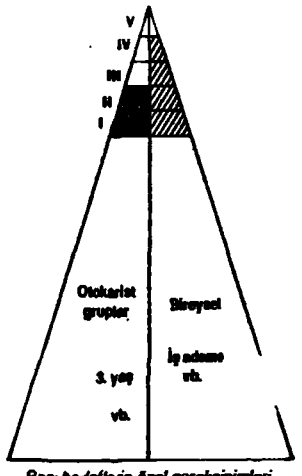
Öyle ki, birçok yoksul ülkenin olayı bu değildir, gelişmiş ülke vatandaşının besin sorunu yoktur. Eski güdülerden kalan artık açlık değil, iyi yemek yeme tutkusuyla zevke dönüşen iştahtır. Henüz kültürel ve sosyolojik sonuçları bütünüyle ölçülmemiş olan besin tüketimi turistik etkinliğin önemli bir ögesidir. Temel geçim ihtiyaçları garantiye alındıktan hemen sonra güvenlik yeni bir gereksinim alanı olarak ortaya çıkmaktadır. Güvenlik gereksinimi, çok çeşitli birçok nosyonu kapsamaktadır: Korunma, korkunun yenilmesi, sosyal, politik ve ekonomik durağanlık, cinayet, kargaşa ve düzensizliğe karşı garantiler, yasalar, yönetmelik ve örgütlü kurumlarda da kendini göstermekte hatta, güncel yaşamda, hastalıklara, doğal afetlere, kazalara, beklenmeyen ve zamansız olaylara karşı korunma talebinde ifade bulmaktadır. Sonuçta, dünyamızda te-

Tablo II

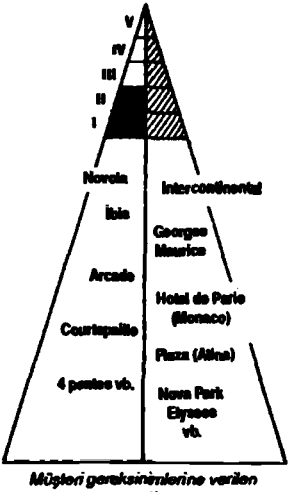
Restoran ya da otel müşterisinin ihtiyaçlarına çözüm bulan yanıtlar



Otel veya restoran müşterisinin gereksinimlerinin hiyerarşik sıralaması



Bazı hedeflerin özel gereksinimleri veya pazarın bölünmesi



Müşteri gereksinimlerine verilen yanıtlar

Kaynak: J.G. Manzione, Prestige de l'hôtellerie, 19, (Otelcilik Prestiji 1982)

mel gereksinimler güvenlik maddesi halinde doyurulurken güvenlik daha geniş anlamda araştırılmıştır. Yakın ve tanıdık şeyler bilinmeyenlere tercih ediliyor, insanoğlunun dünyasını durağan bir şekilde düzenleyen öyle bir ideoloji, felsefe ya da din geliştiriliyor ki, insanın yeri bu dünyanın içinde kalıyor.

Kişisel ilişkiler gereksinimi birey için onu komşularıyla, grup halinde ya da tek başına bir tür ortak birlikteliğe iten bir şeydir. Bu ailesiyle, yakın çevresiyle sonra da daha geniş şekilde toplumla içten ilişkilerin geliştirilmesi ihtiyacıdır. Hızlı kentleşme ve çevre bunalımı; katlanarak çoğalan sosyal tabakalarda bir eksiklik ve kişisel ilişki ihtiyacını yadsıma duyguları yaratmıştır. Ve böylece insanlar bu gölü doldurmak için turizme ve eğlenceye yönelmektedirler.

Beğenilme ihtiyacı, bir özsaygı, örnek olma, prestij, başarı, onur ve geleceğine egemen olma, özlemlerini ve kişiliğini tanıma ihtiyacıdır. Sonuçta kişilik gelişmesi ihtiyacı, kişiliğinde bir zenginleşme kaydetmek için kendini aşarak varlığını gerçekleştirme gerekliliği olarak tanımlanmaktadır.

Madem ki psikanalist Carl Jung'a göre, seyahat; insanı yeni ufuklar aramaya iten bir doyumsuzluğun göstergesi veya tatillerin günlük yaşamın bağrında gerçek bir kişilik oluşumu sembolü olarak yer alıp almadığını bilmek ve hatta somut ütopi olarak tatillerin ya da evrenin imgesi olarak turizmin her şeyden önce bu ilişkiyi yargılama şeklini henüz bulmadan evrenle özgün bir ilişkiye girme deneyimidir, öyleyse, tatiller ve turizmin ne ifade ettiğini ve içsel değişim veya yeni deneyimler isteği, hatta yer değiştirme gereksinimi gibi temel ihtiyaçları nasıl karşılayacağını bilmek gerekir.

2. Çözümleyici Yaklaşım - Çözümleme açısın-

dan gereksinimi karşılamak için bir hizmet veya üründen elde edilen yararlarla gereksinimlerin analizi birbirine bağlanmıştır. Sürekli tekrarlanan gereksinim/yarar listesi pazarlamacı teorisyenler tarafından çıkarılmıştır:

A) Ekonomi: Azla yetinme veya tasarruf gibi yararlarla, tatmin edilebilen biriktirme ihtiyacı, aynı zamanda konfor-kolaylıkla tatmin edilen emek ve zamandan tasarruf ihtiyacıdır, son olarak da sadelik ve rahatlıkla tatmin olan doyum ihtiyacı gelir.

B) Kimlik kazanma: Değişiklik ve yenilik avantajlarıyla, gençlikle, keyifle, bağımsızlıkla, yaratılarla, yetkeyle gerçekleşen; serüvenle, güvenlikle, gelenekle, alımlı süreklilik, duraganlık ve bağımlılıkla gelen tutuculuk.

C) Ait olma, birleşme, üye edilme, dostluk, katılım, kabul edilme ve eşitlikle gelen saygınlık. Bir yere ait olmama ihtiyacı, bireysellik, kendini gösterme olanağı, ayırt edilme, farklılaşım ve ayrıcalıklarla tatmin edilir.

D) Övünme, yani bir açıdan başarı, saygınlık, statü ve yetke, lüks, güç ve güçlülükle tatmin olan somut şeyleri gözönüne serme ihtiyacı, öte yandan ünlülük, ince beğeni, erdem, onur, alçakgönüllülükle anlam kazanan soyut verilerin sergilenmesi ihtiyacı.

Bundan başka gereksinimlerin tatmini, yaşam şeklinden etkilenir ve etkilenmiştir. Ve gelişmiş sanayi toplumlarının yaşam biçimlerinde tatillerin kullanımı ve dinlence etkinliği açısından turizm her düzeyde önemli bir rol oynamıştır. Bu yüzden 1980 turizmi konulu Manilla Bildirgesi'nde belirtilenler şöyledir:

"14. Madde - Modern turizm, işçilerin yıllık ücretli izin elde etmesine kadar uzanan, sosyal politikanın uygulanmasıyla doğmuş ve insanoğlunun te-

mel bir hakkı olan dinlenme ve eğlencenin kabul edilmesiyle anlam kazanmıştır. İnsanların ve toplumların karşılıklı tanışması, bireyin yükselmesi ve sosyal denge faktörü haline gelmiştir. Bundan başka turizm çok iyi bilinen niceliksel boyutlarını kazanmış, bir moral ve kültürel boyutu ise ekonomik faktörlere dayalı olumsuz dengesizliklere karşı, bireyi korumak ve yardımcı olmak açısından önemlidir.

"21. Madde - Turizm uygulamasında ruhsal ögeler teknik ve maddesel ögelerin önüne geçmelidir. Bu temel ruhsal ögeler şunlardır:

a) İnsan kişiliğinin neşeyle doldurulması,

b) Eğitime aralıksız katkı,

c) İnsanların yaşam eşitliği,

d) Onur ve kimliğine saygılı olmak koşuluyla insanın özgürlüğü,

e) Toplumların moral kalıtlarına saygı ve kültürlerin özgünlüğünü kabullenme.

"23. Madde - İnsanlığın ekonomik, kültürel ve toplumsal gelişimiyle ilgili geleceğe yönelik her kavram, çağdaş uluslararası ve ulusal; toplumların yaşamlarının bir parçasını oluşturan turizm ve dinlencenin ulusal ve uluslararası etkinliğinin son derece farkında olmalıdır. Toplumların diğer temel ihtiyaçları ile turizmin düzenli gelişmesini uyum içinde tutmak amacıyla, insanların birçok yer değiştirme motivasyonları, seyahat ve tatillere daha fazla halk kitlesinin katılmasından doğan dinlence ve turizmin ulusal ve uluslararası etkinlik gelişmesine; toplumdışı ögeleri de katan turizmin kabul edilen değerleri bu kavramla birlikte kamu güçlerinin dikkatlerini daha fazla çekecektir.

İhtiyaçlar ve motivasyonlar sınıflaması daha önce turistik kuruluşlara ulusal turizm organizmaları pazarlamasında formasyon kursları çerçevesin-

de UIOOT-OMT tarafından önerilmiştir: Turistik pazarlama psikolojisi ve müşterilerin motivasyonu (Pazarlama üzerine iletişimle ilgili dersin IV. bölümü, 1970). 3 sosyal kategorinin ihtiyaçlarına bağlanmış olan sınırlandırıcı olmayan bir tasarı sözkonusu:

A) Patronlar ve yüksek düzeyli kadrolar,
B) Ustalar ve orta dereceli kadrolar,
C) İşçi ve memurlar.

		A	B	C
A)	*Toplumsal güdülenmeler*			
	- Başkasına benzeme ihtiyacı veya grup içinde nasıl bir yere sahip olunacağı	-	xxx	xx
	- Özgünlük ihtiyacı veya grupta nasıl sivrilineceği	x	-	-
	- Göze alma ihtiyacı veya sorumlulukların nasıl yerine getirileceği	-	xx	xxx
	- Sorumluluk ihtiyacı veya kendini nasıl kabul ettirme	x	x	x
	- Kendini gerçekleştirme ihtiyacı veya kültür isteği ya da pseudo-kültür	xx	xx	xx
	- Değişik uygarlıklarla ilişki ihtiyacı	xx	xx	xx
	- Dünyayı ve olayları anlama ihtiyacı	x	xx	xx
	- Bilgilerin kanıtlandığını kendi gözüyle görüp hissetmek ihtiyacı veya St. Thomas kompleksi	x	xx	xxx
	- Belli bir kitlesel estetik ihtiyacı	-	xx	xxx
	- Günlük yaşamın alışılmış çerçevesini dağıtma veya dekor değiştirme ihtiyacı	-	x	xx
	- Günlük çevrenin değişimi veya yeni insanlar arama ihtiyacı	-	x	xx
B)	*Ailesel ya da kabilesel güdülenmeler*			
	- Yasak dolu ve hiçe inmiş günlük yaşama karşın, yeni bir ailesel yaşam stili bulmak ihtiyacı	x	xx	xx
	- Yapıların ve otoritenin yeniden ele alınmasıyla ailesel çekirdeğin yeniden biraraya getirilmesi ihtiyacı	x	xx	xxx
	- Tam tersine dar ve çelişkili olduğundan aile grubunu terk etme ihtiyacı	xxx	xx	x

(*) En az önemliden daha çok önemliye x, xx, xxx

	A	B	C
- Formasyon kurslarıyla çocuğun dünyasına katılma ihtiyacı			
- Eğitim veya yetişkin bilgisinin sergilenmesi	x	x	x
- Yetenek ve güç egzersiziyle kanıtlanan güçlülük	x	xx	xxx
C) *Egoistik ya da kişisel güdülenmeler*			
- Doğayla yeniden ilişki kurma ihtiyacı ya da Antée kompleksi	xxx	xxx	xxx
- Baskılardan kaçma			
- Toplumsal	xx	xxx	xx
- Profesyonel	xx	xxx	xx
- Ailesel	xx	xxx	xx
- Dinsel	xx	xxx	xx
- Sosyal baskıları kaldırma gereksinimi	xx	xxx	xx
- Tanışma ihtiyacı	-	x	xx
- Kendini gerçekleştirme özlemi			
- Kültürle	x	xxx	xx
- Başka uygarlıkla ilişkiye girerek	xx	xx	-
- Sanatsal etkinliklerle	-	x	xx
- Başka olanaklarla	x	xxx	xx
- Tarzan kompleksi veya narsisizm veya aynı zamanda beğenme, beğenilme (kendini yetiştirme fikriyle karşılaştırmak)	xxx	xxx	xxx
- Hayal kurma hakkına olan ihtiyaç ya da 3 hafta süreyle olanaklarının elverdiğinin üstünde yaşayarak kendi kişiliğinden çıkmak	xxx	xxx	xxx
- Çocuklaşma veya normalde gerçekleştiremeyeceği şeyleri bebek kompleksiyle yapma ve yasakları dışlama, çiçekli bermuda giyme, yemek saatlerine aldırmama, sokak ortasında koca bir dondurmayı yalayarak dolaşma vb.	xx	xxx	xx
- Etkinlik ihtiyacı veya yalnızca bedava olma açısından değil geliştirici oyun gerekliliği	xx	xxx	xxx
- Göçebelik ihtiyacı ya da Attila kompleksi veya günlük yaşamdan nasıl kaçmalı	x	xx	xx
- Kendi kendine yap'tan çıkan (seramik, marangozluk, bahçe bakımı gibi) küçük sanatların, el sanatlarının gelişmesine kadar uzanan tam veya karmaşık etkinliklere olan ihtiyaç	xx	xx	xx
- Biyolojik ihtiyaç veya güneş kompleksi güneşli bir ortamda	x	xxx	xx
- Vücut hareketi			
- Oksijen alma			
- Sağlığa kavuşma gerekliliği			

	A	B	C
- Yıpratıcı şeylerden ve her tür baskıdan kaçma ihtiyacı veya sinirsel dengenin tepkisi	x	xxx	xx
- Bireyin durumuna göre			
- Gerçek ya da kabul edilen etkinliklerden			
- Tam anlamıyla dinlenmeden davranış sapmayabilecek fizyolojik ihtiyaç	xxx	xxx	xxx
- Baştan çıkarma ihtiyacı veya yılan kompleksi, işte serüven ve flört etme ümidiyle seks yerine oturdu	xx	xx	xx
- Günlük sorumluluklardan kaçma	xxx	xxx	xxx

3. Daha Somut Bir Yaklaşım - Daha somut bir şekilde turizm eğilimlerini en çok etkileyen güdüleyici etkenleri incelemek, ve turistik ürünler ve kalınan yerlerde başlattıkları değişiklikleri ve turistik gelişme programları ve politikalarında ne gibi sonuçlar doğurduklarını göstermek olanaklıdır. (Tablo III)

Turistik güdülenmelerin uygulamalı yaklaşımı Maslowcu teoriyi ayrıntılandırmaya olanak verir ki bazı yazarlar, tatmin edilmiş veya edilecek ihtiyaçları ölçmek için kullandılar, hatta şu veya bu ihtiyacın üstünlüğünü açıklamak için tarihler bile verdiler.[7] Böylece 2000 yılında kişiliğin gerçekleşmesi ve açılması temeline dayalı bir turizm, 3 S (sun, sea, sex) güneş, deniz, seks modelini o dönem için gizli sır olarak saklayarak duruma hakim olmuştur. Oysa ki, turizmin kuraldışı niteliği analiz edilen toplumlarda onu değişken hale sokmaktadır.

Turizm şekle veya tutkuya karşı duyarlı olsa dahi sihirli 3 S formülü henüz yürürlükten kalkmaya hazır değildir. 1950'li yıllarda kabul edilmiş ve

(7) Örneğin, Amerika'da Mitchell, güvenliğin 1900-1930 yıllarının, ait olmanın 1930-50 yıllarının, gerçekleşme ve başarının da 1960-70 yıllarının temel ihtiyaçları olduğu kanısındadır. 1980'den itibaren, kişisel gelişme dönemine girilmiştir.

birçok seyahat organizatörünün soyut kuralı olmuştu. Bugün bile, en çok kullanılan tatil formülüdür. Hâlâ bir kısmı başarısını sürdürür ve dinamik genç kadrolara önerilen şunun gibi bazı formüllerden sözedilebilir: "Tatilde del dibini, nasıl olsa dönüşte çakacaksın".

Maslow'un teorisi bir açıdan daha eleştirilebilir: Maslowcu hiyerarşinin en yüksek tepesi (otorealizasyon) kendini gerçekleştirme olayını gösteriyor. Bu otorealizasyon her bireyde kendine özgü olduğuna göre genel olarak nasıl tanımlanabilir? Kendini gerçekleştirmek için ne yapmalıdır. Maslow bu gereksinimi şöyle tanımlamakta: "Olunabilecek ölçüde, olmak". Topluma, gruba, dışarıya yönelik bir ihtiyaçtan çok bireyin içine dönük bir ihtiyaç olduğunu belirtiyor. Bu içsel ihtiyaç herkesin "içsel" yetkisini kapsayan somut ölçütlerle sınırlandırılmış gerçek bir motivasyondan başka ne anlama gelmekte. Iso-Ahola'nın teneffüs ve dinlencenin sosyal psikolojisi üzerine olan eserinde açıkladığı gibi her zaman aynı durum sözkonusu olmaz. Festinger teorisi (1954) Suls ve Miller'in araştırmaları (1977) somut ölçütlerin olmaması halinde bir kişinin ancak diğerlerine, en azından kalite ve yeteneklerini görebilmek için en yakınındakilere göre bir değerlendirme yapabileceğini ortaya koymuştur. Demek ki otorealizasyon ihtiyacı aynı zamanda toplumsal yönden güdülenmektedir. Aslında, bu sosyal motivasyondan bağlarını koparmış hiç bir ihtiyaç yoktur. Demek ki, "kademelendirilmiş ihtiyaçlar teorisi" turizm ihtiyacının ancak bir bölümünü açıklamaktadır.

II. Turizm Değerleri

"Gitmek... biraz daha yaşamak... seyahat, temel

Tablo III
Turizm eğitimlerine etki eden bazı güdüleyici faktörler

Gereksinimler	*Gidilen yer ve ürünlerdeki değişimler*	*Politika ve programlar üzerine sonuçları*
Fiziksel güvenlik	Politik kararsızlıklar ya da suçluluk oranlarının yüksekliği nedeniyle bilinen bölgelerin engellenmesi	Yabancı çevrelerde yolcuların güvenliğini sağlayan mekanizmaların yaratılması gerekliliği
	Yakın veya samimi yerlerin aranması	Daha güvenli konaklamaların inşaa edilmesi gerekliliği
		Politik kararsızlığın getirdiği kanıtlanmamış olumsuz imajların düzeltilmesi gerekliliği
Yolculuk sırasında hastalıklara karşı güvence	Yaşlı müşteriler güvenilir hastane olanaklarının olduğu yerleri ararlar	Yolcuların tıp merkezlerine girişlerini düzeltme gerekliliği
	Acil tıbbi yardım ücretlerinin yükseltilmesi	Uluslararası düzeyde sosyal güvenliği içeren ikili anlaşmaların geliştirilmesi gerekliliği
		Turizm acil yardım polisinin daha çabuk ulaşılır kılınması gerekliliği
Bölgesel bir kültüre ait olmak	Turistik animasyon ve düzenlemeleri içeren kararların özerkleştirilmesi	Özerkleştirilmiş turistik politikaların öneminin kabul edilmesi gerekliliği
	Çok uluslu zincirlerin yerleşmesine karşı direnme	Muafiyetin geliştirilmesi gerekliliği
		Yerel veya bölgesel turistik animasyonların geliştirilmesi gerekliliği

Başkalarının kabul edilmesi (özellikle yabancıların)	Görenekleri ve dilleri nedeniyle yabancı ziyaretçi akınına karşı zayıf bir hoşgörü	Yerli nüfusa oranla daha az olan yabancı sayısının bilincinde olma gerekliliği.
Gittikçe daha da karmaşıklaşan bir dünyada sadelik arayışı	"Basitleşmeye karşı istekliliğin" veya tutuculuk töresindeki artış.	Çok çılgın olmayan ve aşırı derecede enerji israf etmeyen ama eğlendirici ve dinlendirici etkinliklerin Yolcuların özellikle de yaşlıların kısıtlanmışlık hissi yaratacak bazı sorunların en aza indirilmesi gerekliliği.
Kişisel gelişme (duygusal ve fiziksel)	Kirlenmemiş bir doğal ortamda dinlendirici etkinliklere duyulan talebin artışı Kısa bir zaman süresi içinde duygusal ve fiziksel yeteneklerin kullanımını sağlayan etkinliklere duyulan talebin artışı	Doğal bölgelere girişi düzeltme ve eksiksiz donatılar üretme gerekliliği Turistik tatil süresince çok geniş bir etkinlik yelpazesi düzenlemek ve bu etkinlikler süresince kullanılan donatılar ve programların karşılıklı sosyal ilişkilere en iyi şekilde olanak sağlayacak şekilde düzenlenmesi gerekliliği

olana doğru dönüştür... seyahat her zaman bir geçiştir, yaşama hazırlayıcı deneylerden geçme, bir öğrenme şekli; şu veya bu şekilde seyahat bir hac yolculuğudur... her zaman daha yükseğe, daha uzağa". Québecli sosyolog Marc Laplante seyahati açıklamakta ve bu açıklamadan çıkarak turizmin değerleri sorununu dile getirmektedir. Turizm ilişkiler ve iletişimler sistemi, anlamı çok az araştırılmış bir ürün ve değerler taşıyıcısıdır.

Birçok dil, popüler konuşmada "değer" sözcüğüne yiğitlik, cesaret anlamı vermektedir. Felsefe ve metafizikte *değer* bazı şeylerin, nesnelerin ve bazı kişilerin saygıya ve aranmaya değer olduklarını belirten bir niteliktir. Çağdaş *değer* kavramı iki şeyi birlikte ifade etmekte, görsel ve moral nedenlerden dolayı bir eylemin hem istenildiğini, hem de olabileceğini anlatmaktadır. Kısacası, bu kavram birey veya grup tarafından değer adı verilen eylem normlarına başvurarak olanı değiştirme ve varolanı dönüştürmek için birey veya grup tarafından ihtiyaçlar, istekler ve olasılıklar üzerinde durulmasını sağlamaktadır.

Sosyolojide, toplumun hiyerarşik sıralamasında çeşitli görevlerin birbiriyle ilintili olarak önemini belirtmek için çoğunlukla *değerler sistemi* terimi kullanılmaktadır. Örneğin Batı toplumunda *ekonomik değerler* hiyerarşide yüksek bir sırayı işgal eder ve bu da *turizm değerlerine* yansır ki, öteki değer ve terimlerin arkasına gizlenmiş olmasına karşın ekonomik akılcılığa başvuruda, sürekli işin içine girmektedir.

Öte yandan, Talcott Parsons'un belirttiği gibi sosyal sistemlerle kişilik sistemleri arasındaki en önemli benzeşme, birinin ve diğerinin değerler taslağında ortak bir içeriğe sahip olduklarında içiçe geçmelerindedir. Ancak, 2 temel farklılık vardır:

- Kişilik değerleri taslağının kapsamı sosyalleşme sürecinde değişen sosyal rollerin dışa vurulamaması olarak tasarlandığına göre, hiyerarşileri sosyal sistem değerlerinden farklılaşmaktadır. Çünkü, birey, aynı anda tüm sosyal yapı içinde ve onun aracılığı ile değil, belirli bir kronolojiye göre ve okul, aile gibi uzmanlaşmış organizmalarla sosyalleşmiştir.

- Özgül gerçekler ve adaptasyon gerekleri ve kişiliklerin bütünleşmesi, herhangi bir sosyal sistemde birbirlerinden uzaklaşmaktadırlar. Değerlerin kapsamı gerçekleşmelerinin gereği, çok değişik sorunlara doğru yönlendirilmiştir.

Turistik değerler sorunu nedir? Sözkonusu olan, önemlerine göre hiyerarşik olarak sıralanmış bir liste yapmak, sonra da karşılıklı yapılarını ve aralarındaki ilişkiyi tanımlamak mı? Her çağda, felsefeciler değerler sorununu tartışmışlar, doğa, ahlâksal yargı, güzellik, aşk, dostluk, gerçeklik, doğruluk ve zorunluluktan söz etmişlerdir. Turizm değerlerinin anlamını incelemek özellikle de sosyal, kültürel ve düşünsel değerleri incelemek, seçilene karar vermek dışlanana karşı çıkmaktır. Sonuç olarak bazı değerlendirici tutumlar benimsenmeden turizm üzerine bir şey söylenemez.

