

TURİZMİN SOSYO-KÜLTÜREL ETKİSİ VE BİR ARAŞTIRMA

Prof. Dr. Alparslan Usal

Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari
Bilimler Fakültesi Öğretim Üyesi

ABSTRACT

Prof. Dr. Alparslan USAL
Dokuz Eylül University, Faculty of Economics and Administrative
Sciences, İZMİR, TURKEY

SOCIO-CULTURAL IMPACT OF TOURISM

Tourism, is a vast field of business that involves simply "Life" with all of its dimensions. Actually, tourism is exposed by the whole of serials of economic, social, socio-cultural, political and psychologic subjects, events and facts from planning to investments, from production to marketing and from pollution to individual behavior and personnel, from recreation to social relations. Thus, there is almost no matter out of the subject of tourism.

The most remarkable evidence of the above consideration or evaluation is the structure of the public or scientific arguments on tourism which are similar to daily, usual problems. This is why the facts handled by the science of tourism which is that much involved with the daily life, are almost completely "wellknown". And this is the reason why those who read a few articles about tourism suppose themselves as experts in this field.

Choose any scientific but inconceivable matter that you can never grasp. For instance, in the field of "Aviation Metallurgy" I am also as weak learned as any of us (except specialists or certain interested ones). A very hard science to learn for many of us, really. It is a fore conclusion that a new concept like "Touristic Aviation Metallurgy" should not appear "a hard subject" as the other one any more. In other words, every concept consisted of the word "tourism" acquires a genial aspect. This is certainly the reason why "tourism administration" is belittled or considered slightly even in the scientific milieu, and the tourism business is considered a business field which can be sufficiently operated just in goodwill.

Even the reason why the followers in a scientific tourism meeting direct to speakers very long questions riched by individual memories, is also that incredible comfort. Actually, the matters in such congresses are not changed too much for years.

Consequently, the basic reason why tourism is not escaped of being an easy subject is that every body has something to say in this subject. But, it is not possible to accuse anybody for that reason, because tourism is a fact of modernism and owing to it, is related to the economic, social, cultural, political and psychological level of the society, and environment.

It is quite obvious that mentioning tourism in this sense will take an ever-lasting period of time. I, in this study, do approach only one dimension of that multi-dimensional maturity and do touch only three elements in this dimension which are "Religion", "Family", "Philosophy and Art", and do offer the results of a research that is applied on four settlement centers on a certain Area (Aegean Region) and completed ten years ago. This area research is no doubt a quite available data for future studies.

GİRİŞ

Turizmin, genelde 'kolay' bir konu olarak algılandığı kesindir. Hiç kuşkusuz bunun ana nedeni, turizm olgusunun çok boyutluluğudur. Gerçekten, turizmin ilgilenmediği konu 'yok' gibidir. Üstünüzdeki giysiler, konfeksiyon, saçınızın biçimi, gözlükleriniz, sağlığınız, yiyecek-içecek, elektrik lambaları, duvarların rengi, önünüzdeki ve evinizdeki kitaplar, notlar, mikrofon, müzik, güneş, ağaçlar, otomobil, otobüs, satıcılar, gürültü ya da sessizlik, manzara, deniz... Öyleyse turizm, "yaşam" demektir. Böylece, herkesin turizm hakkında söyleyebileceği birşeyleri vardır. Ancak, turizmi zorlaştıran da gerçekte bu kolaylığıdır.

Turizm-yaşam-insan bağları da yine bu zorluğu vurgulayan kanıtlardır. Nitekim, bu sektörde çalışanlar biraz doktor, biraz mühendis, hukukçu, işletmeci, tüccar, yönetici, pazarlamacı, muhasebeci, finansmanca, biraz iktisatçı, psikolog, sosyolog, biraz beslenme ve gıda uzmanı, birkaç yabancı dili konuşan halkla ilişkiler uzmanı, entelektüel, sanattan anlayan (estetik zevk düzeyi gelişmiş) ve hatta bazı bakımlardan doğrudan doğruya sanatçı olması tercih edilen, biraz arkeolog, biraz teolog, biraz rehber, sözün kısası 'süperman'lerdir. Üstelik bu özelliklerini "hoşgörülü, özverili, çalışkan, becerikli, yaratıcı, dayanıklı, yemez-içmez-uyumaz-hastalanmaz-yorulmaz, sürekli öğrenmeye istekli ve hazır, insan sevgisi ile ve hizmet aşkı ile dopdolu olma" nitelikleri ile birlikte yoğurarak sunmak zorundadırlar. Böylece, turizm alanında çalışanların bir bakıma 'evliyalığa' soyduklarını söylemek yanlış olmaz.