Turizm, burjuvazinin kendi gücünü dünya üzerine yaydığı bir sınıfın damgasını taşıyan mutluluk kavramının kendini kanıtladığı bir dönemde ortaya çıkmıştır. 18. yüzyılın ikinci yarısına kadar, mutluluk düşüncesini yadsıyan değerler üstün gelmekteydi. Onur, gelenek, ırk, kahramanlık, kan, yüksek sınıfın değerleriydi. Şövalye yiğitliğinin ve saray aşkının büyüklüğünün bedelini, bir sürü engelden, yöneldiği olumsuzluklardan elde etmekteydi. Başarı, zafer ona gerekli değildi. Yokluklar bile güzelliğe "soylu davranış" katıyordu. Ve kurnazlık, çıkar aş-

kı, tedbir, köylüler, zenaatkârlar gibi küçük halk kitlesi tarafından bir gereklilik olarak yaşanırdı. Burjuvazi, baskın sınıf haline gelirken, 18. yüzyıl düşünürleri aracılığı ile insanoğlunun saygınlık kazanmasını başlatan mutluluk düşüncesine damgasını vurur.

Jean Cazeneuve'ün burjuva mutluluğu üzerine açıklaması hatırda tutulabilir: "İlk önce bir sosyal konum; bu paradır, güvenliktir, yani tanrı istediği takdirde mükemmel bir sağlığın da eklendiği, somut koşullar bütünü. Subjektif açıdan da aynı, düzenlenmiş bir varoluş içindeki huzur ve erdemlerin deneyimi olmadan bu düzen olanaklı değil... Burjuvazi doğal girişim esprisini, hatta hesaplı bir risk zevkini kanıtlamış olsa dahi, ailenin yaşadığı evin duvarları arasında, donuk bir gizlilikte bozulamayan bir mutluluk aramaktadır. Doğaldır ki bu çerçeveye indirgendiğinde, kendi kendine yetmekte ve kutsal bir egoizmle nitelik kazanmaktadır.

20. yüzyılın başlarından beri burjuva değerlerin eleştirisine tanık olunmaktadır. İlk önce, akla ve kuantik fiziğe eşlik eden klasik mantığa karşı reaksiyon oldu. İkinci ortaya çıkan sorun Batı imparatorluğunun sonuyla çakıştı, hızlandırılmış ya da iki dünya savaşıyla körüklenmiş son. Üçüncüsü ise Marx ve Freud tarafından başlatılan ahlâk eleştirisi, ya da 1968 Mayıs başkaldırısından veya Herbert Marcuse'den ileri geliyordu. Zevk prensibi bir müddet için Fourrier tarfından önceden kestirilen zevk devrimine bağlayarak doğruluk prensibinin yerini aldı. Böylece yaşam kalitesi özlemi temel ihtiyaç haline geldi ve nicelleştirilmiş yaşam ritmine karşıt olarak para ve maddesel mülk üretimiyle 19 yüzyıl boyunca ölçülmüştür. Turizm değerler sistemi gelişimine karşı bir reaksiyon, bir tür "burjuva" zincirini kırma şekli değil miydi? Aynı zamanda değerler

boşluğuna karşı bir tepki değil mi? Artık işçi ve girişimcinin yaşamı sonucu geçirilen tatiller burjuva mutluluk değerlerine orantılı değildir: Edgar Morin'in sözleriyle "değerlerin tatili, tatilin değerini oluşturur".

Teknolojik devrim ve özellikle araştırma ve bilgi toplama ile belirginleşen sanayi toplumlarında turizm ve dinlence, değerler sistemini etkilemiştir. Turizm ve dinlence kendiyle ve başkalarıyla daha geliştirici ve yakın ilişkilere doğru yönelmiş bir dünyanın ayrıcalıklı yeri haline dönüşmüş gibi gözükmektedir ki: Buradan hareketle, *Homo Ludens*'e gönderme yapan kaynaklar karşılıklı ilişkide ve anlayışta daha becerikli olduğunu ortaya koymaktadır.

Turizm ve tatiller sayesinde dönüşüme uğrayan toplumlarımızın değerler sistemi, çeşitli etkinlik kategorilerinde gerçekleşiyor: Bunların hepsi birlikte, insanla ilgili çalışan sektörlerin tümünü, özellikle de kültürü etkileyecek olan yeni bir sistemi kapsıyorlar.

1. Turizm ve Değerlerin Değişimi - Bütün sosyal sistemlerin değerler sistemi, sistemin sürecini bireylerin motivasyonu yardımıyla denetlemektedir. Genelde değerler sistemi bir yandan bireylerin kişilikleriyle içselleşme yoluyla, diğer yandan sistemin diğer üyeleri tarafından kabul ettirilmiş yaptırımlarla, hareket halinde, içselleştirilmiş yönelimleri durağanlaştırmaya ve değişken ihtiyaçlara özgül tutumlar geliştirmeye yönelmektedir. Bu iki olgu hem kendi değerlerini belirttiği hem de başkalarının eylemlerine yaptırımlar uyguladığından doğal olarak birbirleriyle bağımlılık içindedirler. Ancak, üretim ilişkilerini ve bazı sosyal sınıfların inişini, diğer bazılarının çıkışını sağlayan, mevcut ilişkileri değiştiren etkin bir faktör olduğundan, turizm sözkonusu olduğunda, farklılaşmaktadırlar.

Turizm, davranış değişimlerine yol açmaktadır. Turizm sosyal sınıfların, toplumsal konularla ilgilenenlerin ve toplumların, bütünleşme koşullarını değiştirmeyi ve yenilemeyi sürdüren bir hareket ve "her şeyden önce turizm bir sosyal bağ" olduğuna göre başvurduğu sosyal değerler çalışma değerlerinden farklıdır (işbölümü, mülk, hizmet yayılımı). Kültürel zenginleşme, dinlendirici çalışma fırsatı, ve kentleşmiş, sanayileşmiş toplumların çalışkan kitlelerine çevre değiştirici seyahatlerle çalışma güçlerini canlandırma olanağı sunduğuna göre, birçok sosyal ihtiyaca da yanıt vermektedir. Sonuncu olarak da, iş örgütlemesinin etkili yapılaşmasına karşı bir tepkidir. Tepkidir çünkü, genellikle turizm, yapılaşmadan bireyin özgür inisiyatifinden kaynaklanarak yaşanmaktadır.

Turizmin sosyal değerlerine dayalı bir yaklaşım; taklidi etkenler, din, düşünce biçimi, sosyal çevre, düşünsel ve kültürel formasyon, milli tabiyet ve yaşa göre belirginleşen insan gruplarının turistik davranış kriterlerine kaynak oluşturmaktadır. Bu gruplara göre bir takım değerler değişmektedir, özellikle şunları sıralayabiliriz:

- Yaşamdan yararlanmak ve ihtiyaçları tatmin etmek gerekir ve tatiller lüks olmaktan çıkıp gereksinim haline gelmektedir.
- Kent yerleşiminin neden olduğu huzursuzluktan dolayı yaşama ve doğaya karşı duyarlı olmak gerekir.
- Bir sağlık sorunu ve psikolojik denge, öncelikli bir kaygı olarak belirmekte ve vücutla zihin arasındaki uyumu sağlamaya yardımcı olmaktadır.
- Para biriktirme eğilimi düşmektedir.
- Aynı sosyal çelişkilerle karşılaşan bireyler değişmeyi ve yaratıcı olmayı gittikçe daha fazla istemektedirler.

- Gittikçe daha büyük bir oranda bireyler çok çeşitli duyumsal heyecanlara karşı daha duyarlı hale gelmektedir.

- El işi yadsınmakta, bilgi edinme şekli olarak gizil eğilim ve anıştırmaların bilincine varılmaktadır.

Bu davranış ölçütlerinin içinde iki öge, tüm sosyal sistem üzerindeki yan etkilerinden dolayı daha derinlemesine incelenmeyi gerektirmektedir: Turizm yoluyla toplumsal kaynaşma ve bütünleşme. Dinlence ve tatile gidiş konusunda açık bir ayrım vardır ve bireylerin güncel varoluşları, çalışma koşulları, yaşam biçimleri, formasyon düzeyleri arasındaki ayrımlar farklılaşmayı getirmekte ve tatil seçimini zorlaştırmaktadır. Temel neden yaşam düzeyidir. Bunun içindir ki, sosyal turizm politikaları bu farkları ortadan kaldırmaya bağlıdır. "Her şeyde olduğu gibi bunda da somut gerçek aynı anda her şeye hakkı olması değildir. Daha geniş bir kitleye açık olan karşılama gereçlerini finanse etmek ve daha geniş bir devinim sağlamak için büyük bir çaba harcamak gerekir. Durması gereken bir şey varsa o da özel kişilerin toprak ve alan istiflemesi yerine, kamu kuruluşlarının, çoğunluğun tatil ve dinlence gereksinimlerini karşılayacak olanakları sağlamaları gerekmektedir.

Bu ayrım aynı şekilde tatil tarihlerini ve yerini saptamada olduğu kadar, konaklamada da hatta dinlence tatillerinin kendi kapsamında da vardır. "Asgari bir kültür özerkliğinin sürekli olarak günlük gereklerden çıkartılan bir asgari kaynağı gerektirdiğini hatırlamak çok banal. Bunların günlük yaşam içinde tüketim çağrıları, yayınlar, medyalar ve haberlerin verdiği mesajlarla mesafe kaydetme olanağı yoktur, bilinmeyen ya da az çok kabul ettirilen, hasat süresinin kısa olup da merkantil ısrar-

ların daha etkin olduğu yerlerde kendilerini savunma olanakları da yoktur". Söylenmek istenen şudur ki, tatilin kapsamının kişisel olarak seçimi, diğerlerine eklenen bir ayrıcalıktır. Birey zamana ve bütçeye ne kadar az bağımlıysa tatillerini düzenlemek ve kendini geliştirmek için o kadar özgürdür.

Kendi açısından, kaynaşma olgusu, coğrafi ve toplumsaldır. Kolaylıkla ölçülebilir ve turistik otoriteler tarafından da çok yeğlenmektedir. Ancak, Turizm Yüksek Konseyi'nin altını çizdiği gibi "Kaynaşma bir değer, kendi içinde bir amaç, bir atılım mıdır? Diğer yandan, neden bir kaynaşma ve hangisi tatil veya dinlence süresinde olmalı? Evet, kaynaşma olmalı, insanların özgürlüklerine dokunmamalı... Değişmez bir değer olarak kabul edilmesi de sözkonusu: Farklılık hakkı, ortaklaşma hakkı, ilişki veya ortak tutku hakkı gibi. Dinlence spor ve tatil yerlerinin seçiminde eşitçilik, her şeyden bulunan büyük evrensel bir karışım, her zaman ve herkes için, bir aldatmaca ve dahası bir çelişkidir." Tatil yerlerinde karşılaşılan ülkelere, ailelere, meslekler ve yaşlara göre gruplandırmalar "başkalarına" "dış saldırılara" karşı içgüdüsel bir savunmadır. Bir tür kendini koruma ve karşılıklı olarak cesaretlendirme yoludur. Karışım kisvesi altında ayrılma zorunluluğu düşüncesi korkunç bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Gerçekten de tatil sürelerinin coğrafi ve toplumsal kaynaşma için en uygun zaman olduğunu vurgulayanlar az değildir, hatta şunun gibi bazı mitler bile vardır: "Patronlar ve işçilerin büyük dostluğu, bütün kaçıkların iletişimi, tabuların ortadan kalkışı, bu kaynaşmalar sayesindedir."

Buna karşın, düşüncelerin, zekâların, deneyimlerin iletişimi, soyutlanmış 'vatansız kişiler' endişeli azınlıklar ya da parasızlar, yerleşmiş oldukları yerlerin karşılama bölgelerinde turistik gecekondu

mahallelerinin açılması, meslek, sağlık ve yaş engellerinin açılması -en azından dinlence ve tatil süresince- toplumların karşılaşması, karşılıklı ilişki, bilinmeyen yörelerin keşfi, karşılıklı olarak köylü-kentli yaşam koşullarının tanınması, bütün ufukların genişlemesi: Sözkonusu kaynaşmanın yararı gerçekten bunlardır. Tutku, ayrımların kaldırılması kadar, toplumsal yaşamın düzenlenmesi boyutundadır.

Aynı şekilde, turizm sportif etkinliklerin geliştirdiği sosyal değerleri de tahrip edebilir. Aslında tatiller gittikçe daha çok olimpik oyunların dışındaki etkinliklerle geçiriliyor: Tenis, sörf, yelken, balık ve kara avı, golf... Öte yandan, turizm çok nadir olarak seksizmi ve şovenizmi özendirir. Hiç şüphe yok ki turizm, spor ve dinlence profesyonelleri arasında yarattığı kopuklukla dışa kapatılan bir tekniğin ustalarını ve cahilleri basit tüketiciler rolüne sokmaktadır. Bu kopukluk, ortak bilincin köklü yapısı haline dönüşmeye yönelmektedir: Sporun kuşkusuz kesin politik etkiler uygulamasına karşın, 1983 Mart'ında Fransa'da seyahat özgürlüğü konusunda bir dizi hareketle karşılaşılmışsa da, turizm daha az kışkırtıcıdır.

2. Turizmin Düşünsel Değerleri - İnsan yaşamında turizmin bilinmeyen yeri kısa zamanda dinsel otoriteleri, düşünürleri, felsefecileri ilgilendirmiştir. Turistin dikkatini çekecek ve onu tatili süresince dinsel, düşünsel ve ideolojik düşüncelere sevk edecek değerler nelerdir? Hatta bazıları, bu süre içinde insanoğlunun turistik seyahatleri, kişiyi başka tanrıları kutsal saymaya veya "kaybolan cenneti" aramaya yöneltecek olan düşünsel bir boşluk hissedip, hissetmediklerini bile sorgulamıştır. Bazıları plajlarda, dinlence ve spor yerlerinde, müzelerde, turistik şehirlerde kutsal şeyin değişimine şahit

olduklarını vurgulamışlardır.

Demek ki sorun, ücretli izinler ve tatillerle boşalan zamanın düşünsel, yani dinsel veya felsefesel değerlerin gelişimini sağlayıp sağlamadığını bilmektir. Bütün sanayileşmiş toplumlarda, son yüzyılın ortasından bu yana dinsel etkinliklerde bir düşüş gözlenmiştir. Pazarlar, günümüze kadar genellikle dinsel uygulamaya ayrılmışken, daha sonra dinlence günü haline gelmiş ve week-end olmak için iki katına çıkmış, kentsel toplum yaşamında ayrıcalıklı bir zaman süresine dönüşmüştür. Tatiller sürdükçe, dinsel etkinlikler daha da azalacaktır.[8]

Turizm ve toplum değerlerinin analizinde gözlendiği gibi davranış değişimleri dışında, burada sosyal analizin sorduğu bir soru vardır, o da kollektif bilinçsizliktir. Özellikle Georges Dumézil'de göze *çarpan bu kollektif bilinçsizlik kavramının dayandığı* postüla şudur: Kollektif bilincin dışında, grubun bilinçsiz ruhundan varoluş "bu grubu oluşturan ögelerin öznel tepkilerinden ayrılamaz". Turizme uygulanan sosyal analiz sayesinde, ahlâk ve töre tarihi, değerler sisteminin dağılımı ve yetenek/bilgi sosyolojisinin sorduğu bazı soruları yeniden formüle etme olanağı olacaktır. Bu sosyal analiz diğerleri arasında, görüntülerin, düşlerin ve mitlerin simgesel kalıbı düzeyinde, bütün kültürlerin kendilerini insan türüne özgü aynı toplam bilinçsizlik içinde bulduklarını gösteriyor. Kuşkusuz, aykırılıklar kol-

(8) Tersine, Dinlence Turizm Gerçekleri Pastoralı *(Le pastoral des réalités du tourisme et des loisirs)* (Fransa) ikincil konutlar konusunu incelerken çift olgu saptamıştır. Önce, tatil süresi, her türlü şekliyle dinsel uygulamaların duyarlı bir artışına tekabül etmektedir. Sonra da, birincil ve ikincil konut halkları arasındaki ilişkilerin uyumu zorlaşmaktadır. Eğer kiliseleri ziyaretçiler dolduruyorsa, yöre sakinleri, tatilleri ve hafta sonlarında yaşamdan yoksun kalmış olarak kiliseleri terk ediyorlar. Kıyaslayınız, Valéry Patin, Turizm ve düşünsel yaşam *(Tourisme et vie spirituelle)* Espaces, Temmuz 1981.

lektif bilinç düzeyinde olduğu kadar kollektif bilinçsizlik düzeyinde de varolmaktadır. Seyahat ve en eski şekillerinden biri olan hac yolculuğunun ortak temellerini birçok toplumun kollektif bilinçsizliğinde bulan düşünsel boyutları vardır.

A) Hac Yolculukları - Pèlerinage/Hac yolculuğu sözcüğü, tipik Batılı bir sözcüktür, ancak belirttiği olgu evrenseldir. Bir dinsel antropoloji gerçeğidir, yalnızca kurumsal olarak kurulmuş bir dine bağlıdır, ancak başka gerekleri de içerir: Hac yolculuğunu kutsallığın öznel varlığıyla yaşayan insan grubunun kutsallığa katılımı ve kutsallıkla karşılaşması.

Hac kutsal bir yere doğru yapılan yolculuktur. Latince'de *peregrinus* hem yabancı hem de baştan aşağı boşlukta dolaşan, geçen, yolculuk eden ve kutsal şeye rastlamak isteyen kişi demektir. Bu karşılaşma dillere sığmaz niteliğini de beraberinde getirerek kendini karmaşık kodlar, kurallar ve deneyler sistemi halinde oluşturmaktadır. İçeriği özellikle, hacılar grubu, kutsal şeyin resimleriyle süslü kutsal yer ve bu yere bağlı rahiplerden oluşur. Demek ki hac yolculuğunun merkezinde bir veya birçok görüntüyle beliren kutsal bir yere, bir aziz veya kutsal bir kişinin mezarı, bir kutsal kabul edilen nesne, bir iz bulunmaktadır. Mağaralar, kaynaklar, yüksek dağ tepeleri gibi coğrafi engebeler, hac yolculuğu için çoğunlukla kutsallaştırılmış yerler olarak sunulmaktadır. Bu yer çoğunlukla oranın kutsallığına inanan bir grup tarafından yaratılmış, yapay bir topluluğun çevrelediği bir yerdir. Kiliseleri, tapınakları, kaynakları, mağaraları içine alan bir sur vardır. Bu surun sınırları çizildikten sonra hacıyı başka bir dünya çevreler.

Şimdiye kadar hac yolculuklarının, insanın derin bir özlemini tatmin ettiği ortaya çıkmıştır.

Doğu'da olduğu kadar Batı'da da Antik Çağ'da çok fazlaydı. Her geliştiklerinde belli bir turistik alt yapının çıkmasına neden oluyorlardı. Eski çağlarda, Yunanlılar Delphes İpidor ve Elesis'e giderlerdi. Hıristiyan olan Ortaçağ, bugün bile kutsal sayılan bir takım şehirlere doğru yolculuklara girişirdi. Kudüs, Roma St. Jacques-de-Compostelle, Chartres, Köln, Canterbury... Böylece, kilise gerçek bir seyahat organizatörü, yolculuk için tutulan danışmanlık ve eğitim ajansı haline gelmişti. Büyük dinsel gösteri merkezlerinin yolları, 14. yüzyıl sonlarında en azından yarım milyon hacıyı çeken, konuksever keşiş derneklerinin bu işe ayrılmış konaklarıyla doluydu. Bugün gezilen ve bu tür turizmin önemini kanıtlayan konaklar ve manastırlar bunlardır.

İslam dininde Mekke'ye hacca gitmek dinin 5 koşulundan biridir. Yaşamı boyunca parasal gücü olan, özgür tüm yetişkinler için zorunludur. Bu hac, Müslüman toplumunu derinlemesine etkilemiştir: Toplumların kaynaşmasına, bilginlerin seyahat etmesine, ticaret akımının yaratılmasına olanak sağlamıştır. Hacılar, Kuzey Afrika, Orta Afrika, Batı ve Güney Asya gibi çok uzak yerlerden gelmektedir. Ortaçağ'da son derece büyük bir ticaret fuarı Kabe'nin etrafında yapılan hac sırasında açılmıştır aslında. Öte yandan Müslüman dünyasında, Murabutizm'e bağlı daha az önemde başka kutsal yerler de vardır. Peygamberin mezarına yapılan ziyaret murabutlar* ve azizler için yapılan mezarlara örnek olmaktadır. Örneğin İran'da her yıl yaklaşık 3 milyon hacı Kom ve Maşed'deki gökten inen 12 kutsal imamın mezarlarını ziyaret ederler. Afrika'da Tombouctou, Agades, Touba, Kaolac gibi çok meşhur murabutlar vardır.

Hint dininde, kurtuluşa giden yollardan biri de

(*) Murabut, Kuzey Afrika dervişlerine verilen ad. (ç.n.)

kutsal bir yere tapınmaktan geçer. En önemli hac yolculuğu ise Ganj nehri üzerinde Vanarasi'ye (Bénarès) gitmektir. Aslında bütün akarsular Ganj'ı simgeleyebilir, dünyanın hemen her yerinde olduğu gibi, amacı bir kaynak olan yolculuklar hac sayılmamaktadır. Hatta bütün Güney Asya'da hac yolculukları çok tutulmaktadır ve genellikle deniz veya nehir kenarlarına kurulan kutsal yerlere yönelmektedir. Hac yolculukları, kitleleri yalnızca bir tören dolayısıyla değil, yıl boyunca muson mevsimi dışında da seyahat ettirir.

Japonya'da hac yolculuğu çok yaygın bir deneyimdir. Özellikle shinto dernekleri tarafından İsé'ye düzenlenen hac yolculukları temelde çok büyük bir kitlenin yer değiştirmesini sağlamıştır: 19. yüzyılın ortalarında burada 5 milyona yakın hacı olduğu saptanmıştır. Bunların birçoğu çevrelerinden izin almadan, yasal ve sosyal bir sürü yasağa karşın "kaçak hac" yapmışlardır. Bir yandan hac çerçevesinde, hac kurallarıyla birleştirilen deneylerin uzun bir yol katetme ile noktalandığı özgürleşme olanağını sağlayan "mandala" Budist kavramını; diğer yandan Çinli Taoizm tarafından göklere çıkartılan seyahatlerin gelişmesini belirtmek gerekir: Bir şanssızlık veya bir hastalıkla cezalandırıldığına inanan inanç sahiplerinin halk arasında günah çıkartarak, hakla iletişimini düzeltmek için yollarda çalışarak ve yolcuların bedava beslenip konakladığı "hayırsever konaklama yerleri" kurarak kendini ıslah etmesi gerekir.

B) Turizmin Kırsallığı - Kuzey Amerika ve Avrupa'da kitle turizminin gelişimiyle "kır turizmi" hareketi başlamıştır. 1960'dan beri çeşitli dinsel otoriteler "düşünsel değerler ve turizm" konusundaki düşünce ve toplantıları çoğaltmışlardır. 1967'de düzenlenen bir toplantının sonuçlarından birinde

"kişiyi, insanlık dışı ve sömürgen bir çalışmanın kullanımı ve hizmetinden kurtaran, daha doğal, geniş ve açık bir ortamda kendi ve başkalarıyla diyalog kurma olanağı sağlayarak, kişiliğini sınırlandıran ve koşullandıran, bazen de düşünsel açıdan sağlıksız çevreden uzaklaştıran" turizm, insanoğlunun bir kazancı olarak kabul edilmiştir. Bu bakış açısından çıkarak turizm, ailenin olduğu kadar, toplumsal gelişme ve değişmenin, evrenle insan arasındaki dayanışmanın ve son olarak da insan kişiliğinin restorasyonuna bütünlük getiren bir araç olmuştur.

"Kır turizmi" konusuna eğilenler için tatiller insanların karşılıklı bilgilenmelerine ve kişilik açısından gelişmelerine, sosyal sınıflar ve ırklar arası farkların kalkmasına, toplumların soyutlanmasına son vermeye, zararlı önyargıların kafalardan silinmesine yardımcı olabilmektedirler. Turizm yalnızca toplumlar arası dostluk ve barış aracı olmakla kalmayıp, aynı zamanda çeşitli dinlere inanan ve inanmayanlar arasında somut ve etkili ilişkileri kolaylaştırmak ve "bütün kiliseleri birleştiren toplantı ve iletişim aracı" da olabilir.

Diğer saptamalar, turizmin düşünsel değerlerinin gelişimine bağlı olarak insan saygınlığının ve kişiliğinin restorasyon ögesi olarak kabul edilmesi gerektiği olgusunda yoğunlaşmaktadır. Turizm sayesinde ruh ve vücut günlük yaşam ritminden ve iş yoğunluğundan çıkarak, sağlığına kavuşmaktadır. İnsanoğlu yaşamsal hareket ve özgürlük gereksinimini yeniden öne sürmekte ve özel bir içtenlikle iletişime ve birlikteliğe tam bir özgürlük ve büyük bir güven içinde, kişiler arası diyaloğa önem vermekte ve ilişkiler kurmaktadır. Demek ki, turizm yalnızca çalışma yaşamının monotonluğundan kurtulmak için basit bir kaçış ya da basit bir dinlence değildir.

Aynı zamanda insan insana ve insan-evrene karşı dayanışma faktörüdür, çünkü doğayla insanın doğrudan ilişki kurmasını sağlar ve doğanın kendi zenginliklerini değer kazanacak şekilde ortaya koymasına yardımcı olmaktadır.

Bunun içindir ki, II. Vatigan Din Kurultayı'nda St. Siège ısrarla mesleki çalışmalarında uygulama olanağını çok az bulan işçilerin yetenek ve olanaklarını özgürce ortaya koyabilmeleri gereğini vurgulamıştır. Aksi halde, turizm çalışma çerçevesinde görünen ve dinlence etkinlikleri ve serbest zaman içinden fışkıran toplumsal ve kültürel birçok eşitsizliği körükleyecek, hatta geliştirecektir.

Demek ki, turizm, din, düşünsellik, birbirine sıkı sıkıya bağlıdır. Orada bile turizm, daha iyi tanımayı amaçladığı kurallara, mitlere ve köklü özlemlere cevap vermektedir.

3. Turizm Mitleri ve Kuralları - Hac yolculuğunun kutsal ve düşünsel boyutlarının incelenmesi; özellikle ziyaret ve kültür turizmi konusunda, katılma şekil ve kurallarının turizmin kendi içindeki uygulamalarda hac yolculuğuna benzeyip benzemediği sorusunu sormaya yöneltmektedir. Kutsal şeyle karşılaşmayı anlatan 4 temel şekil çıkarılabilir:

- Kutsal nesneye dokunma: Çağdaş müzelerde yalnızca bakmak için değil dokunmak için de konmuş olan nesnelerle bir kıyaslama yapılabilir.

- İçme, bir şey koklama, içine çekme. Bu Paris'in veya başka yerlerin havasının bulunduğu bu demir kutularla alay ediliyor, ancak bir anlamı vardır. Ve de her turistik şehrin barı ve soğuk bir güzel suyu vardır.

- Bağış kutusu: Sadaka kutusu, giriş parası, masraflara veya orası terk edilse bile şehrin yeniden kuruluşuna katılmak için ödenti.

- Kutsal yer terk edilse bile fiziksel olarak orada

bulunmak, duvarlar, taşlar üzerine kazılmış olan bugün cezalandırdığımız kayıtlar ve resimler kilise veya tapınakta..., müze veya anıtın altın kitabı, dilekler ve izlenimler kitabı.

Turistik katılım kutsala katılımda olduğu gibi gezilen yere büyüleyici ve alışılmışın dışında bir nitelik kazandırmaktadır. "Böylece, düşünsel katılım günlük yaşamın boşluklarını kapatmaya ayrılmış, buradan yer değiştirmek için katlanılan sıkıntı, kendini kutsal yola adamayla uzamda bir hakimiyet kurulmuştur." Hac yolculuğu bütün turistik etkinliklerde olduğu gibi terapi boyutunda yer almaktadır. Böylece, kutsalı kavrayışı ve düşünsel boyutuyla yaşamsal bir artık değer yaratılması olarak ortaya çıkmaktadır. Turist ve otelci arasındaki karşılaşmadan doğan kültürel ve düşünsel kaynağın niteliği aynıdır. Önce turist genellikle otelci tarafından önerilen alışılmış yerleri gezer. Bu konuda bilinçsizse, onları yıpratma ya da kutsal niteliklerini yoketme riskiyle karşılaşılır.

Son olarak, konukseverlik kavramı içinde Hospes mitine bağlı olan düşünsel boyut vardır. Kökende bireyin yasalarla henüz az korunduğu Antik Dünya'da konukseverlik kutsal ve temel bir görevdi. Yunanistan'da sığınacak konak arayan bir yabancı Odisse'nin Homeros şiirlerinin anımsattığı gibi her zaman tanrı misafiri olarak kabul edilirdi. Otelde bir yemek vermek, şöminenin önüne oturtmak, bir yatak hazırlamakla yükümlü olunurdu. Kamu hukuku geliştiği ölçüde Yunan site yasalarına konukseverlik girmiştir. Dinsel törenler için gelen yabancılar ya da kurduğu metropolle bağlarını korumuş olan bir koloninin üyeleri böyle karşılanırdı. Bir şehrin bazı vatandaşları yılın belirli dönemlerinde yiyecek ve yatak verme zorunluğunda bırakılırdı. Uluslararası ilişkilerin kurulması, diplomat

ya da tüccar olsun, denizötesi yabancılara konukseverlik kavramını yaymaktadır. Antik Roma'da konukseverlik uygulaması daha yasal ve ticari bir karaktere bürünmektedir, buradan da Roma'da hanlar kurulmaya başlanmıştır. Günümüze dek, konukseverlik toplumların çıkar ilişkilerini yönetmiş, Müslümanlar tuzlarını konuklarıyla paylaşmış, Japonlar ise onları çay törenlerine davet etmişlerdir.

Ancak Hospes, turizmin köklerini ve değerlerini açıklayacak tek mit değildir. Sanayileşmiş toplumlara, varolan mitleri unutmaları yenilerini oluşturmaları öneriliyor. Ya da genellikle, toplumların kendilerini içine attıkları yeni mitlerin onda dokuzunun; çok eski, arkaik ya da barbar olma şansı vardır ve çağdaş maskeleri görmüş geçirmiş bir gözü aldatamaz. Québecli rahip Roland Dufour'un "Dinlence ve turizm mitleri" adlı tezinde altını çizdiği gibi "Günümüzde mitler zamanla uyumsuzluğa varabilen bir propagandaya sürüklenmiş olsa dahi, kendini sağlamlaştırma yolunu bulmuştur. Tanrılar yeniden çağdaşlarımızı beklemektedir. Ve de madem ki çok kişi için çalışma zorlayıcı ve çıldırtıcıdır, çağımızda yaşayan bu mitler dinlence ve özellikle de tatil sürecinde daha fazla önem kazanmaktadır."

Nasıl ki, güneş yaşamın temeliyse mitler de düşüncenin temelidir. Yunanlılar için Le *Logos* ve Le *Mythos* dilin iki yarısı ve aynı şekilde düşünsel yaşamın iki temel fonksiyonudur. Felsefeci Paul Ricoeur için mit, insan düşüncesinin irrasyonel bölümünü yanına çekmek için vardır ve mitler masal değil, ancak bir yaratığın diğerleriyle ilişkisinin simgesel çerçevesinin bir açıklamasıdır. Mircea Eliade gibi diğerleri de mitin ilkçağlarda "mitolojik dönemin başında" geçmiş olan kutsal bir hikayeyi

anlattığını söylemektedir. Roland Dufour'a göre tatiller mitlerin yeşermesi için yeğlenen bir alan ve özgün bir zamandırlar. Geçicilik veya ömrün kısa olduğu duygusuna kapılan insanoğlu mümkün olduğu kadar fazla tadını çıkarmak ister. Büyük çoğunluk için tatil ve dinlenceler artık istek ve umutlara doğru yönelmektedir.

Doğasının akılcı görünümünü son derece geliştirmiş olan çağdaş insan, "ilkel ve eski mitolojide beliren imajları tatil düşlerinde ve tatil süresince aynen bulabilir mi" sorusunu sormak gerekir. Roger Caillois mitler sorununun en şaşırtıcı görünümlerinden birinin uygarlıkların birçoğunda ortadan kalktığı varsayımının geçersiz olması için, insanların temel ihtiyaçlarını yeter derecede karşılayabilmeleri gerektiğini belirtmiştir. Ancak mitler nasıl ayırdedilecektir, dinlence mitleriyle, turizm mitleri, serbest zamanınkilerle çalışmanınkiler nasıl ayrılacaktır? Bugünkü temel ihtiyaçlar eskilerle aynıdır. Değişen; bu gereksinimleri karşılamak için yapılan çeşitli girişimler ya da onları artıran faktörler üzerindeki vurgulardır. Tatillerin ve çalışmanın, zaman ve uzam içindeki düzenlemeleri ve ritmlerinin sorunsallığı, mitin fonksiyonunun yerini değiştirmiyor gibi gözükebilir, ancak bu, fonksiyonun sürmesine engel değildir.

İşte Roland Dufour bu bağlamda; turizm, dinlence süresi ve tatilleri kapsayan büyük mitlerin bir tiplendirmesini yapmaya girişmiştir. Mitsel yüzleri ve görüntüleri tanrıların, kahramanların ve tanrıçalarınkinden ayırmıştır.[9]

Mitsel yüzler arasında:

- Afrodit ya da güzel vücut miti,

(9) R. Dufour'a göre, mitsel görüntüler, sürekli yenilediğimiz durumlardır, buna karşın mitsel yüzler ruh göçü yaptığımız kişiliklerdir.

- Tarih ya da rastlantının hatta maceranın sömürüsü,
- Minerva ya da halkın sürekli eğitimi miti,
- Sisyphos ya da olamayacak bir dinlence miti,
- Poseydon ya da suya saldırı miti,
- Eros ya da yaşamsal aşk miti,
- Bakkhos ya da içkili eğlenceli tören.

Mitsel görüntüler arasında:

- Altın çağınınki ya da eski güzel zamanların geri geleceği,
- Bolluk boynuzununki,
- Çöl veya çevresel eşitsizlik, kollektif mutsuzluk düşüncesi,
- Gençlik ırmağı miti ya da sürekli yenilenen; gençliği yaşama isteği,
- Heliopolis miti, güvenli şehir,
- Olimpik miti ya da 4 şekilli ciddi oyunlar: Rekabet, raslantı, idol (hayalet), şaşkınlık.

III. Sonuçlar

Kısacası, turizm, dinlence ve tatil arasındaki bağ serbest zamanın evrimi analizinde üstün bir rol oynamaktadır. Terimin belirsizliği ve çeşitli kavramlara geçiş, bu kavramlardaki anlam kargaşasını çoğaltmaktadır. Sosyoloji açısından turizmin gelişimine yardımcı olan bu kavramlar, serbest zaman, ihtiyaçlar ve değerler çerçevesinde belirlenmişlerdir.

Eğer ki, turizm temelde eylem (action) olarak adlandırılan tatmin ihtiyacının karşılanmasına tekabül ediyorsa, bu eylemin sonuçları (ziyaret, gösterilere katılma, spor yapma) turistik etkinlikler dizininin sonunda yeralmaktadır. Böylece, turizm ve tatil sorunu bir taraftan animasyon, diğer taraftan düzenleme, olarak bölünen bir sosyal eylem soru-

nuna dönüşmektedir. Ancak turizm yalnızca; birey için çok karmaşık ve çelişkili olan sanayileşmiş kentleşmiş toplumlarda bir giderme ihtiyacına tekabül etmektedir. Bu mercekten bakıldığında turizmi, bir de dışa açılma veya ayırıcı özellik ihtiyacının sonucu olarak da kabul edebiliriz. Turizm alanları farklılık diyalektiğinin uygulandığı ve tüccarların tavlandığı gösteriş yerleri olacaktır. Bu yaklaşım, toplumlar, sosyal gruplar ve bireyler arası anlayış ve ilişki üzerine kurulan turizm temeline - kısmen de olsa- dayalı olmaması açısından eleştirilebilir. Kayırdığı ihtiyaçlar turizmin ve onun doldurmayı aradığı değerler, serpilme ve gelişme fonksiyonlarının köklü yapısına uymamaktadır.

Sonuç olarak da turistik seyahatin oyun ve şölen değerleri içinde derin köklere sahip olabileceği ihtimali vardır. Oyun (kumar), tatil davranışlarının baskın bir görüntüsüdür: Bu amaçsız görüntü, deniz ve kara avı gibi atalardan kalma etkinliklere katılımın görüntüsüdür. Edgar Morin'in altını çizerek dalga geçtiği "tatilde yaşam büyük bir oyuna dönüşmektedir: Tatil, dağcı, köylü, avcı, ormancı olmayı, savaşmayı, koşmayı, yüzmeyi oynamaktır." Kendi açısından şölenin değeri, değerlerin değiş-tokuşu olacaktır. Bütün kültürlerde, şölen alışılmış çılgınlıklara yer veren bir mittir: Karnavallar, boğa güreşleri, kermesler... Toplumların tarihsel deneyimlerinde şölen, kölelerin özgürleşme işareti, derin özlemlerin aynası ve bazen de kendini aşmak için bir tramplen olmuştur. Aynı zamanda, bağış ve savurganlığın bitmez tükenmez ve gözalıcı israfın görüntüsüdür.

"Bu savurganlık baştan çıkarıcı olabilir ancak, gerçekte insanoğlunun yaşam nedenini yaşam olanaklarının çok üstüne çıkaramayacağını belirtmektedir. Bunun içindir ki, şölene karşı yoksulların du-

yarlılığı diğerlerinden fazladır. Aşırılıklar, yarın olabilecek daha iyi bir gelecek ve bu geleceğin yoksulluk içinde dahi olunsa, bugünden kutlanabilir olduğunu ortaya koyan umut işaretleridir.

Uluslararası Turizm Organizasyonu onun için bir araştırmasında şöyle yazılmasına izin vermiştir: "Herkesin katıldığı, yaratıcılığı ve tutkularıyla coşacağı ve özgürleşeceği bir turizm şöleni düşünülebilir mi? Buna karşın, kuralsız bir oyunda doğaçlamadan ibaret olan turizm şöleni, sanatların sonuncusu olmayı daha çok göze almaz mı?" Her turistin bir başkasıyla karşılaştıkça giderek kendi kendine yarattığı kuralların bilincinde olması gerekmez mi? Bu amaçla, şölen değerlerini "ekmeğinki ve oyununkilerle" karıştırmamak gerekir. Şölenin bölge halkıyla turistler arasında bir ilişki aracına dönüşmemesi de gerekir. Çoğu zaman kötü bilgilenmiş izleyici turistin gözünde, şölen törenleri ve şekillerinin ticari sonuçlara varan gösterimler olmalarını, alışılmış, içeriklerini kutsallıktan uzaklaştıran ve gözalıcı görünümlerini vurgulayan, anlamlarından saptırılmış, yapay sahneler ortaya koyarak turistlerin kendilerini kaybetmelerini önlemek gerekir.

Ne yazık ki, insanı, aklı, bilgiyi ve gerçeği aramaya iten yüksek ihtiyaç patalojisi ve değerler üzerine çok az inceleme -turizm konusunda daha da az- yapılmıştır. Her şeye rağmen turizm, klinik ya da laboratuvar tarafından olmasa dahi tarih tarafından desteklenmiş bir olgudur.

Çünkü kollektif ya da kişisel tarihinin en dramatik anında bile insan, gerçeklerin ve bilginin peşinden koşmuştur. Bu arada eski araştırmalar; bu arayışın kendini çağın sorunlarıyla kuşatılmış hissetme olgusunun, normal insan psikolojisinin karakteristik belirtisi olduğunu ortaya koymuştur. Bu düşünce tarzı turizm deneyimlerine uygulanır.

Eğer bu, bireyler ve sosyal gruplar arası değerler değiş tokuşuna temel oluşturmuyorsa amacına ulaşmamış demektir ve fahişelik, karaborsa, seyahatte uyuşturucu aranması gibi patalojik olayları sürükler ya da, bunlar turizmin dışlanmasını getiren en açık göstergelerdir ki, turizmin sosyolojik etkileri adlı üçüncü bölümde bunu inceleyeceğiz.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
TURİZMİN SOSYO-KÜLTÜREL ETKİLERİ

Elde edilen birçok fikir, turizmin sosyo-kültürel etkileri üzerine gittikçe artan bir tartışmayı açmaya yardımcı olmaktadır. Genel anlamı çoğunlukla olumsuz olan bu ortak yerlerin dışında, turizmin ticari ve teknik aracının, turizm değerlerinin gelişmesine bazen engel olduğunu vurgulamak gerekir. 1965-70'den bu yana bu yönde çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Günümüzde turizmin dışlanması ve getirdiği sosyo-kültürel değişmeler konusundaki belgelerde çoğalma görülmektedir.

Ancak, birçok araştırma olmasına karşın, tanım yapmak ve tüm dayanakları bilebilmek için eksiksiz, metodolojik bir araçtan hâlâ yoksundur. 1975'te turizmin sosyo-kültürel etkileri üzerine sosyolog olanların ya da olmayanların yazılarının dökümünü yapan Raymond Noronha "ekonomistler çok eskiden bilgisizliklerini açıklamışlar ve hemen kendilerini yetenekleri ölçüsünde sosyolojik bir incelemeye zorlamışlardır çünkü, ekonomi ve sosyoloji arasındaki yakın ilişki özellikle turizm konusunda algılanabilir" sonucunu çıkarmıştır.

Aix-en-Provence'da Turizm Yüksek Araştırma Merkezi araştırmacıları UNESCO için sosyo-kültürel değerler üzerine turizmin etkilerini incelemişlerdir, bu olgu ayrıca iki çelişkili tutumun nesnesi olmuştur. Bir yandan bazı sosyolog ve antropologlar Rousseau'nun bakış açısında yer almaktadırlar: Çağdaş toplumlar, ilkel sağlıklı toplumları etkilemiş olan çöküşlerin, aşağılanmaların sonucudurlar

ve ticari turizm bu kaybolan cennetlerin yıkımına yardımcı olmaktadır. Karşıtında, ekonomist buna ters bir bakış geliştirmektedir: Turizm, ulusları ve toplumları ilerletmek için en etkili gelişim aracıdır; bu etkinliklerin doğalarından gelen bir altın çağın habercisidir. Birinciler için "toplumsal çarpıklıklar en büyük kötülüklerin habercisi olacaktır, ikinciler için yalnızca her tür malın üretim başlangıcında görülen, önlenemeyen bir kusurluluktan ibarettir."

Noronha, turistlerin sosyo-kültürel tiplemesi, turistik gelişmenin aşamaları, evsahibi ülkede turizmin etkisi, kendiliğinden oluşan turizmden kurumlaşmış turizme geçiş, turizm uyarılarına yanıt verecek olan evsahibi ülkenin toplumsal yapılarının kapasitesi, gelişmenin katalizörü ya da bölge toplumunu çelişkilerden kurtaran bir araç olarak yabancıların rolü, yöresel kültürleri yeniden yaşatmak veya korumak aracı olarak turizmin rolü gibi konularda olduğu kadar, turistle evsahibinin "Karşılaşma teorisi" üzerine de bir dizi araştırmanın içerik incelemesini yapmıştır.

Buna karşın, yukarıdaki listeden çıkarak turizmin sosyo-kültürel etkilerinin eksiksiz bir dökümünü yapmak çok zor olacaktır çünkü, turizm pratikte yaşandığı kadarıyla hizmet ekonomisine geçiş, sanayileşme ve kentleşme sürecinin sonucudur. Getirdiği toplumsal değişimleri ve bu süreçlerin turizme etkilerini birbirinden ayırmanın zorluğu ortadadır. Çünkü, turizmin etkileri sonuçta, onları yalıtma olanağı olmasa bile karmaşık sosyal sistemin bütün yapısına yayılmaktadır. Turizm, sosyal yaşamın yıldızlararasılaşması ve sanayileşmesi sürecinden bir kademe daha yukarıda sonuçlanacaktır.

Bütün üretken sanayici toplumlara, yani maddesel yaşamda çeşitli üretim şekilleri, sosyal ve kültürel yaşamın koşullarında bir düzelme bekleyen

tüm toplumlara büyük bir soru sorulmaktadır: Bozulmuş ama gelişmiş toplum yaşamı modelini kaçınılmaz olarak mutlaka yeniden yaratmadan, dinlence ve turizmde biriktirilen sosyal artık nasıl kullanılacaktır? Sosyal artık, ya toplumların bir kez sağladığı yarar ya da, devlet tarafından tamamının veya bir bölümünün kamu hizmeti olarak yeniden dağıtıldığı, üretimde yaratılmış olan artık değerin bir bölümüdür.

Turizmin etkileri üzerine bile ciddi bir kayıtsızlık vardır. Çeşitli kuruluş ve yazarlardan gelen dengeli ve derinlemesine bir araştırma isteğine, aşırılıkları dahi olsa bir politik ya da ideolojik partinin tercih edildiğini belirten kesin yorumlar ya da tartışmaya yer vermeyen onaylar çıkmıştır. Sorunu çözmek ve etki değerlendirme yöntemlerini geliştirmek henüz çok zor olduğuna göre daha çok yöntemlerin ayrıntıları yerine büyük düşünce boyutlarını göstererek genel kavramlar üzerine eğilmek gerekir. Yani yenilikçi karakteri ve usa uygunluğu ile turizmin sosyo-kültürel etkilerini turist sunan bölge ve kuruluşlara olduğu kadar turist çeken ülke ve bölgelere de daha iyi ileten düşüncelere eğilmek gerekmektedir.

Demek ki, turizmin etkileri toplumsal değişim sosyolojisi ve tarihe uygunluk sosyolojisi çerçevesinde incelenmelidir. Turizmin beraberinde getirdiği, çoğunlukla toplumsal evrimden ayrılması gereken bir değişikliktir. Toplumsal evrim "bir toplumun uzun bir dönemde yani, bir tek nesilin hatta birçok nesilin yaşamını aşan bir süreçte yaşadığı değişikliklerin tümüdür". Halbuki, "toplumsal değişim" daha kısa bir zaman sürecinde gözlemlenebilir ve kanıtlanabilir değişimlerdir. Diğer taraftan sosyolojik ve coğrafi açıdan daha fazla sınırlandırılmıştır. Değişim, coğrafi uzam içinde ya da evrime oranla da-

ha sınırlı bir sosyo-kültürel çerçevede gözlemlenir. Sosyal değişim zorunlu olarak, yaşam şekilleri ve koşullarına hatta değişime katılanların zihinsel dünyalarına etki eden kollektif bir olaydır. Toplumsal düzen değişimi bütünü içinde ya da bazı ögelerinin zaman içinde kimlik kazanabilecek ve de sözkonusu toplumun bir günlük ya da geçici bir şekilde değil de tarihini etkiliyen bir yapı değişikliği olarak gözlemlenmektedir; değişikliğin gidişi, değişimin eylemleri, olayları ve olguları zinciri ve dizilişini kapsayan bir sürece göre gelişir.

I. Turizmin Bölgeler Üzerine Etkisi ve Turist Gönderen Topluluklar

Turistik bölgeler ve turist gönderen topluluklar, vatandaşlarının büyük bir bölümüne seyahat olanağı vermek üzere bir artık zaman ve gelir sağlamış olanlardır.

1. Seyahat Etmek Yaşamaktır - Seyahat, bugün insanın kendi için bir iyilik yapması, sağlık düzenleyicisi, saygınlık dağıtıcısı olarak kabul edilmektedir. Turizm bu sonuncuyu ödüllendiren ve doğrulayan, günlük yaşamın bir parantezini oluşturmaktadır. Bazen çeşitli kültürler arasında sağladığı kıyaslama ilişkileriyle, birbirlerini daha iyi tanıyan toplumlara ve ülkelere hizmet edebilir, turizm beğenildiğinin farkında olan ve kendini kabul ettirmeyle sonuçlanan, baskın kültürün girdi çıktısını tatmin etmeye yarar.