Amerika'nın en olağanüstü otelcisi olan Ellsworth Milton Statler (1863-1928)'in 1927 yılında Cornell Üniversitesi'nin 'Otel ve Restoran İşletmeciliği Bölümü' için kurduğu örnek otelin girişindeki bir plaka üzerinde yazılı olan şu sözler, turizm olayının bu en duyarlı yanını vurgulamaktadır:

"Yaşam, hizmet demektir. Başarılı kişi, iş arkadaşlarına kendisinden bir parça daha fazla veren, biraz daha iyi hizmet eden kişidir."

Oysa; endüstrileşme ve çağdaş yaşam, insanın yalnızca kendisine hizmet etmesi ile sonuçlanmaktadır. Nitekim çağımızın, olanakları yanında olumsuz koşullarının da birlikte getirdiği ve toplumsal ilişkileri zayıflattığı ve mikro toplumsal çevreyi çok daralttığı bir gerçektir:

*Endüstrileşme süreci, toplumsal bunalımı da beraberinde getirmiştir. Endüstrileşmenin gerektirdiği hızlı ve yüklü çalışma nedeni ile insanların grup kurma ya da gruplara katılma olanak ve hevesleri de kalmamaktadır.

* İletişim ve yayın araçlarındaki (özellikle görüntü veren alıcılardaki) teknik gelişmeler, kişileri toplumsal ya da sosyo-kültürel gruplar kurmalarına engel olacak kadar eve bağlamakta; kurulmuş grupların da dağılmasına ya da daha dar kapsamlı olarak oluşmalarına neden olmaktadır.

* Aşırı uzmanlaşmanın gereği olarak ortaya çıkan aşırı işbölümü sanıldığı gibi tam tersine bireyler arasındaki ilişkileri daha da zayıflatmaktadır. Diğer bir deyişle, ortak noktaları azaltmış ve meslek grupları dışında grup kurmayı güçleştirmiştir.

* Toplum örgütlenmesindeki çağdaş gelişmeler ve iyileştirmeler (çağdaş kurumlaşma), birşeylerin birbirine karşı geleneksel görevlerini ve dayanışmayı anlamsız kılmıştır.

* Hızlı kentleşme bu olguyu daha da hızlandırmıştır.

* Özgür, demokratik bir ortamda ve gerçekten toplumsal nitelikte grupların hemen hemen yalnızca turizm hareketi sırasında görülebileceği söylenebilir.

Turizm, endüstrileşmeye doğru gidişte insanın bu kaçınılmaz yalnızlığını giderebilecek (ya da bir süre unutturabilecek) ve insanı yeniden insana döndürebilecek sayısız fırsat sunar.

Gerçekten, insanın, çevresini saran ekonomik, toplumsal ve elbette kültürel ve psikolojik veriler ile yeniden ilgilenmeye başlaması, onu yeniden 'beşer' özelliklerini hatırlamaya götüren çok önemli bir başlangıç noktasıdır.

1970'de Ege Üniversitesi İktisadi ve Ticari Bilimler Fakültesi Turizm Kürsüsü elemanı olarak görev başladığımda herkesin turizmin sağladığı makro ve mikro ekonomik yararları söz ettiğini gördüm. Kısa bir süre sonra ise, turizmin 'insan etmeni' üzerindeki etkilerinden söz edilmemesinden (ya da yeterince söz edilmemesinden) rahatsız olmaya başladım. Aklın yolu birdir. 1970'lerde beri de, konu ile ilgili yerli ve yabancı bilim adamlarını da turizmin 'insan' üzerindeki etkilerine ve onun toplumsal ve kültürel yapısı üzerindeki etkilerine eğilmeye zorlayan bu rahatsızlıktır. Diğer bir deyişle, turizmin toplumsal ve sosyo-kültürel etkinliğinin ekonomik gerçekleri kadar somut sonuçlar verdiğinin anlaşılmasıdır.