Bir turist gibi yaşamak, seyahat etmek, bir altkültür olarak dünyanın yıldızlararasılaşmasıyla ilgili, insanın kendi içindeki kültürel bir biçimdir. Sonuç olarak, birçoğu için "uluslararası otel" ya da "havaalanı" biçimi havaalanında bile kolayca yozlaşabilen dönek bir kültür oluşturmaktadır, çünkü,

burada turist akımı, nitelikleri fiziko-kişisel olsa dahi, iş için seyahat edenlerden farklıdır. Seyahat etmek zihinsel sağlığı koruma unsurunu kapsar: Seyahat eden psikolojik gerilimlerini beraberinde götürür, ancak, günlük yaşadığı topluluğun sosyo-politik sorunlarından kopmuş olmasa dahi, bir süre için uzaklaşmıştır. Kullanılan turistik alanla özdeşleşmeme olgusu, komünist ülkeler ya da Meksika gibi[10] bazı ülkelerin elde ettiklerinin tersine boykot edilen turistik yörelerin zayıf kalan yankısını açıklayacaktır. Bundan çıkarak turistik alanın sadece ulusal olmayan bir yönü vardır ve turist bulunduğu ülke konusunda kişisel düşüncesiyle; yaşamsal destek alarak yararlandığı bu toprak parçası üzerindeki kendi varlığı arasındaki ayrımı çok iyi yapabilmektedir. Oysa ki, turizme ayrılan zaman genellikle doğrudan sosyo-ekonomik ve siyasal sıkıntılar içinde bir parantez oluşturmaktadır.

Bunun içindir ki, günlük yaşamdaki bu parantez, sağlık için yararlıdır. Turistin sağlığı ile (yaygın gastro-enterit hastalıklar olan Delhibelly ya da Montezuma gibi tuhaf hastalıklar dışında) aynı zamanda turistlerin ölüm nedenleri ile ilgili az sayıdaki istatistiklerin gösterdiğine göre, ne bölgesel sağlık hizmetlerinin kullanımı ne de uluslararası yardım kuruluşlarının oranı orada yaşayan nüfusa tekabül eden olanaklara eşdeğer bir yüzdeye ulaşabilmiştir. Diğer taraftan, psikosomatik açıdan, keyif, vücudun doğayla ilişkisi, neşe ve sağlık gibi yeni duygusal ilişkiler, ölüme kadar varan itici nedenlerden çok yaşamsal nedenlere daha çok yönelen olumlu ögeler oluşturmaktadır (Eros/Thanatos). İnsancıl ilişkilere gelince, tatil süresince devam eden

(10) 70-75 yıllarında, Kuzey Amerika Yahudi Birliği'nin bir kısmı İsrail'in tersine uluslararası tavır alan Meksika'yı boykot etmek istemişlerdir.

tek tük, rastlantısal ve geçici bir karaktere sahiptirler. Tuhaf bir şekilde, aynı ülkeden gelenlerin yolculuk sırasındaki arkadaşlıkları misafir ülkede oturanlarla yapılan arkadaşlıktan daha yoğun olmakta ve bu sonuncular yalnızca turizm alanında çalışan kişiler olarak görülmektedir. Dünya Turizm Teşkilatı'nın bir araştırmasında vurgulandığı gibi "temelde turistik hareketler gezilen bölge veya ülkenin oturanlarına oranla başka turistlerle daha fazla karşılaşma ve tanışmaya olanak sağlamaktadır. Kısacası, kültürel ve toplumsal açıdan turist gönderen ülke için turistik hareket olumludur ve korkunç bir şekilde turistin ait olduğu siyasal ve ulusal topluluğun tutarlılığını güçlendirir."

Turizm, turist gönderen ülkelerin kendi düşünce biçimlerini geliştirmeye de olanak sağlar. Bu evrim, *yaşam kalitesi kavramının ortaya çıkmasıyla* insani ilişkilere ayrılmış daha geniş bir yer, pratik el işleri, ufak tefek ya da sanatsal işler gibi kişisel ve ailesel etkinliklerle, kırsal yörede kalacak yer arama gibi, turistik deneyimlerin değerlendirilmesi veya kültürel turizme katılımın gelişmesiyle ifade edilir. Daha genel anlamda, en etkileyici sonuç özellikle orta sınıfta bir "turistik kültürün" ortaya çıkmasıdır. Bu yeni kültür kişisel değerlendirme, turist kabul eden ülkeye özgü bazı değerlerin özümsenmesi, tedirginliğin araştırılmasıyla tanımlanır. Bu yeni kültür aynı zamanda özellikle görsel ve duygusaldır, akılcı ve edebî Batı kültürünün baskın modellerinden son derece ayrılmaktadır. Ekzotizm araştırmasına bağlı olarak, beslenmeyle, giyimle, müzik, resim ve genelde güzel sanatlarla ilgili kültürel alışkanlıklarla, kısmen sosyo-ekonomik bir akım doğurmuştur.

Sonuç olarak, turizm turistlerin özellikle de genç turistlerin kişilik formasyonu sürecinde bazı

işlevleri yerine getirir. Demek ki, turizmin çok sözü edilen eğitici bir anlamı vardır. Toplumsallaşma etkeni olabilir çünkü, kişiye gerçeği tanıtabilir ve bu gerçeğe karşı alınacak bazı tavırları biçimlendirebilir. Aynı zamanda, heyecanların oluşum faktörüdür ve bir sürü durumda edebi, sanatsal ve düşünsel yaratıyı kolaylaştırır. Turizm deneyiminin toplumsal uyum zorluğu ya da özürlü kişilerin yaşama katılma sürecini kolaylaştırdığı da kanıtlanmıştır. Buna rağmen bazen turist tarafından dünyanın tanınması çok yapay ya da çarpıtılmış olduğunda, yaratıcı olmaktan çok tüketici davranış biçimlenmesini sürdüren sağlam bir duygusal yaşamın iyi koşullarını yaratmadığı ya da ahlâk dışı davranışlara neden olduğunda turizm eğitim açısından ters işlev gören bir faktör olmaktadır. Kısacası, turizm geniş ölçüde turistlerin bireysel tutumları ve turizm tiplerine göre değişen olanaklar bütününden oluşmaktadır.

2. Turizm Tipleri - Turizm konusunda yapılan birçok sıralama yalnızca turist veya seyahati tanımlayan bir veya iki ölçüye uymaktadır:

- Öğrenim düzeyi, yaşam biçimi, yaş, ait oldukları gelir düzeyi,
- Yolculuğu düzenleme şekli;
- İndirimli tarife veya her şey dahil götürü usulde, grupça veya bireysel,
- Yolculuğun nitelikleri, süresi, günlük ya da uzun, gezilen bölgeler ya da ülkeler,
- Kullanılan donatım, ulaşım şekli ve konaklama tipi,
- Son olarak, seyahat nedeni, iş, özel görev, arkadaş veya akrabaları ziyaret, sportif, dinsel yolculuk.

Bu sıralamalar turistik deneyimlere karşı turistlerin tutumlarını tek başına ayırt eden ve en ye-

ni sıralamalara oranla en azından sosyolojik bir değeri olan sıralamalardır.

Pazarlama uzmanları zaten daha önce temel güdülenmelerini ve sosyo-mesleksel niteliklerini belirledikleri turist kesitini, seyahatte davranış şekillerini ve müşterilerin koyduğu sınırları çizmişlerdi. Bu kesitler içinden turistik müşterinin bilimsel ayırımından dört büyük grup doğmuştur:

a) Özellikle güneş, deniz ve plajı arayan yerleşik kimse. En temel tedirginliği ailesel olacaktır. Bar diskotek gibi gece-gündüz canlılıklarına büyük önem vermektedir. Orta sınıf kuruluşlarda kalmayı tercih eder. Seyahatinin kanıtı olarak hediyelik eşyalar alır. Sınırlamaları: Düşük gelir, büyük bir entellektüel merakı olmayan ve fiyat artışlarına ters tepki gösteren müşteri.

b) Keşfetmekle dinlenceyi karıştırmak isteyen yolcu. Yerleşik kadrolu veya serbest bir işte çalışan 30-50 yaş grubunda bulunan. Bir yerde konakladığında spor yapar, gezdiğinde karşılaşmaya ve tarihsel kültüre önem verir. Uzaklığı değerlendirmek isteyen uzun-koşucudur. Kültürel üstünlüğe sahip ve çocuksuz bu müşteri, her şeyden önce konfor üzerinde durduğu için gerçek bir sıkıntıya razı olması zor ve az görülen bir şeydir.

c) Çok yüksek bir gelire sahip ya da seyahat için ekonomi yapan gezginci, sosyal ve kültürel sıkıntılara katlanır. Klasik konaklama ve hızlı ulaşımlı organize seyahatlerde rehberde altı çizilmiş ne varsa gezer. Bölgesel mutfağın yemeklerinden yalnızca prestij ve zevk için tadar. Fotoğraf çekmeyi ve folklorik etkinlikleri seven beraberinde götüreceği ekzotik hediyelik eşyanın iyi taraflarını vurgular.

d) Yöre halkıyla ve doğayla aldığı fikirler ve görüntülerin ötesinde ilişki kurmak isteyen göçebedir. Çok kültürlü gençlerin ağırlıkta olduğu her yaş

grubundan olan kişilerdir bunlar. Öznel güdülenmeleri yolculara göre değişir: Sıkıntılar yaşamak ve macera, dinsel, sanatsal el işi amaçlı seyahat. Aşçılıkla ilgili deneylere açık, otantik folkloru yeğleyen bir müşteridir. 1973 krizinden sonra önemli ölçüde gelişmiştir. Burada marjinaller ve modadan etkilenen herkes bulunur.

Bu tür bir tutum sınıflamasını tanımlamak kolay değildir. Ancak, turizmin turist karşılayan topluluklar üzerine etkisi turist tiplerine göre değişmektedir, ve de bazen turist tipleri turistik gelişmenin aşamasına katılmaktadır. Örneğin Noronha bu aşamalardan üç tanesini şöyle ayırmıştır: Bazı serüven meraklısı turistler yeni bir yer keşfetmekteler, sonra yöredeki öncüler her gün daha fazla ziyaretçiye turistik malzeme sağlamaktadır: Sonunda çoğu zaman, yerli halktan gelmeyen özel ya da kamusal büroların denetimi altında çoğunlukla kurumlaştırılmış, yerleşik ve yabancı tur organizatörleri ve uluslararası oteller zincirinin gelişimini sağlayan kitle turizmi gerçekleşir.

Cohen için beş büyük turistik deneyim sınıfı vardır:

- Eğlenceyi turistik deneyimin temeli kabul eden dinlenme şekli,
- Turizm bir oyalayıcı, yabancılaşmayı, alışkanlığı ortadan kaldıran bir oyalanma şekli,
- Turistik etkinliğin ifadesi olan bir deneyim şekli,
- Deneysel açıdan yeni yaşam biçimleri arama şekli,
- Yeni bir düşünsel merkezleşme arayışı, varoluş şekli.

Valene Smith kendi açısından, tatil ve yolculuk yapan birey tipine tekabül eden başka beş büyük turizm tipi önermektedir. Önce, etnik turizm alış-

kanlıklarını ve törelerini tanımak amacıyla arkaik toplumları araştırır. Turist burada etnoloğa ve kaşife yakındır. Ondan sonra, folklörlerini görüp dinlemek için kırsal toplumları gezen, kültürel turizm gelir. Daha sonra, ortadan kalkmış veya kalkmamış uygarlıkların büyük tarihsel şehirlerini, katedrallerini ve müzelerini araştıran tarihsel turizm. Alaska, Galapagos, Antartika gibi bâkir yerleri araştıran bir elit tabakanın ekolojik turizmi de vardır ve son olarak da genellikle, kar, deniz banyosu ve kaplıca merkezlerinde toplanan dinlence ve sportif etkinliklerde bulunan en geniş kitlenin oluşturduğu dinlence turizmi gelir.

II. Karşılama Yörelerinde Turizmin Etkileri

Valene Smith aynı zamanda turistlerin otel sahipleriyle ilişkilerini incelemiş, karşılama bölgeleri ve alanlarının lokal normlarına uyum gösteren her turist tipini değerlendirmiştir.

Tablo IV
Turist tiplerinin yöresel normlara uyumu

Turist tipi	*Turist Sayısı*	*Yöresel normlara uyum*
Kaşif	Çok sınırlı	Tümüyle kabul ediyor
Seçkin/elit	Az görülür	Tümüyle uyumlu
Alışılmış yolların dışında	Çok az ama görülen	Uyumu iyi
Alışılmamış	Rastlantısal	Bazen uyumlu
Yeni doğan kitle	Sağlanan akın	Batı modelini arayış
Kitle	Devamlı akın	Batı modelini bekliyor
Charter	Kitlesel varışlar	Batı modelini talep ediyor

Turizm kitle turizmine ne kadar çok dönüşürse, yöresel kültüre etkileri o kadar derin ve her turistin

yerli topluma uyumu da o kadar zayıf olmaktadır. Bir de turistik akın arttığı ölçüde bu sektördeki aktörlerin sayısı da yükselmektedir.

1. Turistik Gelişmenin Aktörleri - Turist adeti önemli olmaya başlayınca ortaya uyuşmazlıklar çıkmaktadır. Genellikle sorun, kitle turizminden, uyuşmazlıkların jeneratörü diye söz edilerek basitleştirilmektedir. Bu, çok büyük özenle yönlendirilmiş olsa dahi düzenlenmiş operasyonlarda turistik gelişmenin toplumsal olduğu kadar çevresel sorunlarla da karşılaştığını unutmaktadır. İçlerinden en önemlisi, çoğu zaman "aktörler" arasında karşılıklı anlaşmaya vararak, alanın çeşitli kullanımlarını birbirlerini tamamlayıcı hale getirmenin nasıl gerçekleşeceğinin sezinlenmesi sorunudur.

Kıyı düzenlemesi konusunda Yves Raynouard buna ayrılmış temel aktörleri tanımlamayı denedi.

- İlk önce, kıyı komünlerinin seçtikleri ve bunlar arasında önemli şehirler, orta büyüklükteki şehir ve küçük komünler sayılabilir.
- Ülke-gerisindeki komünün seçtikleri.
- Bu komünlerin nüfusu ve bunlar arasında yerel baskı grupları (tüccarlar, zenaatkârlar, avcılar, ekolojistler, yerel kuruluşlar).
- Kullanıcı tatilciler.
- Bakanlıklar (turizm, malzeme, tarım, ulaşım vb.).
- Sosyal ticari ve turistik öncüler.

Bu aktörler arasında ilk uyuşmazlıklar, düzenleme planları çalışmaları sırasında başlar: Örneğin, istiridye avcıları, insanın gelmesiyle kirlenen sulardan tedirgin olabilir. En önemli uyuşmazlık doygunluk olgusunun yöresel yaşamı dengesizleştirmeye başladığında ortaya çıkmaktadır. Turizm, turist kabul eden ülke halkına çoğunlukla bütçesinin ötesinde yükler getirmektedir; bu yükün neden olduğu

bozukluklar, sağlık sisteminde, geçimini sudan, güneşten sağlayan sistemlerde vb. ortaya çıkmaktadır. Turistik gayrimenkulün gelişmesi, karşılama bölgesi arazisinde yabancı bir öncünün yaptığı bir şeyse, yerli halkın bir kısmını da tapuda spekülasyon yapmaya sürüklemektedir.

Uyuşmazlıklar çoğaldıkça turizm ciddi acılar yaratabilir ve bir kenara atılabilir. Turizm Altın Kalem Ödülü sahibi J.I. de Arrillaga bir makalesinde bu reddedişin nedenlerini, malzemeye doygunluk, kamu hizmetlerinin kötü kullanımı, çevre kirlenmesi olarak sıralamaktadır ancak, özellikle turizmi reddeden aktörleri sınıflaması şöyledir:

- Turizmin etkileriyle doğrudan beslenmemesiyle birlikte, egoizm, aşağılık kompleksi, kıskançlık ya da duyarlık eksikliğinden ileri gelen, bilinç dışı bir red duygusunu yansıtan bir bilinçaltı.
- Turizmde emperyalizmin ve sömürgeciliğin bir başka yüzünü gören siyasallaşmış kişi.
- Turizmin ödemeler dengesine ya da iş yaratımına katkılarını görmezlikten gelip yalnızca kara, deniz ve hava yolundaki trafik çoğalmasından kaynaklanan beklemelerle kaybolan zamanı, tatillerin yaygınlaşmasına bağlı olan üretim kayıplarını gören "snob" ekonomist.
- Turizmi yalnızca insan ve doğal çevreyi bozan ek bir araç olarak gören ekolojist.
- Turistlerin çıplaklık, uygunsuz fotoğraflar, densiz bakışlar, savurganlık gibi alışkanlıklarından şaşkına dönen ahlâk uzmanı.
- Gezdikleri yerleri yıpratan, incelik ve zerafetten yoksun, diğer turistleri ve kalabalığı kınayan potansiyel turist.

Peki o zaman turistin "arayıp bulduğu şeyi yoketmemesi" doğayı, güzelliği, sakinliği bilmesi için ne yapmalı? Önüne geçilemeyen bu olguya hizmet

etmenin yolu nedir?

Bu karşılaşma ile ilgili incelemelerin çoğu üç temel sonuca varmaktadır.

a) Turizm uygulamasının sosyo-kültürel olayları, kişi sayısına, ilişkilerin özel koşullarına ve ilişkinin süresine bağlıdır.

b) Turistik deneyim olayı, ilişkide bulunan toplumun sosyal ve kültürel modellerine ve değerlerine geniş ölçüde bağlıdır. Gelişmiş Batılı davranış modellerinin yayılması, bir tarım toplumunda ya da başka bir toplumda tamamiyle farklı etkiler doğurmaktadır.

c) Turistik deneyim olayları, toplulukların dışa açıklığına göre değiştiği gibi, yöredeki turistik etkinliklerin gelişimine göre de değişmektedir.

Bundan dolayı karşılama bölgelerinde turizm gelişmesinin getirdiği olumsuz sosyo-kültürel görünümler konusunda çok ısrar edilmiştir. Örneğin Jacques Bugnicourt Doğu Afrika'da "yeni sömürgecilik" üzerine bir seri çalışma yapmıştır: "Kral-turist", bu ülkelerde turizmin en çok subvansiyona uğrayan ekonomik sektörlerden biri olarak ortaya çıktığının bilincinde olarak" Üçüncü Dünya ülkelerinde vergileri ödeyen, düşük gelirli halk tabakalarının, Kuzey Amerikalı ve Avrupalı nüfusun yüksek gelirli vatandaşları arasından bazı kategorilerin tatillerini subvansiyane edip etmedikleri sorusunu sormaktadır. Kuzey Amerikalı araştırmacı, Denison Nash, turizmi yeni bir emperyalizm şekliyle bile karşılaştırmıştır: "Yerli halk tarafından gönüllü kabul olanağı ve daha sonra kârları ülke dışına çıkarılacak olan ödün verme anlaşmalarına istekli katılım, bütün bunlar emperyalizm kavramının esas bölümünü oluşturur".

Sonuç olarak, bazı yazarlar turizme karşı duyulan olumsuz duyguların dökümünü ölçmeye kadar

varmışlardır ve bunu beş düzeyde yapmışlardır:

- Bir refah düzeyi: Yerel topluluklar çok güdülenmişlerdir. Turisti güler yüzle karşılarlar ve orada karşılıklı doyum duygusu vardır.

- Duyumsamazlık düzeyi: Buna rağmen turistik sanayi gelişmektedir, insanlar turizmi kazanılmış bir bilgi-görgü-hak olarak kabul etmektedir. Bir çıkar sağlama amaç olmakta ve kişiler arası ilişkiler bozulmaktadır.

- Uyarma düzeyi: Bu; dar boğazlar başladığında veya doyma olaylarında ya da yöre halkının turizmle uğraşma olanağı kalmadığı zaman ortaya çıkar.

- Karşıtlık düzeyi: Uyarmalar gittikçe daha açık seçik olmakta, turizmin gelişim bozukluklarının suçlusu: Vergilerin yükselmesi, mülkiyete saygısızlık, gençlerin ahlâk bozukluğudur; turizm dışlanmıştır.

- Sonuç düzeyi: Oysa ki bazıları kaybettikleri cennette eğleniyorlar, diğerleri asla aynısı olmayacak bir ekonomik sistemde yaşamayı öğreniyorlar. Eğer sözkonusu olan turistik yer, kitle turizmini kaldıracak kadar önemliyse kitle turizmi gelişecektir.

Bazı durumlarda bu dışlama yabancı düşmanlığı ve turiste karşı terörizmden ileri gelmektedir. "Turistler go home (evlerinize gidin) gibi duvar yazılarıyla, kampçılardan rahatsız olan çiftçi komandolarıyla, otomobil yarışçılarına karşı vahşi saldırılarla, zaman zaman cinayetlerle karşılaşılmaktadır. Rivers daha 1973'de siyah Jamaikalılar'ın ülkelerinin beyazlar tarafından turistik açıdan sömürülmesine karşı çıktıklarını, hatta Antigua'da turistik malzemeye bombalar yağdığını, Bahama'da siyah mücadelecilerin kışkırtmalarının turizmi hedef seçtiklerini, Amerikan Vierges adasında ve Porto Riko'da pahalı turistik bilinçlendirme kampanyaları-

na rağmen çok az yerlinin turizmden kâr sağlayabildiğini" yazmıştı.

2. Huzur ve Varoluş Koşullarına Etkiler - Emanuel de Kadt'ın da vurguladığı gibi "varoluş koşulları" deyimiyle, bireye yaşantısı boyunca somut bazı şeyler elde etme olanağı (uzun yaşama, sağlık, iyi bir iş, çevre tarafından beğenilme) ve bazı avantaj ve kaynaklardan yararlanma (gelir, çocukların eğitimi, ev, sosyal güvenlik) amaçlanmaktadır.

A) İstihdam Yaratma ve Toplumsal Dönüşme - Yalnızca gelişmekte olan ülkelerde değil, gelişmiş ülkelerde geleneksel ekonomik etkinliğin düşüşe geçtiği çevre ve kırsal bölgelerde de, turizmin gelişmesini sağlamak için başvurulan temel yargı, turizmin bir istihdam yaratma etkinliği olması olayıdır. Bermuda ve Bahama'da olduğu gibi, bazı durumlarda turizm dolaylı ve dolaysız işlerin çok olduğu merkezde bulunuyorsa, başka yerlerde toplam el emeğinin yüzde 5-10'dan daha fazla kâr sağlaması çok ender görülen bir olaydır.

Bununla birlikte istatistikler çoğunlukla tamamlanmamıştır ve ülkeden ülkeye değişmektedir, çünkü bu ülkelerde "iş"in tanımı değişmektedir. Ahmed Smaoui, Tunus planlamasının ihtiyaçları için bu işleri şöyle sıralamıştır:

- Otel, restoran, ulaşım hizmetleri ve mağazalar gibi turiste doğrudan mal veya hizmet satan ticarethanelerdeki dolaysız işler.
- Turistler için firmalara hizmet ve mal üreten toptancılar ve fabrikalar gibi, turistlerin etkinlik için yaptıkları harcamaları karşılayan dolaylı işler.
- Bina içinde veya başka yerde donatı malzemesi, sanayi kuruluşlarında yatırımla ilgili işler.

Bu iş yaratmalar, turistler tarafından gezilen toplulukların sosyal yapısında demografik yapıda

olduğu kadar mesleksel yapıda, eğitimde ve gelirlerde, saygınlıkta ve güç yapısında değişiklikleri de beraberinde getirmektedir. Gençlerden bir kısmı, daha kolay iş bulunduğu için turistik bölge ve yörelerde kalmaktadırlar. Bu, şehir merkezindeki yerli halkı da zorlamaktadır. Sosyal yapının giderek daha fazla farklılaştığı kaydedilmektedir. Sosyal dönüşümler, avcılık ve tarım etkinliklerinden turizme geçiş ile oluşmaktadır. Turizmin dağlık yörede, tarımın mutlak düşüşünü engellediği doğruysa kırsal kesim ve kıyı bölgelerde her zaman aynı durum olmaz. Özellikle deniz kıyısı bölgelerde J.M. Thurot'nun vurguladığı üzere, hiç bir araştırma henüz, bir turistik etkinlik olan eğlencenin; balık avının düşüşe geçtiği yörelerdeki ücretlerde kayda değer ve ciddi bir düzelme şansı sağlamaya hangi ölçüde sahip olduğunu belirleyememiştir.

Diğer taraftan bu değişimler İspanya'da olduğu gibi, daha az işçi çalıştırmaya ve daha sonra başka yerlerde kullanılan zamandan tasarrufa olanak sağlayan, tarımın çağdaşlaşmasını da beraberinde getirmektedir.

Ancak, yeni işler dalgasının kültürel ve sosyal planda önemli etkileri olabildiğine göre, turizm patlamasının neden olduğu sosyo-psikolojik umutlardaki ve sosyal ilişkilerdeki değişimler; sosyal ve bireysel açıdan şiddetli bir sarsıntı olmadan ters yüz olamazlar. Noronha ve Roland Force'ın özetlediği gibi "turizmin döngüsel devinimleri, onları büyük şehirlere çektikten sonra, birçok kişi için işsizliği getirebilir. İşsizler kendilerini yoksul, tropikal gecekondu mahallelerde bulacaklar, bu yoksul yaşam türüne uyum sağlayamayacaklardır. Ve bu bireyler ve aileleri; sinirsel ve ruhsal bozukluğa, kötü beslenmeye, intikamcı davranış ve eğilimlere maruz kalacak adaylardır." Bu görünüm, özellikle küçük

ülkelerde, Pasifik adalarında ya da Karaibler'de veya merkezden uzak yörelerin ekonomilerinde çok önemlidir.

Bu, istihdam alanındaki değişimlerin 19. yüzyılda Kuzey Amerika ve Avrupa'da sanayileşmenin yarattığına oranla daha az yabancılaşmanın olduğu bir çalışma düzenine ve (radyo, televizyon, kitap ve gazetenin üstünde) bir kitle iletişimiyle örülmüş bir dünyaya müdahale ettiğini kaydetmek yerinde olur.

Turizm İşlerinden Kim Yararlanmaktadır? - Turizm yükselen bir gelişme gösterdiğinde işlerin çoğu yerliler tarafından işgal edilir. Turizm bir kitle olgusuna dönüştüğünde, göçmenler buraya çekilir, bazen de toplumsal el-emeğinin önemli bir bölümünü yaparlar. "Bu daha önce turistik etkinlikten habersiz, az nüfuslu bölgelerde düzenlenmiş büyük merkezler kurulduğu zaman daha gözle görülür bir şekilde oluşur."

İstatistikler varolduğu zaman, Akdeniz'de Fas'tan Kıbrıs'a kadar, turizmden iki sınıfın, özellikle *gençler* ve *kadınların* yararlandığı kaydediliyor. Gençler, turizm sayesinde daha hareketli oldular, aile bağları çözüldü ve nesiller arası çelişkiler ortaya çıktı. Kadınlara gelince, sunulan işlerin onlara özgürleştirici bir etkisi oldu, en azından turistik ve bazı ülkelerde geleneksel koruyuculuktan kurtuldular. Buna karşın, Müslümanlık geleneği olan ülkelerde, kadınların ücretleri kocalara ya da babalara ödendi. Bu işçilerin özgürlüğü yalnızca aldıkları bahşişlerden kendilerine kalandı: Otoriter aile yapısı ve kadınların sosyal bağımlılığı böylece sürdü.

Buna karşın, işin yapısı her zaman kalıtan bölge veya ülke yararına değildir. J.L. Boutillier "ilk aşamada, turistik yerleşimlerin gerçekleşmesi ve kavranması düzeyinde, buralarda sürekli iş bulan

yerli halk çoğunlukla kalifiye olmayan yani (elişçisi, duvarcı vb.) düşük ücretli personeldir. Buna karşın, kalifiye elemekçileri (mimarlar, yaratıcılar, müteahhitler, şantiye şefleri, dekoratörler) yerli kökenli değildir. İkinci aşamada, turistik merkez olmasından dolayı farklılaşan bu kuruluş düzeyinde, profesyonel kadrolar (müdürler, otel şefi, mutfak şefi vb.) genellikle yabancı ülkelerden geldiği halde, kalifiye olmayan ya da az kalifiye işçiler (hizmetkârlar, oda hizmetçileri, bahçıvanlar, koruyucular) yerli elemeğinden oluşmaktadır" diye yazar.

Üçüncü Dünya ülkelerinde ödenen ücretlerin yarıdan fazlasını, sınırdışı edilmiş personel azınlığının kazandığı oluyor ve bu ücretlerin büyük bir bölümü Avrupa ve Kuzey Amerika'ya geri döndüğünden bu veriler bazen şüpheli olmaktadır. Yani, bu ülkelerde bazı eksperler, doğru veya yanlış, turizm sektöründe bir iş yerine tarımda birçok kişiye iş açılabileceğini sanmaktadırlar. Sonuç olarak, en ciddi eleştiri, sezonluk turizm etkinliğinden gelmektedir. Turistik bazı yöreler bu durumlardan; yazın kendi tarlalarında kışın kayak merkezlerinde çalışarak çiftçilerin, yararlandığı yerler olabiliyorsa da, bu her yer için geçerli değildir. Turizm, arkasından gelen bütün sosyal problemlerle çok ciddi sezonluk bir işsizlik yaratabilir. Bu sezonluk karakter aynı zamanda, daha sağlam iş olanağını garanti eden kongre, seminer, iş seyahati otelciliği gibi işlerde çalışma olanağı olan kadroların güçlenmesini de sağlar.

Turistik bölgeler, iş çeşitliliğinin olduğu yerlerdir, yerleşmeyi isteyen başka bölge işsizleri için çekici bölgeler haline de gelebilir. "Bu işsizler fahişeliğin ve suç işlemenin filizlendiği gecekondu semtlerinin turistik merkezlerinde oturma riskini ve daha düşük ücretle çalışmayı kabullenerek yöre halkıyla

canlı bir rekabete girmektedirler."

B) Kurumlarda Meydana Gelen Değişimler - Turizmin sosyal kurumların işlevleri üzerine etki edebileceğini sık sık vurgulamıştık. Polonyalı sosyolog Krysztof Przeclawski turizmin, iktidarın demokratlaştırılmasında etkili faktör olduğunu not etmiştir. Portekiz ve İspanya'da meydana gelen değişiklikler bu açıdan anlamlıdır. *Sosyal kuruluşlar* turistik bölgelerde doğmakta ve gelişmektedir. Okullar, sağlık donanımı, dispanserler, ana-çocuk sağlığı hizmetleri, televizyon gibi yeni kitle iletişim araçları turizm sayesinde gelmiş, *yeni iletişim teknolojileri* yerleştirilmiştir. Turizmin *konut* üzerine öngörücü, elverişli ya da elverişsiz etkileri vardır. Daha önceki kriz halindeki durumu daha da ağırlaştırabilir. Toplu konut yatırımlarına da olanak sağlayabilir.

Formasyon sorunlarına gelince, Kadt'ın belirttiği üzere "bilindiği gibi, otelcilik formasyonu veren kuruluşların ortaya çıkmasının genel eğitim düzeyi üzerine etkisi azdır. Ancak, turizm giderek gelişen bir kalkınma sağladığı zaman, doğaldır ki, okul çocukları daha iyi formasyon için özendirilecekler ve bilgi düzeyi yükselecektir. Puerto Vallarta (Meksika) Seychelles'lerde kaydedildiği gibi, değişimi yalnızca turizmin gelişmesine bağlamak olanaksızdır."

Diğer taraftan Mario Gaviria sanayileşmiş İspanyol şehirlerini diğer turistik şehirlerle kıyaslayarak bu sonuncularında orta sınıfların daha önemli olduğunu, ancak turistik şehirlerin de politik açıdan daha tutucu olduğunu göstermiştir. Moore Kanarya Adaları'nda, yeni bir turistik müteahhit sınıfın ortaya çıkmasıyla siyasetle ilgili yerli ileri gelen başkanların gücünün tartışma konusu olduğunu kanıtlamıştı. Turistik Akdeniz yöresinde yeni sınıflar türedi ve çoğunlukla turizmin neden olduğu arsa spekülasyonu sayesinde zengin oldular.

C) Refah Koşulları Üzerine Etkiler - a) Yerli Tüketim Üzerine Etkiler - Turizm için tarım ürünleri talebi yeni bir yerli üretimin sonucu olabilir, yeni tekniklerin öğrenilmesi ve besin maddelerinin katkısının artmasıyla, yiyecek içecek konusunda bölgenin özerkliği de sağlanabilir. Böylece yerlilerin beslenme biçimlerini iyileştirmelerine yardımcı olabilir. Buna karşın, kıtlıklar da getirebilir: Bir zamanlar Polonya'da kitle turizminin henüz denetim altına alınmadığı başlangıç dönemlerinde Zakopane dağcılarının turistleri hasatı yiyip bitiren böcekler olarak gördükleri dönem de olmuştu. Sonra, turizm herkesin ağzının tadına uymayan uluslararası aşçılık normları ve mutfağını ortaya çıkardı.

b) Turizm, neden olduğu *spekülasyon olaylarıyla,* kıyılarda, nehir deltalarında ya da havaalanı düzenlemeleri sonucu, verimli toprakları ortadan kaldırabilir.

c) Son olarak da turizm birçok yerli halkın sıkıntı çektiği enflasyonun bir faktörüdür.

Sonuç olarak, UNESCO gibi hatırlanabilecek olan "turizm için saptanan amaç zayıflamış olan bölgesel ekonomiyi düzeltmekse bunu eskisini tamir ederek değil, yeni bir ekonomik düzen kabul ettirmeye çalışarak yapacaktır; bu da turizmin öncel sektörleri (tarım, avcılık gibi) üzerine çok zayıf olan etkisi konusundaki bir sürü fikri açıklamaktadır. Bundan şu sonuç çıkmaktadır; eski ekonomik düzeni biçimlendiren sosyal yapılar turizmle birlikte daha fazla düzeltilmiş olmayacaklardır, ancak kendilerini; çok ağır bunalımlar yaratmamak için eski yapılardan yeteri kadar yararlanıp yararlanmadığı ve bireylerin hangi koşullarda uyum sağlayacaklarının bilinmesi gerektiğiyle ilgili başka yeni bir sistemi yerleştirme durumunda göreceklerdir. Turizmin sosyal bedelleri bir yandan, en dinamik ögele-

rin uyum sağlama bedeli, öte yandan yeni bir sosyo-kültürel sistemin yaygınlaşmasının getirdiği her türden "sosyal döküntünün" düzeltilmesinin bedelidir."

2. Turistle Ev Sahibinin Karşılaşmasının Etkileri - Turistle, ev sahibi ülke halkının karşılaşması değişik değer sistemlerinin ya da karşıtlıklarının bilincinde olma fırsatını verir. Turizm, bireylerin fiziksel karşılaşmalarıyla bir *kültürler şoku, toplumlar şoku* yaratmaktadır. Bu karşılaşma, varolan gruplar için bir aşma ve olumlu bir meydan okumayı sağlıyorsa, değerler sistemini zenginleştiren bir etken olabilir. Karşılaşmanın sosyal ve kültürel alanı karmaşıktır. Burada iki kahramanı fazlasıyla aşan gizli gerilimler başı çeker. Onun için bu karşılaşmayı belirlemek önemlidir.

A) Karşılaşma Koşulları - UNESCO'nun incelemesi bu koşulları geniş ölçüde belirtir: Zamansal ve uzamsal çelişkilerin, eşitsiz ilişkilerin ve ilk etkileşimlerin temelsizliğinin geçici bir karakteridir.

İlişki genellikle üç zamanda oluşur: Turist, mal ve hizmet satın aldığında, insanlar plaja, gösteriye, alışverişe gittiklerinde, turistler ve ev sahiplerinin bilgi ve haber alışverişi için karşılaştıkları zaman. Bu nedenle, karşılaşma kısalığı ile belirginleşir. Bazı turistik konaklama şekillerinde 3-5 haftaya kadar -tatilde geçirilen ücretli izin dönemi- uzayabilir. Gerçekte turistlerin o yöre yerlileriyle birlikte oldukları birkaç veya daha fazla saatten ibarettir. Çünkü, dil, karşılaşma yapıları ve hatta turistik etkinlik kavramı dahi bu karşılaşmayı engellemeye yardımcı olabilir. Yabancı bir ülke veya bölgeye gelen turist şüphecidir. Bu karşılaşmayı ruhsal açıdan gerçekleştirmeden önce kendini güvende hissetmesi gerekir. Aynı yere ikinci ya da üçüncü kez yolculuk yapıldığında ancak ilişkinin daha özgür ol-

duğu ve iletişiminin daha kolaylaştığı kaydedilmiştir. Ne yazık ki, reklamlar moda ve yeni ufuklara olan açlık, aynı yere yeniden gitmeyi nadiren teşvik etmektedir.

Bu *kısalık* turist kabul eden tarafından değişik algılanmaktadır. Turist için karşılaşma kısa ve sene içinde tek ise, ziyaret edilen kişi için hepsinin yüzeysel olduğu kadar günlük olması, birbirini takip eden bir seri karşılaşmadan ibaret olması da sözkonusudur. Dahası, bir turist bir yeri gezerken orayı gezilen yerin kültürüne katılmak için değil, gözlemlemek için gelir. Bundan daha ağır olanı, bedelli ve eşitsiz ilişkilerin kültürel sonuçlarıdır: Çoğunlukla turiste "parasal" üstünlüğünün bilincinde olan ve oradan elde ettiği değeri kendi uygarlığına maletmeye yönelecek bir kişi olarak bakılmaktadır. Karşıtında, parasal açıdan karşılayan kişinin durumu yılda bir kez gösterişçi harcamalara yönelen turistinkinden daha da aşağı gözükmektedir. İlişkiler bedelli olmaktadır. İnsani, kültürel ilişki alışverişi, konukseverlik anlamı, gülümsemeler, yardımlaşma bile paraya dayanan etkinlikler olmaktadır. Buradan çıkarak, turistin parasal üstünlüğünün (özellikle bir boşalımı içeren) kanıtlanmasını kabullenmesi koşuluyla turistle ev sahibi arasında, ikincinin zayıflıklarının sömürülmesine izin veren bir suçluluk yaratılmaktadır. Vurgulandığı gibi "turistik karşılama yapıları bu sistemin gelişmesini kolaylaştırmaktadır. Yazarlar en azından yanlış bir görüntü oluşturan gettolardan çok söz etmektedirler: Otelci kompleksleri daha çok *Le Masque de la Mort Rouge* (Kırmızı Ölümün Maskesi) adlı eserde, Prospéro prensinin şatosunu çağrıştırmaktadır.

B) Kültürleşme, Yozlaşma ve Yıkıcılık - Turizme karşı özellikle de Üçüncü Dünya ülkelerine yapılan uluslararası turizme karşı, en sert eleştiriler bu dü-

zeyde olmaktadır.

J. Bugnicourt, *Touristes-Rois en Afrique* (Afrika'da Kral-Turistler) adlı eserinde turistlerin yalnızca ekonominin değil, özellikle toplumsal ve kültürel planda Afrika'nın gelişimini nasıl ters yüz ettiklerini göstermektedir. Bu bir oyundur. "Geleceğin tarihçileri için sanayileşmiş ülke sakinleri tarafından psiko-sosyolojik tatminlerin araştırılması ve dinlence ve tatil operatörleri tarafından yapılan kârlılık analizleri, Üçüncü Dünya ülkelerinin birçoğunun gelişim politikasını etkileyebilmiş olması ve bunun diğerlerinin ihtiyaçlarını karşılaması için harcanan çaba kadar bir çabayla kullanılması gerektiğinin kaydedilmesi bir sürpriz olacaktır." Bu manipülasyon çoğunlukla balıkçıları, çobanları, köylüleri kovmaya başlarken "rezerve edilmiş alanların" elden kaçırılmasını getirmektedir." Hatta bazı insan grupları açıkça turistik yerlere "yedek olarak" yerleştirilmiştir. Pigmeler ya da Amerika'nın kızılderili kabileleri bu "turistler için ilkel" rolünü oynayabilmişlerdir.

Öte yandan bu ülkeler "bağımlılık" sürecini kabul etmek üzere olacaklardır. Bu süreçte birçok öge işin içine girmektedir. İlk etapta, ulusal kültür veya kültürler -değişik şekilleriyle- bozulmuş ve değerinden kaybetmiş halde bulunmaktadırlar. Sonra da, dıştan gelen taklidi etkiler çoğalmakta ve yoğunlaşmaktadır. Sonunda, karşılayan ülke sakinlerinde yabancı ziyaretçilere oranla dikkati çeken bir aşağılanma eğilimi başlamaktadır".

Bugnicourt, Okyanus ülkelerinde, Latin Amerika'da, Asya'da, Afrika'da bazı turistlerin taşıdıkları gerçek kültürel yarar ve bunu izleyen diyaloğun her şeye rağmen ayrıcalıklı olup olmadığı sorusunu sormaktadır. "Turistlerin çoğu canlı bir kültürle gerçek ilişkiye girmek yerine, manzarayı, meşhur nes-

neleri seyretmeyi tercih etmektedirler". İnsanlara ve ülkelere doğru daha az yönelmekte, bu toprakların ve toplumların görüntülerine ve görülecek şeylerine eğilmektedirler. Bu görüşün gerçekle fazla bir ilintisi yoktur, turistlerin beklentisine bir yanıttır. Çözmeye çalışmayacaklar, yalnızca tanıyacaklardır. Gezdikleri bu ülke değil, gerçekte var olmayan kukla bir ülkedir". Bu aldatıcı görüntü yeni kaşifleri, Bombay, Kalküta, Bogota, Port au Prince gibi yoksul halkların yaşam üstü çabalarında "Doğaüstüyü" görmeye itiyor. Bu şehirlerin çocukları aslında birkaç garip amatör seyahatnameci için, dünyanın en mutluları olmayacaklar. Jakarta'nın tanınmış semtlerinin "akıl almayacak ölçüde çöple dolu caddeleri" örneğin belki de bürokratik kayıtlara karşı çıkan -kendi sağlığından fedakarlık edenler. Yine, çocukların neşesi olan beslemek için yuvalarından çıkardıkları başka yerlerinkinden daha ucuz olan Batı'nın "ağlayan bebekleri" ailelerin eteklerine yapışmış "kaprisli köpekler"den daha eğlendirici olan farelerin cirit attığı yerler yine oralardır.

Düş üreticileri ve iletişim araçları tarafından vurgulanan bu aldatmaca sanatsal ve kültürel yağmaya götürmektedir. "Antikaların" eski heykelciklerin, maskların, mücevherlerin ilk satışlarıyla olay hız kazanmıştır: Üçüncü Dünya ülkelerinden getirilmiş eşyaların yarattığı hayranlıktan, giderek turist kaynaklı ülkelerde ortaya çıkan ihtiyaca yanıt verme sözkonusudur. Turizm popüler ya da klasik dansların bayağılaşmasına basit göbek dansına dönüşmesine ya da simgesel ve kutsal niteliklerini kaybetmelerine neden olabilir. Yerel mimarilerin değerlerini de azaltabilir: Anlamsız tapınaklar, yeni Afrika binaları, yalancı kulübeler yapılmakta. Güzel sanatlar ve mimarlığın ötesinde etkileme sırası sonunda, dine gelmektedir. Tapınma yerlerinin kut-

sallık dışı bırakılması, törenlerin doğallığını kaybetmesi, tapınma nesnelerine saygısızlık.

Gelişme konusunda turizm özellikle *engelleyici* olacaktır. "Tatlı gevşeklik çalışmayla gözle görülür bir bağı olmayan, hesapsız harcamalar, modaya uygun giysi ve donanım, lüks oteller... Üçüncü Dünya yoksullarını düşlere sevketmek ve onları toprağı kazmayla, çalışmayla üzerek bezginleştirmek neye yarar... Turistlerin dolaşması gelişmeye karşı propagandadır". Buna karşın yanlış olsa da J. Bugnicourt şöyle devam ediyor: "Turizm tek başına fahişeliği, alkolizmi, eşkiyalığı doğurmaktadır ve onları etkilediği ve yaygınlaşmasını sağladığı yadsınamaz". İş bulma zorluğu, çağdaş tüketim modellerine eğilim, nüfusun bazı ögelerini bu durumlara getirmektedir. Bazı "az gelişmiş" bölgeler Franz Fanon'un öngördüğü gibi "sanayileşmiş ülkelerin karmaşa yerleri haline dönüşecektir."

Diğer bozukluklar ciddi araştırmalara dayandırılmış ve ortaya konmuştur. Kadının turistik işler sayesinde özgürleşmesi Üçüncü Dünya ülkeleri erkeği üzerinde ciddi şekilde bir silikleşme etkisi yaratabilir. Gelişmiş ülkelerde bile turizm yasa dışı doğumlara, kürtajlara ve "yabancı" evliliklerine (henüz kötü gözle görülen) neden olabilir.

A. Sessa, kentli turistlerin köylü topluluk içine girmeleri, iki yaşam şeklinin karşıtlığı ve birbirine kaynaşma olanaksızlığından ileri gelen bir sürü çelişkiyi doğurmakta olduğunu göstermiştir. Yine de Sessa sanayileşmenin de aynı sorunları getirdiğini ve turizm boşalımıyla bir arkaik toplumun engellerinin aşılmasına yardımcı olunabileceğini hatırlatmaktadır. Sonuçta, Nettekoven bir toplumda turizmin, çeşitli gruplardan bazılarının diğerlerine oranla kendilerini yeniden tanımlamaya yönelttiğini ortaya koymuştur. Nüfusun yüksek tabakaları turist-

lerin yaşamına katılabiliyorlar, ancak özellikle tarım toplumlarında, siyasal-toplumsal nedenlerden dolayı kapalı bir ortamda yaşamayı tercih ediyorlar. "Orada ya tümüyle üstesinden gelinemeyecek, ya da uzun vadeli ama incelikleri belirtilmiş bir karşıtlık olacaktır çünkü, şeytanla yemek yemek için uzun bir kaşığa ihtiyaç vardır."

C) Evrensel Kaynaşmanın Mantığında - 1980 Ağustos'unda dünya konferansı öncesinde *Le Monde Diplomatique* Üçüncü Dünya ülkelerinde turizm üzerine bir dosya sunmuştur: "Yoksulluğun ekzotizmi ve gelişme hayalleri"nde Marie-Françoise Lanfant şunları yazıyordu: "Uluslararası organizasyonların etkin yarışmaları sayesinde turizm Üçüncü Dünya'da kriz içindeki ekonomik sistemde, her derde deva bir şey haline dönüşmekte, Kuzey-Güney halklarının yakınlaşma faktörü olurken gelişme halindeki ülkelere uluslararası bir nitelik kazandırma sürecinin mantığıyla, bağımlılık tehlikesini arttırma faktörü de olmaktadır".

Üçüncü Dünya ülkelerinde, turistik gelişmenin başlardaki coşkusu kaybolmuştur. Turizm bu kadar beklenen; az gelişmiş dünya ile gelişmiş dünya arasında köprü olmayı zorlukla gerçekleştirecektir. Ancak, "turizmin dolambaçlı yollarıyla çeşitli ulus ve toplumlar, uluslararası bir süreç içine girmişler ve ulusal referanslı sistemlerin bütünlüğünü bozmak yoluyla uluslararası düzeyde örgütlendikleri ekonomik, toplumsal, kültürel sistemlere aşamalı olarak bağlanmış bulunmaktadırlar; öyle ki, "turist karşılayan" ya da "turist gönderen" çeşitli ülkeler aynı nedensellikten doğan değişimler içine girmişlerdir".

Bu, François Asher'in deyimiyle bu "yanılsamaların sonudur". Pazarları tekelleştirebilen ulusal düzeyde otel zincirleri ya da seyahat şirketleri, ka-

rarları ve teknolojileri tek bir yönetimde toplayan bu kuruluşlar dünyanın bütün bölgelerine açılarak "Kuzey-Güney yarım kürenin en geri adalarına kadar" giren büyük Doğu ve Batı sermayeleri, temelde turizmle hiç ilgisi olmayan (el işleri, geleneksel törenler, budunsal birikimler) turizm yaparlar ve kollektif etkinlikle de turizm sanayinin istihdam kapasitesi, doğabilecek tüm kültürel ve toplumsal çelişkilerle dünya ekonomik sisteminde yöresel ve bölgesel ekonomilerin bütünleşme faktörlerinden en etkilisi olarak turizmi görürler çünkü, turizmin sattığı "toplumdan, tarihinden, kültüründen ve kimliğinden daha az bir şey değildir". (M.L. Lanfant)

Ülkelerin, beterinden sakınmak için başka çareleri yoktur. Önce, uzun zamandır, Afrika (Küba), Karaibler'in ya da Güney Amerika'nın Güneybatı Afrika'nın bazı ülkelerinde olduğu gibi uluslararası turizmin dışlanmasının çözümlenmesi: Bunlar, karışık bölgelerde bulunan ya da devrimlerini gerçekleştiren ülkelerdir. Diğerleri, uluslararası turizmin varlığını sınırlamak istemişlerdir; Sovyetler Birliği, Cezayir, Kamerun gibi bazı Batı ülkeleri.

Bugün, Endonezya'da, Bali'de olduğu gibi turistler için "elde anahtar" kurtarılmış iç bölgeler yaratmak yerine Clup Mediterranée türünde şirket hizmetlerinden yararlanarak yeni tip uygulamalar gerçekleştirmeye yönelinmektedir. Gittikçe, daha eksiksiz turistik donanımlar tasarlamak gerektiği bilinmektedir çünkü, turistik dinlenceler, etkin ve dolu zaman, özgün hizmet ve ürünler haline dönüşmektedir, çünkü turistler "basitleşen, bayağılaşan ekzotizm ve konfor gibi özelliklerden daha çabuk bıkmaktadırlar". Bu yeni tip uygulamalar ya tümüyle ulusal, ya da bölgesel olanaklarla ve yerli halkla bağlantı kurarak gerçekleştirilmiştir. Şu an-

da Christian Saglio'nun uyarıları sayesinde yerli halkın kendi başına turistik yükümlülükleri yerine getirdiği Senegal'deki Casamance'ın gözler önüne serili durumu böyledir. Bugün, Casamance projesi, turizmin olumsuz etkilerini azaltmayı ve özellikle de turizmi ülke çapı kapitalist toplumların ellerinde evrenselleştirme sürecine indirgememeyi amaçlayan, entegre topluluk turizminin örnek tipi olarak kabul edilmiştir.

III. Tümüyle Olumlu Bakış Açıları

Kısacası, "modernleştirici bütün etkiler içinde, yabancı ziyaretçilerin girmesiyle ilgili ve seçkin rolü üzerine bir sorgulama, Üçüncü Dünya ülkelerinin maruz kaldığı uygun bir kültürsüzleşme, uluslararası turizmin sonuçta alçaklık ve şeref düşkünlüğünden daha az yoğun, daha etkili ve yapısal özelliği daha az bozan bir medyum olarak kabul edilmesine yol açmaktadır".

1. Turizmin Dünya Çapında Düzenlenmesinin Analizi - Dünya turizm teşkilatına göre toplumsal ve kültürel alanda turizmin etkileri tümüyle olumlu. Turizm birçok ülke ve bölgede, ailenin modernleşmesini getirmiş; şöyle ki, kadına yalnızca yeni bir konum sağlamamış aynı zamanda ailelere çocuklarına karşı daha özgür ilişkiler geliştirmeleri olanağını da getirmiştir. Turizm bir de ulusal nitelikli önyargıların azalması ve budunsal tutumlarının değişmesiyle, kalınan ülke sakinlerinin düşünsel ufuklarının genişlemesine olanak sağlamıştır. Yabancı düşmanlığı, gözüktüğünden daha seyrek rastlanan bir olgudur, yalnızca yoksunlukların neden olduğu durumlarda sosyal ve ekonomik gelişmede "kendilerini göstermekte gecikmiş olan toplumlarda yerlilerin özlemlerinin daha yüksek sevi-

yede karşılanmasında yerleşik sistemlerin yetersiz kaldığı durumlarda rastlanır".

Kültürel açıdan, turizm, bölgesel kültürlerin popüler sanatların, müzelerin gelişmesini sağlamaktadır. Böylece, Jaffar Jaffari, turizmin özellikle turistik değeri olan kültürel değerleri kurtarmada katkısı olacağını ummaktadır: Arkeolojik ya da dinsel yapıların çoğu, yerli halka ifade ettiklerinden çok, turizm nedeniyle yıkımdan kurtarılmışlardır. Bundan dolayı, UNESCO turizm tarafından ortaya çıkartılan birçok kültürel kurtarma çalışmasına destek olmuştur.

Turistik bütünler bazı manzaraların düzelmesine ve özgün kent ve mimari topluluklarının temelinde bulunmaya yarayabilir. Çağdaş mimarinin yerel konuta girişi ya da depreme karşı yapı yöntemlerinin kullanılması olumlu olarak kabul edilebilir. Aynı şekilde, çağdaş mimarlık, tatillerden ve turizmden çok şey öğrenmiştir, düzenli bir şekilde yerli mimarlıktan, doğayla uyum içinde bir yapı kavramını ve yerli malzemenin kullanımını ve tüm yerel iklimleri ilgilendiren her şeyden yararlanmayı öğrenmiştir.

Benzetme ve kanıtlama etkilerine gelince, turizm çerçevesinde daha yakından incelenmesi gerekir çünkü, sosyolojinin "her şeye karışan" bölümüdür ve etkileri, kısaca olumlu olmuştur. Bu etkilere en çok *gençlik* maruz kalmakta ve yabancı sistemin zayıflığını hemen kavramakta ve onları sömürmeye girişmektedir. Nettekoven, 10 yaşın altında ortaya çıkan bu "kritik fark"ın aslında turistik gelişme başarısının bir ölçütü olduğu kanısındadır. Bu bakımdan, bu tür davranma bir hınç alma duygusu yaratmamakta, ülke sakiniyle turistler arası ilişkileri daha tarafsız bir düzeye yerleştiren ticarileşmeyi ortaya çıkarmaktadır.

Bouhdiba'nın tanımladığı üzere Tunus'takinin bir örneğidir: "Turist yalnızca gelip geçen biri değil, özellikle bir müşteridir. Olabildiğince iyi bir şekilde üretilmesi gereken hizmetler bütünü için yapılan, karşılıklı bir kontrat vardır. İyi eğitimli olmak için belli bir birikim gerekir. Daha önceleri affedilmeyen soğukluk, Tunuslu geleneğine ve karakterine yakışmaz olarak kabul edilen şey, bir gerekliliğe dönüştü... Konukseverlik artık iyi fiyatlarla, standartlaştırılmış hizmet ve ürünlerin satış tekniğinden başka bir şey değil." Sonuçta, turizmin gelişmesi ile suçluluğun artması arasında kurulan bağıntı çoğunlukla haksızdı. Abraham Pisar, Kuzey Amerika'da bunu kanıtlamıştır. Burada, Dünya Turizm Teşkilatı'nın 5. genel birleşimi sırasında (Yeni Delhi, Ekim 1983) turistik pazarların ve patlamanın bozulma faktörü olarak suçluluğun gelişmesinin dikkate alınmasını istemişti. Bazı Asya ve Afrika ülkelerinde (Gambiya, Tayland, Filipinler yalnızca başlıcaları) fahişelik, "turizmin olumsuz biçimlerinin" gelişmesine neden olmuştur. Buralarda uyuşturucu için de aynı şey sözkonusudur. Bugün, uluslararası topluluklar düzeyinde bu patalojik olayla savaşmak için büyük çaba sarf edilmiş ve turistik hareketlerin erkek ve kadın haklarını konu eden uygulamaların sonucu olmaması için devletler önlemler almaya başlamışlardır.

2. Karşılaşmada İlişkilerin Uyumlaştırılması - Uygarlık olgusu, Kanadalı Marshall Mac Luhan'ın çok yakın olduğunu söylediği turizmin bu dönüşümünü çok iyi açıklamaktadır: Parçalanmış bir dünyaya yavaş yavaş tümüyle kitle iletişim araçlarıyla örülmüş, kozmik bir kasaba hakim olmaktadır. "Böylece, uygarlıklar ölümcüldürler, diye hatırlatıyor UNESCO'nun belgeleri Babil, Kartaca gibi iyi isimler ve ekonomik büyüme, seçtiği yüz ne

olursa olsun -askeri, dinsel, teknolojik- o konuda gardını almayan bir halk için tehlike oluşturmaktadır. Turizm bu büyümeye katılmakta ve önemli olan, batmış uygarlıkların zaten uzun olan listesine Masai, Malinkee, Tahiti, Chiang Mai, Bali ve binlerce başkasının yanlışlıkla katılmamasıdır".

Bu bağlamda, önemli olan turizmin kültürel ve toplumsal yıkımın bir aracı haline gelmeyecek şekilde denetim altında tutulmasıdır. Uluslararası topluluklar ve devletler tarafından önlemler alınmaya başlamıştır: Manilla Bildirisi, turizm temel yasa tasarıları ve turist yasası, 10 Aralık 1948'deki Birleşik Devletler'in genel birleşimi tarafından benimsenen İnsan Hakları Evrensel Bildirisi'ni anımsatmış ve turizmin gerçek insancıl boyutlarını vurgulamış ve gelişimleri paralelinde devletlerin sorumluluklarının özellikle de turizm bilincinin yükseltilmesi gerekliliğini açıklamıştır.

A) Turizm Temel Yasası ve Turist Yasası - Turizm temel yasa tasarısında belirtildiği üzere:

"- Transit ve konaklama yerlerinde turist karşılayan toplulukların nüfusu, insanlığın ortak kalıtının bir parçasını oluşturur, kültürlerine, dinlerine ve geleneklerine, ziyaretçiler tarafından saygı ve anlayış bekleme hakları vardır."

"Tutum ve davranışlarıyla, doğal ve kültürel çevrelerine saygı göstermek kaydıyla kendilerine ait turistik yerlere özgürce girme hakları vardır.

"- Bu anlayışı ve saygıyı kolaylaştırmak için ziyaretçiler şu konularda düzenlenmiş danışmanlardan yararlanmalıdırlar:

a) Saygı gösterilmesi gereken turist kabul eden topluluğun töreleri, dinsel ve geleneksel deneyimleri, yerel yasak yerler, kutsal yerler ve şehirleri.

b) Korunması gereken kültürel ve arkeolojik zenginlikler.

c) Korunması gereken seralar, hayvanat bahçeleri ve diğer doğal kaynaklar.

"- Turist karşılayan halkı oluşturan nüfus, konaklama ya da transit yerlerde konukseverlik, incelik ve uyumlu sosyal ve insancıl ilişkilerin gelişmesi için gerekli olan saygı ile turistleri en iyi koşullardan yararlandırmak için çağrılmışlardır."

Turist yasası da şöyle demektedir:

"- Turistler davranışlarıyla, hem uluslararası hem de ulusal düzeyde insanlar arası dostça bir ilişki ve anlayış kurarak barışın sağlanmasına yardımcı olmalıdırlar.

"- Turistler transit ve konaklama yerlerinde dinsel, ahlâksal, toplumsal ve siyasal açıdan oluşturulmuş düzene saygı göstermeliler ve yürürlükte bulunan tüzük ve yasalara uymalıdırlar.

"- Aynı yerlerde, turistler aynı zamanda:

a) Turist kabul eden topluluğun töre, inanç ve davranışlarına karşı anlayışın en büyük kanıtını göstermeli ve bu sonuncuların kültürel ve doğal kalıtlarına karşı en büyük saygıyı duymalıdırlar.

b) Yerli halk ve kendileri arasında varolan kültürel, toplumsal ve ekonomik farkların belirginleşmesini önlemek.

c) İnsanlığın ortak kalıtının bir parçası olan, turist kabul eden ülkenin kültürüne açılmak.

B) Nesnel Açıdan Bir Araştırma - Ziyaretçiyle ziyaret edilen arası ilişkilerin uyumlaştırılması, nesnel açıdan incelenmelidir çünkü, sürekli sorunlu olmuş ve olacaklardır. Tanıma göre, turist kendi ülkesinin başka bir yöresinde olsa dahi, bir yabancıdır. Tanım açısından, keşfettiği yer ona yabancıdır. Homojen toplulukların temelindeki komşuluk sorunları bilindiği zaman, tatil süresinde yer değiştirmelerine asla şaşılamaz. Demek ki, tümüyle kaynaşmış ve yörenin genel durumuyla son derece

uyumlu bir turizme inanmak hayalcilik olur. Yalnızca, bu karşılaşmayı hazırlamak, geçişleri düzenlemek, karşılayan halka olduğu kadar turistler için de kaçınılmaz olan gerilimlerin yararlı bir gelişim yönünde çözülmesini sağlamak sözkonusudur.

Sonuçta, Rajesh Rawat'ın belirttiği gibi, turistik eğitim vermek gereklidir. "Belli bir eğitim sayesinde geleceğin turizmi, kişiliklerini olduğu kadar, karşılıklı ilişkilerini de derinleştirmeye istekli bir açılım esprisi içinde turist karşılayan topluluklarla turistleri bir araya getirecektir. Bundan böyle, hizmet; uşaklık ve külfetle karıştırılmayacak, küçümseme yerini, başkalarını sevindirme isteğine bırakacaktır. İlişkiler, insan saygınlığını tümüyle sağlayıp onurlandıran bir eşitlik temeline dayanacaktır."

"André Malraux "insanlara kendi kendilerine yadsıdıkları bir büyüklük bilinci verilmesinden sözeder. İyi düzenlenmiş ve kavranmış turizmle onlara, başkalarında olduğunu yadsıdığı büyüklük bilincini vermenin olanaklı olması gerekir."

Bu uyarılar kitle turizminin etkileri ve kapsamını değiştirebilecek kavramsal ögeler ve önerilere dayanmaktadır.

- Turistik şehirlerin kimliğini korumak.
- Turisti seçmeye, kendisinde aktif bir tutum uyandırmaya teşvik edecek ürünler yaratmak ve seyahat ve tatillerine orantılı olarak bunu fiilen uygulamasını sağlamak.
- Yöre yaşamına bel bağlamak.

3. Değişik Bir Turizm İçin - Sorun yalnızca yeni bir turizm uygulamak değil (çünkü uygulamak sözcüğü çoğunlukla pazarlama sözcüğüne bağlı olarak kullanılmaktadır) ama özellikle teşvik etmek, turizmle ilgili kişilerin olumlu davranması anlamına gelen bir teşviktir. Bu yeni turizm ya da değişik turizm, değerler değiş tokuşu ve turizmin marjinal

gelirleri olarak değil, halkların ve insanların kendi amaçları olarak gördükleri anlayış temeline dayanmıştır.

Dünyada "akıllı turizm" için rehberler varolmaya başlamıştır. Brezilya'da, Hindistan'da, Afrika'da "Başka bir turizm düşüncesi" konusunda örnekler çoğalmaktadır. Alternatif turizm üzerine çok ciddi araştırmalar yapılmıştır. Pierre Lainé'ninki gibi eserler buna adanmıştır.

Bu konuda başarı kazanmak için ne yapmalı? Dünya Turizm Teşkilatı bu yönde önerilerde bulunmuştur:

A) Ürünler ve Güdülenmeler Üzerine Etki Etmek - Turistlerin güdülenmesiyle sunulan ürünlerin uygunluğu, sürekli etkileşim halinde oldukları için birbirlerine sıkı sıkıya bağlıdırlar. "Demek ki, en kısa zamanda, gelecek olan turistin karşılandığı ortama bağlanmasının koşullarına karşı duyarlı hale gelme ve kolaylaştırıcı ve cesaretlendirici ürünler önerme zorunluluğu ortaya çıkıyor."

Örneğin, hac yolculukları dikkatli inceleme isteyen bir ürünün simgesidirler. Bütün kiliseleri birleştiren bir turizmle birlikte emeklilerin yaptığı gibi tinsel temalı seyahatler, bir dinin ya da yoga gibi tinsel bir deneyimin keşfi, transandantal meditasyon, çeşitli kiliselerden kişilerin karşılaşması, felsefe temsilcileriyle tatil merkezlerinde diyaloğa girilmesiyle, ideolojik kavramların ve çeşitli yaradancıların temsil ettiği düşüncelerin de gelişmiş olması gerekir. Hatta Amerika'da "gerçekten kiliseleri birleştirme çabası olan ve doğa ve halkla kendi çevre ilişkilerini koruyarak kalan herkesi kapsayan bir turizmi" geliştirmek için uluslararası bir fon oluşturulmuştur. (TROT, Trust for Responsible Opportunities in Tourism)

Gençlerin ve ailelerin uluslararası ilişkileri hâlâ

halklar ve insanlar arasında iyi bir anlaşmanın, kaynaşmanın yaratılması yoludur ve bu yeni turizm temeline dayanır. Dünya Turizm Teşkilatı karşılıklı ilişkilerin yalnızca aynı ırktan, aynı kültürden ya da aynı dinden olanlar arasında olmamasını ya da zengin ülkelerden gelişmekte olan ülkelere yönelik bir ilişki olarak gerçekleşmemesini önermektedir. Burada, parasal amaç gütmeyen kuruluşlar önemli bir rol oynayabilir ve uluslararası sosyal turizm, Fransa'da CELTI'nin belirttiği gibi, turizmi değiştirecek temel bir araç haline gelebilir.

Buna paralel olarak, öğrenim yolculukları zengin devletlerin yardımıyla gelişebilir. Sözkonusu olan anlık ilişkiler zenginliğine ve sanatsal ve kültürel kalıtların keşfine çoğunlukla olanak sağlamayan militan seyahatler değildir. Yapmasını-bilmek, yaşamasını-bilmek gibi bir istekle dile getirilen sanatsal turistik stajların gittikçe gelişen başarısına tanık olunmaktadır. Eğer bu stajlar iyi örgütlenirse, turistin yöre halkıyla dostluk kurarak yaşamaya, düşünmeye, kafa yormaya ayırdığı bir dinlenme süresini ya da düzenlenmiş geceleri de kapsar. Arkeolojik seyahatler de ortamı ve milliyeti değişik insanlara belli bir çalışma etrafında buluşma olanağı sağlayan tatil önermeleridir. Aynı şekilde, bölgesel bir dilin ya da lehçenin ana hatlarını öğrenerek yerli halk ve kültürüyle karşılaşmanın sağlanabileceği kültür stajları ortaya atılabilir. Genelde, bu tip gelirlerle ilgili olan gruplar küçüktür, yabancıların kabullendikleri hoşgörü sınırının gerisindedir, yoksa çok çabuk gelen bir doygunluk olur.

En çok önlem gerektiren yolculuklar, etnolojik olanlardır. Gezilen yerleri çok iyi tanıyan bir antropologun sürekli eşlik ettiği küçük bir grup, yani rehberin toprak altında eskiye dayalı bir sürü araştırması olması gerekir.

Ne yazık ki en çok satılan ve tanınan ürünler bunlar değildir. Burada, her hal ve şartta bir ilerlemenin olması için, ulusal mahkemelerin haber ve bilgi kanallarını kullanarak destekleyici olmaları gerekir. İyi bir turizm bütünleşmesini sağlayan ürünlere, karşılama ülkelerinde -bu gelişmekte olan bir ülke olabilir ya da gelişmiş ülkenin yoksun bölgeleri olabilir- verilecek primler ve para yardımları da düşünülebilir.

B) Alt Yapılara Etki Etme - Uzun zaman turistik donatılar, karşılama yerinin fiziğinden bağımsız olarak yaratılmışlardır. Çevresini korumak amacıyla birçok gelişmiş ülke, bütün önemli uygulamalar için zorunlu patlama noktaları; inceleme, yargılama usulleriyle donatılmıştır. Bu prosedürün bütün dünyaya genelleştirilmesi ve çevrenin yalnızca fizik görünümüyle sınırlanmaması gerekir. Aynı şekilde insani ve sosyal etkiler de testten geçirilmelidir. Kentsel ve mimari açıdan, yeni donatıların, içinde bulundukları yerle bağlantıları açıkça gösterilmelidir. Tatil merkezleri turist karşılayan ülkenin halk oyunları bütününün yayılımı olabilir. Fiziksel kopuş hiçbir zaman yerli bir doku ile simgelendirilmemelidir.

Etki araştırmalarının ötesinde, turist karşılayan ülke halkının mümkün olduğu kadar turistik projeye katılmasının gerekliliği ortaya çıkmaktadır. En iyisi, yerli halkın bir tasarımın inisiyatifini alması ve sonuna kadar gerçekleştirmesi hatta yönetimini de yüklenmesidir. Bu öneri, başarılı bir animasyonun, o ülke veya bölgenin çeşitli turistik etkinliklerde ilerlemesinin anahtarıdır. Bu bağlamda, temelde sonucu yalnızca turistik olmayan, yaratılmış donatıların kullanım hakkının ziyaretçilere tanıtılması konusu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, çok işlevlilik ve çeşitli kollara ayrılma; karşılaşma ola-

naklarını çoğaltarak, birçok kullanan tarafından sürekli kullanımına olanak vermek için turistik donatılar kavramına yön vermelidir.

C) Turistik Etkinliklerin İçeriğine Etki Etmek - Bu, yaşayan bir dünyanın keşfiyle, kurumlaşmış değiş-tokuşla (kardeş bölge veya şehir olarak ilan etme) ve yerel kültüre aktif katılımlarla uyarılması gereken gerçek bir turistik animasyondur. Sözkonusu olan, özellikle ülke ya da bölgenin, günlük ve yaşayan dünyasını bir kenara atan bir tarihe ve eski geçmişe çok fazla takılıp kalmasını önlemek gerektiğidir. Bazı girişimciler, gemişin müzelerini canlandırmanın, eski kasabaları yeniden yaşatmanın mümkün olduğunu göstermiştir.

Çoğunlukla bu animasyon tek başına turistik atılımın bir faktörü olacaktır. Geleneksel turizme oranla yeni turizmin gelirlerine artı-değer katacaktır. Bu ustalığa, yaratıya ve varolduğu zaman yerli animatöre güven duymayı ve turistlere bazı durumlarda kendi kendilerine tatil çevreleri ve kendi durumlarına ilişkin öznel bir sorunu çözmelerine olanak sağlayan bir strateji gerektirir. Sözkonusu olan, bu canlılığın dağılımını değişmez bir şema ile değil, tüm bölgesel durumlara uyabilen ve her girişimden nasibini alacak esnek bir yapıda sunulmasıdır. Bu animasyon gezdikleri ortamlarda pasif olan turist gruplarının bulunduğu (ve modellerini kabul ettirmeye çalışan "sömürgen" bir turizm görünümünde olan) bir tüketici-animasyon olmamalıdır. Bu animasyon, dinamik ya da iletişime, karşılıklı ilişkiye, bireylerin gruplara katılımına tekabül eden bir kendiliğindenci-animasyon olmalıdır.

Kentdışı bölgeler veya Üçüncü Dünya ülkeleri yerel, bölgesel, dinlence animatörleri, rehber animatörler oluşturmalıdırlar. Nasıl adlandırılırsa adlandırılsın, katalizörler, düzenleyiciler, kavram ge-

liştiriciler sözkonusudur. Turizm animatörü, müşterinin ve gezilen turistik alanın özelliklerine uygun bir gelir yaratır. Müşterilerden tepki aldıkça uyarlama yeteneğini kullanarak, yerli aktörlerle ilişkilerinden elde ettiği gelirlerle ayakta kalır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
TURİZM SOSYOLOJİSİNİN YÖNTEMLERİ

Turizm sosyolojisinde en başta kullanılan yöntem gözlemlemedir; turistler üzerine olduğu kadar yolcu-turistler tarafından da uygulanan bir yöntemdir. René Hourdin'in vurguladığı gibi "geçmiş asırlar Fransa'sında bize, gerçek ve canlı bir görüntü vermek için yolcuların notlarından başka, işe yarayan bir şey yoktur; doğal ve yalın belki de tam tersine iddiasızdırlar. Sonuç olarak, göreneklerin inceliklerini kavramak için kendi ülkelerininkileriyle kıyaslama yapan yolculardan ibarettir. Milliyetçiler bundan bir hiciv amacıyla ya da tutku nedeniyle sözedeceklerdir. Her gün yaşadıkları yaşamın ufak tefek görünümlerini tabletlere kazımaları ve göstermeleri için hiçbir neden yok."

Turistler üzerine sosyolojik değerlendirme yapmak için ilk sorgulamalar 1950 yıllarında başladı. İlk önce turizmin; pratik nedenlerden dolayı, turistik müşteri kümesi ve içinde bulundukları sosyal alanı oluşturan bireylerin, sosyolojik bütünlüğü çerçevesinde incelemesi yapıldı. Bu araştırma kategorisi nabız yoklama ile yapılan anketlerin seçim alanıdır. Turizmin getirdiği niceliksel ve niteliksel sosyal değişimlerin açıklanması çok sonraları öngörülmüştür. Turizm sosyolojisinin bu bölümünü başka yöntem ve teknikler açıklığa kavuşturmuş, aydınlatmıştır.

I. Genel Kavramlar

İlk önce, turizm sosyolojisinde; biçimlendirme

ya da incelemeye dayalı çalışmalarla betimlemeye dayalı çalışmalar arasında bir ayrım yapmak gereklidir.

Araştırmaya dayalı çalışmaların çoğunun amacı, daha kesin olan bir araştırmaya soru hazırlamak veya bir sorun üzerine hipotezler geliştirmektir. Turizm alanında en çok kullanılan bu tür çalışmadır. Çok önemlidirler çünkü, en yeni turizm sosyolojisi yaratmak yolunda bu disiplinle çalışan araştırmacılar sınıfının gelişmesine, kavramların açığa çıkmasına, gelecekte yapılacak araştırmalar için öncelikler oluşturmaya, bu tür araştırmaların pratik uygulamalarıyla ilgili bilgileri bir araya toplamaya olanak sağladıkları için önemlidirler.

Betimleyici çalışmaların iki temel amacı vardır:

- Bir taraftan bireyin ve grubun niteliklerini büyük bir doğrulukla ortaya koymak, bu niteliklerin doğası üzerine öznel, hipotezli veya hipotezsiz çalışma yapmak.
- Diğer taraftan, bazı olay ya da durumlarla gelen şiddeti saptamak ve diğer hangi durumlar ve olaylarla birleştiğini belirlemek.

Bunun için betimlemeye dayalı araştırmalar bozukluğu azaltmak ve elde edilen sonuçların değerlerini yükseltmek için çok büyük özenle hazırlanmalıdırlar. Bu tip bir araştırma genellikle beş aşamada sürer.

- Görüşlerin formülasyonu,
- Toplanan verilerin yöntemlerinin saptanması,
- Verilen nüfustan yola çıkarak örnek seçimi,
- Verilerin toplanması ve kontrolü,
- Sonuçların incelenmesi.

Daha sonra, ölçü konusunu kurala oturtmak gerekir. "Bir sosyolog ölçüden bir biyolojist veya fizikçiden daha geniş anlamda söz eder." (Paul Lazarsfeld)

Turistik olgunun sosyolojik ögelerini ölçmek için genellikle Lazarsfeld tarafından önerilen, geniş şemaya göre ipuçlarından giderek açıklamayı sağlayan, dört büyük bölüm halinde, az veya çok tipik bir süreç izleme yoluna gidilir: Kavramın imgelendirilmiş olarak sunulması, boyutların özellikleri, gözlemlenebilir belirleyicilerin seçimi ve ipuçlarını içeren belirleyicilerin sentezi. İnceleme ve olgu ölçümünde belirleyicilerin kullanılmadığı araştırma yok gibidir. Tatil ve turizm konusunda bu belirleyiciler çok sayıda olabilir.

Bu arada altı çizilmesi gereken, belirleyiciler listesi seçimini sınırlayan kıstasların belirlenmesinin çok hassas bir sorun olduğudur. Ayrıca, temel düşünce şunları incelemektir: "Belirleyiciler arası ilişkiler ve gerçekleştirmeyi önerdiği öznel ölçü içinde ağırlığını belirleyecek şekilde, bir belirleyicinin bir diğerine oranla göreli gücü diye adlandırılan belirlemeye olanak veren bazı genel matematiksel kuralları çekip çıkarmak" gerekir. Lazarsfeld'in vurguladığı üzere "karmaşık sosyolojik kavramlara dayanan göstergeler düzenlendiğinde her zaman, görüntülenmiş olarak sunma ve kavramı esinlendiren birçok şey içinden, göreli olarak sınırlandırılmış bir takım konular seçilir. Bu göstergelerin en dikkat çeken yönlerinden biri de; kuşkusuz seçilen olay veya "örnek" ne olursa olsun, genelde dış değişkenlerle korelasyonlarının sabit kalmasıdır."

1. Tatil ve Turizm Sosyolojisinde Kullanılan Temel Belirleyiciler -

A) Tatil Biçimlerinin Psiko-Grafik Sınıflaması - Max Weber'e göre sosyal gruplar öznel yaşam biçimleriyle temsil edilirler. Bu teori, özellikle yaşam biçimlerinin anlamlı sosyolojik değişkenlere göre farklılaştığı olgusundan dolayı, Kuzey Amerikalı bazı araştırmacılar tarafından turizme uygulanmış-

tır. Daha önce geliştirilen teknikler bir psiko-grafik belirleyiciler listesi ya da yaşanabilecek yaşam biçimlerini belirlemeye olanak vermektedir, bir yandan tatil değerlendirmeleri, çıkarlar ve etkinlikler ölçütünden çıkarak gerçeğe dayalı bir belirleme yapmak (AIO araştırması) -tatilcilerin sınıflandırmasını geliştirmek için kullanılan ölçü (bu konuda III. bölüme bakınız)- diğer taraftan tatilde bazı davranış eğilimlerini ve sosyal sınıfları kapsayan değişkenlere bağlamak.

Özellikle Perreault, Darden ve Darden'in çalışmaları; Likert tipi bir ölçümden çıkarak benzer değişkenleri kapsayacak şekilde yeniden gruplama yapmak tatil yaşamı biçimlerini oluşturan önemli belirleyicilerden 30 kadarını tanımlamak için ayrımlara ya da faktörlere dayalı analizlerden hareket etmek olanağını sağlamıştır. Tatil yaşamı biçimleri, en az anlamlısından en çok anlamlısına doğru şunlardır: Kararsız tatilci, harcamalarına az üzülen tatilci, sürüye katılan tatilci, aile ile seyahat, nesnel bilgi toplayıcı (örneğin bir seyahat acentası kanalıyla), harcamalarını dert edinen tatilci, her şeyi önceden planlamış olan tatilci, kamping patlaması, hafta sonu yolcusu; tatildeki eğilimler, işlevsel olarak çoğunluğa uyan, kendine karşı genelde bir güven duyma, kozmopolit bir yolculuk, serüven ve yeni yerler arama, yolculuk sonrası bir saygınlık arama, şehirde tatil, dinlenme-gevşeme yolculuğu, eğitici yolculuk, spora katılım, 1. sınıf yolcu, spor izleyicisi, hızlı sefer yapan veya gezginci yolcu, kişiliğe değin bilgi toplayan, liderlik düşüncesi, karavanla seyahat, tarihsel seyahat.

B) Turistik Müşteri Topluluğuna Dayalı Belirleyiciler -

a) Sosyo-ekonomik belirleyiciler en sık kullanılanlarıdır. En çok kullanılanlar arasında; gelir dili-

mi, sosyal-mesleki kategoriler, eğitim düzeyleri, yaş grupları, aile yapısı, ücretli izinlerin süresini saymak gerekir. Çoğunlukla, toplam tüketim, alım gücü göstergeleri ya da ev kirası ile turistik harcamalar kıyaslaması vb. ekonomik belirleyicilere bağlı olarak, ya da iş, kalınan yerin durumu, kentleşme derecesi, toprak ve yönetim durumu, sağlığı koruma düzeyi, iş ve yaşam koşulları, toplu satış yerlerine gitme sıklığı, toplumsal, sendikal ve politik yaşama katılım, kültürel, dinsel, sanatsal deneyimler, tarihsel-sanatsal kalıtların kalitesi kullanılır.

b) Turistik belirleyiciler:

- Şu veya bu tür ulaşıma karşı kişisel tutumları belirten ulaşım şekillerinin kullanımı.
- Konaklama formüllerinin kullanımı.
- Dinlence deneyimleri.
- Turistik yerin maddesel seçimi (plaj, dağ, köy vb.).
- Yer hakkında bilgiler.
- O yerlerin resmi.

Bütün bu belirleyiciler pazar araştırmalarında geniş ölçüde kullanılmaktadır.

2. Turizm Tarafından Yaratılan Değişimin Sosyal Belirleyicilerinin Sisteminin Kurulması İçin - "Sosyal belirleyici" teriminin çoğunlukla çelişkili ve belirsiz birçok tanımı vardır.[11] Her sosyolojik ekol ya da her yazar katkıda bulunma yolu aramıştır. Bir sosyal belirleyicide, hakim düşünce, değişimlerin etkisi ve toplumların evrimi konusundaki kayıtsızlığa çare bulmak ve bu değişim ve evrimi ölçmeye yarayan aracı bulmak, bu ölçüyü en ince bilimsel doğrulukla yapmak ve özellikle de değişimlerin önem sırasını göstermek isteğidir.

(11) Deyimin yaratıcısı Raymond Bauer'e göre, bir sosyal belirleyici "toplumun koşulları üzerine yorumları kolaylaştıran ve normatif açıdan kullanılmaya elverişli tanımlayıcı bir istatistiktir".

Her durumda, turizmin getirdiği değişimin sosyal belirleyicisi bu değişimin sosyal gerçeğini tanımlaması, kıyaslama yapmayı olanaklı kılması ve sonunda da sosyal öngörüyü kolaylaştırması gereklidir. Değişimin sosyal belirleyicileri konusunda çok az araştırma vardır. Turizm alanında bu çalışmalara henüz çok ender rastlanır: Örneğin Doxey, Karaib ve Kanada'da yapılan çalışmalarda bir belirleyici hazırlamıştır, turizmin gelişmesi karşısında yerli halkın uyarılması. Daha önce Butler, Bjorklund ve Philbrick tarafından başka kültürden gelen iki ya da daha fazla grubun karşılaşmasından ileri gelen değişimlerin belirleyicileri araştırılmaya girişilmiştir.

En gerekli araştırmalar bu alanda yapılacak olanlardır. Fransa'da Jacques Delors tarafından 1969'da Ulusal Yönetim Okulu semineri sırasında incelenmiş olan genel sosyal belirleyiciler bağlamında gerçekleştirilebilecek bir belirleyiciler sistemi kurulabilir: Yaşam umudu, sağlığın korunması, ailenin evrimi, kadının sosyal ve ekonomik yaşama katılımı, yaşlılar için ayrılan yerler, sıradan insanlara karşı davranışlar, çalışmanın evrimi, eğitimin rolü, kültürel gelişme, değişikliklere uyum, toplumsal devinim, toplumun dış dünyaya açılması, milli gelir dağılımı, gelirin kullanımı, kalıtların evrimi, yardım payı, dayanışmanın gelişmesi, konut, kırsal yöre düzenlemesi, kentleşmenin gelişimi, zamanın kullanımı.

Böylece, turistik gelişmeye bağlı olarak, özellikle genç yetişkinlerin ve kadınların rolündeki değişmeler, toplulukların bağlantılarındaki değişimler, çalışmadaki, kurumlardaki, nüfustaki değişiklikler, bazı grupların sapması, değişikliğe karşı direnç, toplu yaratıcılık konularındaki değişimler ölçülebilir.

3. Turizmle Yaratılan Sosyal Değişimlerin Kavranması İçin Önerilen Yöntemler - Van Doorn ve Travis 1983 yılında bir sosyo-kültürel değişim faktörü olarak turizm üzerine yapılacak araştırmalar için genel bir çerçeve çizdiler. Bu çerçevede, bir seri hipotezi sınamak için disiplin süzgecinden geçen bir anlayışla, dinamik ama kontrollü bir özelliğe sahip olan araştırma yöntemleri önermişlerdir. Bu konuda üç tip yöntem kullanılır durumdadır.

- Yarı-durağan kabul edilen ve kısa bir zaman sürecinde gözlemlenen belirleyicilerin kavramlaştırılmasına, matematikselleşmesine olanak sağlayan *temel analizi.* Burada niceliksel bir analiz kullanabileceğimiz gibi, kavramları, belirleyicileri, değişkenleri, parametreleri formülleştirmek için kavramsal bir analiz de kullanabiliriz (belirleyicileri bireyler, kurumlar, çıkar grupları, kullanılan toplum, düzeyinde belirlemek sözkonusu olduğunda niceliksel analiz). Bu düzeyde inceleme teknikleri, söyleşi, anket ve kapsam analizi olacaktır.

- Yöre sakini ile turistin karşılaşmasının işleyişini daha iyi tanımak ve bilmek için devam eden bir süreç içinde dinamik bir yaklaşımı savunan *etkileşim analizi.* Burada da temel analizi için kullanılan tekniklerin aynıları kullanılır.

- Yarı dinamik olan *değişimler analizi:* Bu demektir ki, değişimler zaman içinde iki (veya daha çok) öznel nokta arasında yapılacak kıyaslama ile ölçülebilir. Değişimler analizine temel analiz kaynak olabilir. Bu yöntemden faydalanmak için, turizmi değişim etkeni olarak diğer değişim etkenlerinden ayırmak, dolaylılık durumlarını ve psikolojik değişimlerle sosyolojik değişimler arasındaki karşılıklı bağımlılığı fark edememe risklerini önlemek için, iyi kontrol edilmiş bir araştırma taslağı gerek-

lidir. Bunun için yazarların, deneysel kontrol grupları ve belirleyicilerin kendi içlerinde istatistiksel incelemelerini başlatmaları önerilmektedir.

Kısacası, deneysel araştırmanın genel terminolojisi izlendiğinde temel analizi bir ön-test; değişimler analizi, sonraki test ve etkileşim analizinin kendi ise araştırma programı olacaktır.

4. Uygunluk Araştırması - Bir kez belirleyiciler hazırlandıktan sonra, ilişkilerini incelemek gerekir. Şimdiden yapılmış bir sürü istatistik çalışması vardır. Amerika'da *The Journal of Leisure Research, The Travel Research Journal Leisure Sciences* gibi özgün dergilerin büyük bölümü, dinlence, tatil, turizm alanında yararlanılan sosyal veya sosyo-ekonomik psiko-grafik belirleyiciler arasındaki ilişkileri incelemeye ayrılmıştır. Araştırmacıların hizmetine sunulmuş istatistiksel teknikler çok fazladır ve seçim her zaman hassas sorunlar çıkarmaktadır.

Yaygın düşünce, her seferinde bir belirleyicinin analizinden çıkarak bir hipotez sunmak ve bu hipotezi sınamaktır. Elde edilen bilgiler, toplanan deneyim ve tabii ki teori araştırmacıya en iyi seçimi yapması için yardıma geleceklerdir. Araştırmacı için değişik hipotezleri sınamak amacıyla birden daha fazla teknikten yararlanmak ve belirleyicilerin verilerinden çıkarak mümkün olduğu kadar çok bilgiyi elde etmek yararlı olur.

Uygunluk araştırması, sosyo-kültürel değişimler ve turizm üzerine yayınlanmamış bir eserinde J. Rodriguez Aramberri'nin kaygılarının merkezindedir. Ona göre, turistik etkileşim tarafından yaratılan değişimin sürecini yansıtan bir seri olay (veya belirleyiciler) hazırlanması ve tutarlı turistik politikaların yerleştirilmesine yardımcı olacak teorilerin kurulması gereklidir. Bu yüzden Rodriguez Aram-

berri değişim konusundaki hipotezler hazırlamak ve bu hipotezleri genel sosyolojide kullanılan tekniklerle sınamayı önermektedir.

5. Nitelik Analizi - Niceliksel analiz çoğunlukla olanaksızdır (ve birçok sosyoloğun kaydettiği gibi, incelemek, konunun çokluğuna göre, benzer faktörleri ve ayrışanları belirlemek ve gözlenen istatistiksel ilişkilere bir açıklama getirmek ya da ikilemi gidermek de o kadar zorlaşmaktadır). Turizmin karmaşık ve bağdaştırıcı karakteri göz önüne alındığında iki değişken arasındaki ilişkinin, henüz tanımı yapılmamış gerçek bir parazitten gelip gelmediğini saptamak her zaman mümkün olmaz. Bunun için turizm alanında çoğunlukla nitelik açısından, *kapsam analizi, işlevsel analiz, düzenleyici analiz* veya *kurumsal analiz* kullanılmaktadır.

Bu kısa kitapta turizmin sosyolojik verilerini niteliksel şekilde incelemek için yararlanabilecek analizlerin tümünü sunmak olanaksızdır. İşlevsel analiz, olguları ve özellikle kurumları ve örfleri açıklamak için etkili bir yol bulmak ve sosyal kullanımları, oynadıkları rollerin veya gördükleri işlevlerin farkına varmak gibi basit bir düşünceden yola çıkar. Doğaldır ki, bu işlevler ve roller herhangi bir şeyle orantılı olarak yüklenilmelidir. İşlevsel analizin en önemli işlerinden biri de bir sosyal durumun işlevsel duruma göre ya da işlevdışı kabul edilmesine göre sosyal parçaların kesinlikle belirlenmesidir.

II. Anket Yoluyla Kamuoyu Yoklaması

1. Genel Kurallar - Sorulan sorunun ya da gerekli analizin tipi ne olursa olsun, bir veya birçok hipotez genellikle ya önceden, ya dokümanter bir ön anketten çıkarak veya bizzat o yerde gözlem yapılarak formülleştirilir. Sözkonusu olan bu hipotez

veya hipotezleri inceleyip gerçekliğini saptamak, denetlemek sözkonusudur. Bunun için de bir gözlem planı ya da veri derlemesi seçmek gerekir.

Veriler çeşitli tiptedir, halklarla, davranışlarla, gidilecek yere karar vermeyle, tepkiler vb. ile ilgilidir... Sorunun konduğu çeşitli durumlara ve araştırmacının olanakları ve araçlarına göre değişir. Her zaman için, ideal olanı kendi aralarında karşılaştırma yapılabilecek verilerin elde edilmesidir. Ne yazık ki çoğunlukla veriler araştırmacıya zorla kabul ettirilir. "Kendi inisiyatifiyle oluşturulmuş değillerdir. Doğal olarak, bir tarihsel evrim incelenmek istendiğinde ve bazı değişik durumlarda, ondan başka türlü olamaz. Ancak, kendinin hazırladığı verileri düzenlemenin kaçınılmaz bir sakıncası vardır: Aranılan gerekli bilgiler onun içinde bulunamaz. Bunun için soru veya söyleşi yoluyla yapılan anketler (nabız yoklama yöntemi sayesinde) II. Dünya Savaşı'ndan sonra büyük bir yaygınlık kazanmıştır."

Bu nedenle kamuoyu yoklaması yoluyla yapılan anket tekniklerinin kullanımı turizmi daha iyi değerlendirmeye olanak verir ve tatil olgusu öyle bir şeydir ki, saymak ve bu nüfus içinden topluluğa sürekli karışan insanlardan ek bilgiler almak mümkün değildir. Hatta nüfusun sabit sayımı zaman içinde bir örnek teşkil eder. Bu demek değildir ki, ciddi sınırlamalar yapılan koşullarda, herkesi saymak ve sorgulamak olanaksızdır. Bir anket bir kasabanın turizm konusundaki duygularını tanımak için de yapılabilir. Ancak bu basit kaçar.

A) Genellikle Kamuoyu Yoklaması Yoluyla Yapılan Ankette Beş Büyük Etap Görülür

- Anketin nesnesi bellidir: Örneğin, ikameti Belçika'da olan Belçikalı halkın yapısı üzerine veriler toplamak ya da Fransızlar'ın tatillere karşı tu-

tumları, karar alma biçimleri -çıkış frenlemeleri.

- Çalışma hipotezleri ortaya konmuştur: Bu belki de çıkış frenlemeleri, yaşla çakışan gitmeme nedenleri, meslek ve topluluğun büyüklüğü.

- Örneğin boyut ve bölümlenmesi saptanır. Sıklıkları bilinen değişik karakterler aynı sıklıkla orada yeniden buluşurlar. Böylece, tatil kararlarının alınmasında kadınlar belirleyici bir rol oynadığına göre bölümleme sırasında sayıları baskın olacaktır. Eğer uzun süre yalnızca nüfus, toplumsal meslek grupları, gidilecek yer ve ulaşım şekli gibi özelliklerden yararlanılırsa, gerçekte bunlar başka bölümlemelerle birleştirilmiştir: Yolculuğun amacı (dinlence tatili, iş için, ziyaret), gidilecek yer, seyahat süresi, seçilen yere karşı tutumlarla ilgili seçilmiş bilgi kaynakları vb.

- Kamuoyu yoklamasının etkinliğini artırmak amacıyla nüfus üyelerinden istenilen özellikleri göstererek sınırlı sayıda bireye uygulanan (20-30 arası) ön-test.

- Anketörlerin, mektupla, bizzat o yere veya evlere giderek anketi nesnel olarak gerçekleştirmesinden sonra, (eğer sayı önemliyse) kodlama, sonuçların incelenmesi ve anket raporuna sıra gelir.

Çarpıklıkları önlemek her zaman gereklidir. Şöyle ki, bir sorun yanlış anlaşıldığı, sorgulanan kişilerin doğru dürüst yanıt verme yeteneğinden yoksun olduğu, ister cahilliklerinden, ister kendilerini kötü ifade ettiklerinden ya da söyleşi yapılan kişilerin anketörün beklediğini sandığı yanıtları vermesi durumlarında, bir algılama ya da düşünceyi dengelemeyi tehlikeye düşüren özgün bir bakış açısından yola çıkarak, değişikliklere nesnel bakmak" sözkonusu olur. Anketin saati ve yeri iyi seçilmelidir ve çok sayıda yanıtsız soru kalması önlenmelidir.

B) Açık Hava Dinlenmesinde Yapılan Kamuoyu Yoklama Yöntemleri - Abott Ferriss Amerika'da turizm ve açık hava dinlenmesi alanında kullanılan büyük kamuoyu yoklama anket tiplerinin sayımını yapmıştır. Sözkonusu olan;

- Bölgesel olası örnek, insanlardan herbirinin verilen coğrafi yerde aynı sorgulanma şansına sahip olması gerekir.
- Saptamayla alınan örnek -yaş gruplarının nüfus gruplarının önemine ve boyutuna göre vb.
- Kulüp ya da bir şirketin üyeleri, gazete ve dergilere katılanların listesinden çıkarak yapılan örnekleme; istatistik tablolarından raslantısal çıkarılan sayılar kullanılır.
- Trafiğin hacmi, günün saatleri, haftanın günleri, dinlence ve turistik bir donatının sınırlandırılmasına göre şehir konusunda örnekleme.
- Davranışları gözlemlemek için örnekleme: Bu yaklaşımın bedeli yüksektir. Genelde amacı şu veya bu tür bir turistik etkinlik veya dinlenceye ayrılan zamanın gözlemlenmesi, zaman, uzam ya da örnek kabul edilebilecek kişiler: Örneğin bir kişinin davranışlarını gözlemlemek için onu bir müzeyi gezerken izlemek.
- Bireysel olarak gelen turistlerin seyahat süreleri, yer değiştirme nedenleri, kökenleri ve gittikleri yer, kullanılan konaklama şekli, kullanılan ulaşıma göre tatil biçimi, doyumlar gibi konularda bilgi toplamak için, turizm istatistiklerine uygulanabilen kamuoyu yoklamaları.

2. Güdülenmeler Üzerine Araştırmaların Yapıldığı Durumlar - Güdülenme incelemesi insanların seçimlerini saptayan bir araştırmadır. İçgüdü ve bilinçaltını yakalamaya yarayan tekniklerden yararlanır, çünkü tercihler genellikle bireyin bilinçsiz olduğu faktörlerle belirginleşir.

A) Psikolojik Malzeme Araştırma Teknikleri -

a) Görüşme Yöntemleri- Şunlar göze çarpar:

- *Direktif vermeyen görüşmeler:* Bir kişi teybe konuşur. Orada bulunan psikolog anlayışlı bir hava yaratır, karşısındakinin düşüncesini yönlendirecek şekilde etkilemeden, cesaretlendirir.

- *Odaklaşan görüşmeler:* Psikolog direktif vermeyen söyleşilerle elde ettiği malzemeyi kullanarak, kişinin düşüncesini, araştırdığı sorunların merkezine toplamak üzere müdahale eder.

- *Yansıtma teknikleri:* Kişi, çeşitli durumları veya kişilikleri sergileyen resimli uyarıcılar karşısına yerleştirilir. Resmi tasvir etmesi, tarihsel bir süreç içine yerleştirmesi, resmi verilen bir markanın ürünleriyle birleştirmesi istenir. Yansıtma olgusuyla resimden geliştirdiği duygular, tutumlar ve düşünceler kendine özgü şeylerdir.

- *Grup toplantıları:* Söyleşi yalıtılmış şekilde değil de 8-10 arası kişilik gruplarla yapılmaktadır. Serbest söyleşilere oranla grupların dinamiğinden esinlenen bu yöntem genelde daha içten olmayan düşüncelerin çıkması sakıncasını taşır çünkü bireyler bir rol yüklenmişlerdir. Buna karşın, elde edilen bilgilenimler "zincir" olgusundan ya da ortaya konan değişik fikirlerin yarattığı etkileşimden dolayı daha zengindir.

- *Dolaysız sorular:* Kapalı sorular olabilir (yanıt evet ya da hayırdır) çeşitli seçenekli sorular olabilir, ya da sorulan kişiye belli bir ifadelendirme özgürlüğü bırakan açık sorular olabilir.

b) Tanımlama Teknikleri ve Tutum Ölçütleri - Özellikle sözkonusu olan:

- *Ayrımsal anlambilim:* Kişi, bir seri olay ve düşünce karşısına yerleştirilir. Kendisinden bu olay veya düşünce içinden kendine gerçek gözüken iki tanesini seçerek tavır alması istenir.

- *Tutum dizileri:* Aynı düşünce ya da olaylar şu tip bir değer dizisinde yerleştirilebilir: Kesin gerçek, olası gerçek, gerçeğe yakın, olanaklı, gerçekdışı, olası yanlış, kesinlikle yanlış (Guttman dizinine de bakınız).

B) Psikolojik Verinin İşlenmesi - İncelenen 50-100 kişilik bir sınama sonucu elde edilen bütün psikolojik verilerin açıklamalı şemasal yapısını kurmak ve saptamak için iki tip teknik kullanılmaktadır:

a) İçerik Analizi Tekniği - Gerçek düşüncelerin, tutumların, güdülerin ve frenlemelerin çıkmasını sağlarlar. Bunun için şuna girişmek gerekir:

- Kişinin çağrıştırdığı büyük temalara göre verinin yeniden sınıflanması.
- Çelişkilerin sistematik şekilde araştırılması.
- Öznel ve stereotipleşmiş izlenimler kapsamının araştırılması.

b) Tanıya Dayalı Teknikler - Bunlar kişi tarafından ifade edilen bütün psikolojik ögelerden tutarlı bir yapı yaratmaktan ibarettirler. Kapsam analizlerinin ilkinden itibaren tasarlanmış olan bu yapı daha sonrakinin getirdiği yeni ögeler geldikçe daha da iyileşmekte eksikleri tamamlanmaktadır.

C) Psikolojik Verilerin Kullanımı - Bu kullanım şöyle olabilir:

- Ürün üzerine, düşünce üzerine ya da tutumlara olduğu kadar doyumlara da taşınan saptamalar ışığında alım değişkenleri daraltılır.
- Bir ürünün marka imajıyla ve daha belirgin bir şekilde bu imajın bileşkeleriyle (kriterleri ve özellikleriyle halk bu markayı değerlendirir) belirtilmişlerdir.

Bu sonuçlardan yola çıkarak, anket çalışmasının (test ya da niceliksel) hipotezleri saptanır. Standart bir sorgulamaya tabii olarak incelenen

topluluktan temsili bir örnek çıkarılır. Bu soruların tasnifi, kullanılan örneğin tutumları, davranışları, görüşlerini temsil eden istatistikler elde edilmesini sağlar. Bunun dışında, gidilen turistik yer, ülke ya da dünyanın herhangi bir bölgesi üzerine varolan tutum ve görüşlere bağlı olan turistik imaj olgusunu daha iyi anlamak ilginçtir.

III. Turistik İmaj Yöntemi

Bir imaj ancak bir ülke hakkında çok az bilgiye sahip olunduğu zaman olur. Herhangi bir topluluğa ait ve parçalanmış imajların bir araya getirilmesi ile elde edilen turistik imaj yine de bu ülkenin genel imaj görüntüsünden biridir. Ve de bu ülkenin gerçeğinden asla çok farklı olamaz.

1. Turistik İmajın Oluşumu - Düşlenen imaj-yolculuktan önce, turistin ülke hakkında kafasında düşlediği bir imaj vardır. Bu düşünsel, olumlu imaj, okunan bir kitabın ya da bir dostun verdiği bilginin sonucudur. Demek ki, en ufacık bir bilgi bile bu dolaylı imajın varlığını koşullandırır.

Yaşanmış İmaj - Seyahatten sonra turistin hafızasında yaşanmış imaj yer eder. Her şeyden önce, o kişinin duyumsal unsurlarına dayalı, doğrudan fiziksel bir imajdır: Cadde geceleyin çok canlıdır (işitim), kapanmaz bir görünüm vardır (görme) vb. Düşlenen imaj, yaşanılan imaja yakın olmalıdır. Potansiyel müşterinin (hedeflenen nüfus) istekleri ve gerçek arasındaki uzaklığı azaltmak turizm sorumlularına düşmektedir. Yinelenen satın alma kararı tamamiyle önceki sanrı ile, yaşanan deneyimin çakışmasının ürünüdür.

2. İmajın İşlevi - İmaj talebi tüketicilerin özgün bir talebini karşılar. Bir turistik ürünün kalitesine güven duyma ihtiyacından doğar. Birey dü-

şünsel ve toplumsal bir bireşimdir. Kaygı planı, mesleği ve sosyal çevresine göre; kaygı alanı ise zekâsına göre çalışır. Alım sürecinde kendi kendine bu bireşimle koşullanmış imaj tipleri yaratır.

- *Kavrama İmajı* - Birey bir ürünle ilgilenmese dahi, satın almayı düşünmese bile, doğal olarak onu kavrar. Her birey bu olgudan, az çok önemli bir şekilde o nesneye karşı duyduğu ilginin az veya çokluğuna göre ya da sosyal sıralamada belli bir konuma sahip olmasına göre, aşağı yukarı doğru bilgiler stoklar. Kişiyi inançlara ya da seçilmiş tiplere, yani önceden edinilmiş düşünceler veya kendi kendisini satın alma sırasında sınayacak olan bir takım subjektif duygulara götürür.

- *Tepki Yapan İmaj* - Alım sırasında, sahip olmayı izleyen 2-8 arasında, bir başka imaj kavramı belirir: Tepki yapan imaj. Her şey öyle gelişir ki, imaj stoğu yerini başka bir filtreye, satın alınan ürüne karşı ihtiyaç ve kaygılardan doğan özgün merkezci bir kaygıya bırakıyor gibidir. Bu tepkisel imaj, bir "belirleyicinin" bireyin merkezci kaygısının -ki onu karşılamak gerekir- sonucudur. Böylece, bir seyahat satın alındığında belirleyici, kalite/fiyat ilişkisi olacaktır ve buna en iyi yanıtı vermeyi bilen, tur-operatörü seçilecektir.

3. İmajların Analizi ve Kavranmaları - *A) Turistik İmajın İçeriği* - Bir ülkenin marka imajı birçok faktörün karşılaştırılması sonucu akılcı ve duygusal tasarımlar bütünüdür.

- Ülkedeki gösteriler.

- Bir ülkenin gerçeği, yani zenginliklerinin dökümü temeline dayanan ülke kişiliği; ülkenin doğal kalıtları, sosyo-kültürel kalıtları, kurumları, ekonomik ve parasal gerçeği, lojistik olanakları.

- Kişisel deneyim: Turist ayrıcalıklı imajların taşıyıcısıdır, çünkü deneyimden söz eder; sıra temel

görüşlerine gelince düşünceleri özel bir önem taşır.

- Homurdanma: Kötü bir deneyim ve özellikle de sağlık ve korunma sorunları kökeninde bir homurtu olabilir.

- Akıl ya da duygusal düzen motivasyonları. Bu değişik güdülenmelerin ölçüsü ve imajların birbirlerine katılması imaj jeneratörlerinin (manifestasyon, deneyim, söylenti) eksenleri yardımıyla gelişen genel bir güdülenme verirler.

B) İmajın Niteliksel Analizi - Hedeflenen grupların kuralları ışığında yapılır.

- Görüş liderleri: Basın, politikacılar.

- Zaman aşımına uğrayanlar: Tur operatörleri, seyahat acentaları, havayolu firma gişeleri.

- Potansiyel müşteri.

- Ülkeyi daha önce gezmiş olan müşteriler.

Bu analiz bir yandan, bu grupların ülkeyi kötü tanıyıp tanımadıkları, ortalama veya tam bir bilgiye sahip ya da tümüyle olumsuz bir tutum içinde olup olmadıklarını bilmek, öte yandan imajın her bir niteliği konusundaki yargıların türünü ve bu yargıların yoğunluğunun bilinmesi olanağını verir. Yargının yoğunluğu ne kadar çok olursa, bu yargıyı yönlendirme olanağı da o kadar zayıf olur.

Hedef gruplar kanalıyla sağlanan nitelikler ülkenin bütünsel imajını verecek bir kap içinde, harmanlanabilir.

	Elde edilen nitelikler				
Hedeflenen gruplar	*Turistik donatı*	*Günlük fiyat*	*Animasyon*	*Ekzotizm*	*.../...*
Seyahat acentaları					
Tur-operatörleri					
Basın					
Ülkeyi gezmiş olan turist					
Potansiyel turist					

Her çarpı "nitelik x hedeflenen gruplar" üç değişkene dayalı bir inceleme konusudur.

- Tanıma: Tanıyorum/tanımıyorum
- Yargı: Seviyorum/sevmiyorum
- Davranış: Gitmek istiyorum/hiç gitmek istemiyorum.

C) İmajın Sunulmasında Grafiksel Yöntem: Anlambilimsel Dizin - Nitelik sıfatlarından karşıt olanlarının karşı karşıya gelecek şekilde sıralanması sözkonusudur: Ucuz/pahalı, yakın/uzak

	Dizin					
	1	*2*	*3*	*4*	*5*	
Çağdaş	.	.	.	.	.	Eski
Yakın	.	.	.	.	.	Uzak
Pahalı	.	.	.	.	.	Ucuz
Samimi	.	.	.	.	.	Çekingen
İyi bir animasyon	.	.	.	.	.	Kötü bir animasyon

İki bölge veya ülkenin kıyaslaması yapılabilir ve sonunda imajı şu veya bu kritere göre değiştirilebilir. Bu teknik, daha genel karşıt niteliklere göre yönlendirilmiş iki eksene oranla bazı nüfus gruplarının uzaklığını vermektedir. Bununla birlikte, ülkenin kendini özellikle iyi bir konumda hissedeceği belli bir "ideal" imajın tanımlanmasına olanak verir.

IV. Turistik Projelerin Değerlendirilmesi

Sosyolojik bir olgu olarak tatil ve turizm çalışmasına uygulanabilecek bütün sosyolojik yöntemleri bu kitapta sunmayı umut etmek anlamsız olur. Dahası, sorun ve nesnelerin çeşitliliği ve turizm

sosyolojisi araştırmasının bu aşamasında eksiksiz saptama girişimini engellemektedir.

Yine de, turizm sosyolojisinin kesinlikle üzerine eğilmesi gereken bir alandır çünkü, gelecekte pratik uygulamaların giderek daha fazla önem kazanacağı yeni bir branşın yaratılması: *Turistik tasarımların toplumsal açıdan değerlendirilmesi* sözkonusudur.

Toplumsal değerlendirme, turistik proje ve onun sosyo-kültürel sonuçları arasında varolan temel ilişkileri göstermektedir. Tabii ki, mümkün olan her duruma uydurulabilecek oldukça geniş bir metodolojik çerçeve bulmak çok zordur.

Ayrıca, toplumsal değerlendirme, gelişigüzel kararlar almadan önce, turizmin gelişimine ayrılması gereken hedeflerin neler olduklarını saptamak için yerel turizm sorumlularını ve nüfusu geniş incelemelere tabi tutan bir girişimdir. Bu da, yetkililerin yatırımları istenilen projelere doğru yönlendirecek ölçüde olmalarını ve yöneticileri ve öncülerini daha geniş toplumsal sorumluluk yüklenmeye teşvik etmelerini gerektirmektedir.

Toplumsal değerlendirme, bir analiz, öngörme, turistik gelişim faktörlerinin değerlendirilmesi ve karar alacak olan turizm sorumlularının yararına yapılan seçim ve tercihlerin belirtilmesi sonucuna varan yerel, bölgesel ve ulusal topluluklar üzerindeki etkileri değerlendirme süreci olarak tanımlanabilir. Analizin bu rolü, çeşitli yatırım değişkenlerini incelemeyi, öngörülenler üzerine çalışmayı, sosyal, çevresel, kültürel ve politik faktörlerin tümünü birlikte analiz etmeyi ve bir turistik projenin yerleşmesinde mümkün olan bütün sonuçları ve yerine konabilecek olası çözümleri değerlendirmeyi kapsamaktadır. Analizle karar ilişkisinde örtüşme sözkonusudur. Turistik gelişimin gelecekteki yönelimine

sosyal gerçeklerin hangi yollardan etki edeceğini saptamak, birey ve toplum üzerine turizmin değişim etkilerini değerlendirmek için gerekli olan bir takım yinelemeleri ve karşı tepkileri kapsamaktadır. Demek ki, sosyal değerlendirme yalnızca teknik bir gerçeklik değil fakat bir turistik yatırımın sosyo-kültürel ve sosyo-politik yanıtlar araştırmasına dayanan bir gerçekliktir. Toplumsal değerlendirmenin gerçek işlevi her turistik yatırıma insancıl bir sonuç ve gerçek bir toplumsal içerik kazandırma olacaktır. Toplumsal değerlendirme, *karar sürecinin* akılcı ölçüsünü yükseltmek amacıyla tüm projelerin tamamlayıcısı olmaktadır. Karar süreci ancak toplumsal değerlendirmeye oldukça geniş ve emin bir bilgi ürettiği zaman gerçekten düzelmiş olacaktır.

Toplumsal değerlendirme çalışmalarına uygulanabilen bu kurallar bütünü; karar alma ve bilgilenmenin analiz sürecini sürekli ve dinamik şekilde karşı tepki ve tekrarlama yoluyla birleştiren, üç kanatlı sistematik bir gelişme biçimi olarak kabul edilebilir.

1. Hazırlık Aşaması - Bu hazırlık aşaması, toplumsal değerlendirme ihtiyacını doğuran görüşler ve durumların analizinden oluşur. Sosyal değerlendirmeyi yapmakla yükümlü olan organizmanın yapısı, insani ve parasal kaynaklar ve ona ayrılan zaman bu aşamada dikkate alınmalıdır.

2. Değerlendirme Ayaması - A) Karar Alma Süreci - Yeter ki toplumsal değerlendirmeyi yapacak olanlar işin içine girecek olan bütün karar mekanizmaları konusunda bilgi sahibi olsunlar, karar alma sürecini derinleştirmeye çabalasınlar ve özellikle incelemeleri gereken konular:

- Yaşam kalitesi, kamu sağlığı, ülke çapında düzenleme (sinir hastalıkları gibi bazı hastalıkların

yütkselmesi, kent merkezlerinde yeşil alanların azalması, kirlilik oranının yükselmesi, sosyal çelişkilerin çoğalması vb.) düzeyinde değerlendirme ihtiyacını haber veren belirleyiciler.

- Ulusal turizmin gelişimi üzerine dolaylı veya dolaysız bir bakışı olanlardan oluşan sorumlu merkezler. Birçok olayda, sorumlulukları çakışacak ve görev dağılımları çoğunlukla belirsiz olacaktır.

- Yatırım projelerinin gerçekleşmesi: Kim yapacak kamu sektörü mü, özel sektör mü? Ulusal, bölgesel, yöresel düzeyde mi olacak? Projeleri gerçekleştirme sorumluluğu bir veya birçok kurumsal çark yoluyla, istenirse genel politika çerçevesinde ya da uzam ve zamanla sınırlı özgün bir çalışma olarak temsil edilebilir (örneğin: 1963-82 arası Fransa'da Languedoc-Roussillon'un düzenleme misyonu).

- Zenginlik kaynaklarının ödenekleri: Seçilmiş kurumsal çerçevede, turizm ulusal politikasına sınırlamalar getirecek olan ve değerlendirme çalışmalarının alanını ve seçimini üstü kapalı bir şekilde etkileyecek olan odur.

- Uygun çözümlerin seçimi: Analiz sürecinin aynı paraleldeki aşamalarından esinlenen olası olaylar içinden seçim yapmak, karar alanlar ve araştırmacılar arasındaki sürekli ilişki; seçim konularına açıklık getirecek ve olası olayların daha kesin bir şekilde belirtilmesini sağlayacaktır.

- Karar ve gerçekleştirme: Son seçimi uygulamadan önce, karar merkezleri, önerilen her turistik değişken için ve dayanakların, sosyo-politik dirençlerin şiddetini ölçmeye zorlamalıdırlar kendilerini. Demokratik bir süreçte, çeşitli sosyal gruplar sağladıkları çıkarları ve hedeflerini karar sürecinin ve toplumsal düzenlemenin her düzeyinde savunacaklardır diye düşünülebilir. Son karara gelindiğinde,

alışılagelmiş denetimsel bir olayı aşarak uygulama gerçekliği olan değerlendirme sonuçlarını sistematik bir şekilde başka bir bağlama oturtmayı ve bu gerçeklerin turizmin gelişmesiyle ilgisi olan herkes tarafından onaylanmasını, gerektirir.

B) Analiz Süreci - Seçilen toplumsal gerçek açısından temel sonuçları ile turistik yatırımın çeşitli nitelikleri arasındaki ilişkilerin ortaya konmasını sağlayacak şekilde, analiz süreci karar alma süreci ile birlikte yürümelidir. Analiz süreci çeşitli öngörme ve değerlendirme tekniklerini birleştirir:

- Yatırımın toplumsal etkilerini, sonuçlarını ve önemli tüm durumları incelemek ve dökümünü yapmak.
- Turizm gelişiminden doğabilecek tüm faktörler arasındaki karşılıklı bağları değerlendirmek ve ortaya koymak. Aşağıdaki şekilde gerçekleşebilecek analiz süreci demek ki çok kurallı "sistematik" bir yaklaşımı gerektirmektedir.
- Sorunun tanımlanması: Olası bir yatırım projesinden yola çıkılabilir ve birey ve toplumun çeşitli bireşimleri üzerindeki sonuçları incelenebilir.
- Toplumsal değerlendirme çalışmasının uzunluğu ve türünün tanımı, çalışmayı gerçekleştirmek için toplanan olanakların tanımı.
- Bir yatırımdan çıkarak, seçimlerin ve olası tercihlerin dökümü.
- Ekonomi, istihdam hacmi ve sosyal yapı üzerine etki bölgelerini, sosyo-kültürel değerleri, yasal ve kurumsal çerçeveyi, fiziksel çevreyi tanımak.
- Etkilerin değerlendirilmesi: Bu değerlendirme analiz sürecinin tam merkezinde bulunur ve en hassas aşamayı oluşturur. Bu etki ve sonuçlar dört büyük bölüme ayrılabilir: Etkiler, kısa vadeli etkiler, geçici etkiler, uzun vadeli etkiler. Bunun için şu konularda kesin bilgiler edinmek gerekir:

- Yankıların kaynağı.
- Olasılıkları.
- Çıkışları ve süreleri.
- Yayılımları.
- Bir yatırımdan doğan etkilerin başlama noktası.
- (Yükleme kapasitesine bağlı) içinde bu etkilerin sosyal tepkiler doğurması olasılığını da taşıyan, kritik sınırın ötesine geçme.

Bu toplumsal değerlendirmeyi gerçekleştirme sırasında karşılaşılan temel sorun, yukarıda verilen bilgileri kavramsal bir bütün halinde "bedeller-kârlar" ya da "bedeller-avantajlar" gibi bir hesaplama yapabilecek şekilde gruplamaktır. Bazı etki kategorileri niceliksel olarak ifadelendirilebilir. O zaman, bazen son derece farklı sonuçlar veren dengeleme yöntemini kullanmak gerekir. Çoğu zaman sayımı imkansız ögelerin bulunması halinde dikkatsizliği en aza indirmek amacıyla etki değerlendirmesini yinelenecek şekilde yapmalıdır. Demek ki analiz, gerektiği kadar tekrarlanabilen -özellikle de bu yeni bilgi edinme usnurlarını getiriyorsa- yinelenme sürecinden oluşmaktadır.

İşte bu analizden çıkarak olası olaylar tanımlanabilir ve özellikle de şunlar saptanabilir:

- Belli başlı uygulanabilir ölçü tipleri.
- Bu ölçülerin uygulama koşullarının turizm öncüleri tarafından dikkate alınması.
- Esinlenmiş olayları kendi aralarında kıyaslamaya olanak veren kriterler.
- Kabul edilmiş yatırımların önceden görülebilen etkilerini kontrol olanakları.

Uygulanabilir ölçü tiplerinin aşağıdaki kategoriler halinde sınıflanabileceği düşünülmüştür:

- Vergi ve parasal teşvikler ve tersine parasal ve vergiden caydırıcı yollar.
- Yasal konumlar ve kurallar.

- Kamu eğitimi ve bilgilenmesi.
- Kamu güçlerinin direkt müdahalesi.

C) Bilgilenme Süreci - Bilgilenme süreci analiz sürecinin mantıksal tamamlayıcısıdır. Bilgilenme konusundaki bu ihtiyaçlar çok açıktır. Zor olan; temel verileri toplamak, yararlı bilgiler haline getirmek, -mümkünse niceliksel- ve sonuçları, ele alınan nüfusun tümüne ve karar sorumlularına yabancı olmayan ögeler haline getirmektir.

3. Olası Son Seçimlerin Sunulması - Toplumsal değerlendirme çalışması sırasında birleşmiş niceliksel ve niteliksel bilgilerin tümü alternatif tercihlerin ortaya konması, son seçimlere götüren tam bir etki analiziyle bütünleşmiştir. Son seçimler; bilgilenme, karar, analiz; olarak üçlü sürecin sonunda toplumsal değerlendirme sonucuna varmaktadır.

Sonuçta, toplumsal değerlendirme çalışmasının sonuçlarının bir eleştiri ve sınama nesnesi oldukları düşünülebilir. Bu sınama, diğer prosedürler arasında, dıştan gelen eksperler aracılığı ile yapılan bir kalite kontrol olarak kabul edilebilir. Bu eksperler tarafından dile getirilen görüşler bilgilenme süreci ve karar sürecinde devreye sokulacaklardır.

4. Toplumsal Değerlendirme Çalışmalarının Sınırları - Başlıcaları şunlardır:

- Araştırmacıların kullanımına sunulan parasal olanaklar ve maliyet nedeniyle, ve göreceli olarak yeni kabul edilen bu alanda belli bir deneyimi olan insancıl kaynakların yoksunluğu sebebiyle kaynak sınırlamaları.
- Veri sınırlaması ve metodoloji belirsizlikleri sınırlaması, toplumun değişik düzeylerinde bir yatırımın etkilerini içeren hipotezlere kayıtsızlık, sosyopolitik faktörlere dayalı sınırlamalar, değişime karşı direnç, bilginin saklanması.

BİBLİYOGRAFYA

AIEST, *Aspects sociaux du tourisme: objectifs et réalisations*, Rapports du 27. Congrès, Bern, 1977.

Boudon, R.; *Les méthodes en sociologie*, Presses Universitaires de France, "Que sais-je?", 1969.

Boutillier, J.-L.; *Le tourisme en Afrique de l'Ouest, Panacée ou nouvelle traite?*, Paris, F. Maspero, 1978.

Bugnicourt, J.; *Touristes-rois en Afrique*, Dakar-Paris, Enda-Karthala, 1982.

Cazes, G.; Lanquar, R. ve Raynouard, Y.; *L'aménagement touristique*, Presses Universitaires de France, "Que sais-je?", 1980.

Dumazedier, J.; *Sociologie empirique du loisir*, Paris, Seuil, 1974.

Gaviria, M.; *Espana a go-go*, Madrid, Ediciones Turner, 1974.

Hindley, G.; *Tourists, travellers and pilgrims*, Londra, Hutchinson, 1983.

de Kadt, E.; *Tourisme, passeport pour le développement*, Paris, Economica, 1981.

Knebel, H.J.; *Soziologische Strukturwandlungen im modernen Turismus*, Stuttgart, F. Enke, 1974.

Lainé, P.; ... *Libérons le tourisme*, Paris, Fayolles, 1980.

Lanfant, M.-F.; *Les théories du loisir*, Paris, Presses Universitaires de France, 1972.

Lanquar, R.; Hollier, R.; *Le marketing touristique*, Paris, Presses Universitaires de France, "Que sais-je?", 1981.

Smith, V.L.; *Hosts and guests, the anthropology of tourism*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1977.

Sue, R.; *Vers une société du temps libre?*, Paris, Presses Universitaires de France, 1982.