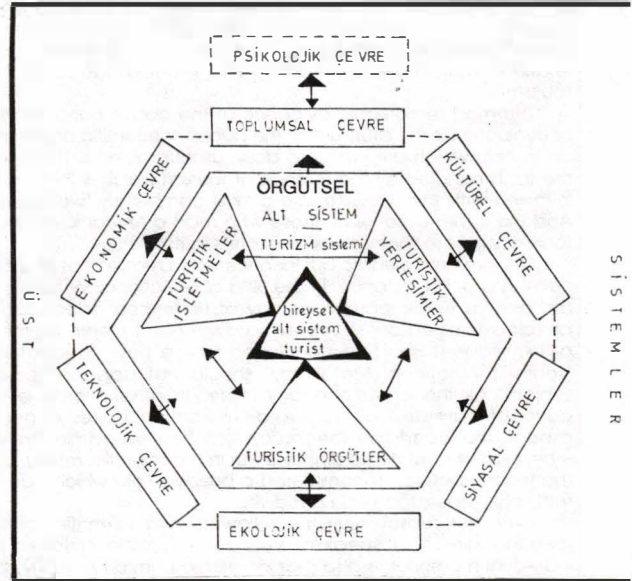
İnsan, turizm verilerinden doğrudan doğruya etkilenir. Bununla beraber insan, fiziksel ve beşeri çevresinden soyutlanmadığından fiziksel, bireysel ve toplumsal tüm çevre öğeleri ile sürekli ilişkiler içinde ve sürekli değişen bir ortamda yaşamakta olan bir varlıktır.

Bu güçlük yanında, sosyo-kültürel etkileşimin son derece geniş kapsamlı ve çok boyutlu olarak gerçekleştiği unutulmamalıdır. Özellikle turizm alanında böyle bir etkileşimin sınırlarını çizmek zordur. Çünkü turizm doğrudan doğruya sosyo-kültürel ve gözlenilebilen bir olaydır. Kültürün çok etkin ve hiç kuşkusuz ayrıcalıklı bir elemanıdır. Turizmin; en azından şairlik, araştırma-inceleme, sanat, ileri bir zevk düzeyi, gelişme, bilim, kültür, kardeşlik, din ve sevinç öğelerini içeren geniş bir kavram olduğu bellidir. Bu nedenle, turizm verileri, toplumsal yaşantının uzantıları ya da göstergeleri olan kültürel elemanlardır. Doğal veriler bu yarıdan uzak tutulamaz. Çünkü, doğal değerlerin de kullanılmasını ve özellikle

turizm kapsamında biçimlendirilmesini yine 'kültür' belirler.

Bir başka tanıma göre turizm, ekonomik değerlerle kültürel değerler (estetik, spiritüel, doğal, tarihsel) arasında bir alışveriştir. Bu tür bir tanım, turizmin, fiziksel kaynaklar ile insanlığı ve insanlarla insanları karşı karşıya getiren bir güçlü araç olarak kabul edilmesi anlamına gelir ve bizim konuya yaptığımız yaklaşıma daha uygun düşmektedir. Çünkü, turisti ya da turist ağırlayan yerdeki yerel bireyi (diğer bir deyişle, 'bireysel alt sistemi'), onu çok yakından çevreleyen ve 'Turistik İşletmeler', 'Turistik Örgütler' ve 'Turistik Yerleşimler'den oluşan Örgütsel Alt Sistem (Turizm Sistemi), bu sistemi de yukarıdan çeviren ve Toplumsal Çevre, Psikolojik Çevre, Ekonomik Çevre, Teknolojik Çevre, Ekolojik Çevre, Siyasal Çevre ve Kültürel Çevre elemanlarından oluşan Üst Sistemler arasına sıkışmış yapısı ile topluca ele almaya ve incelemeye bir ömür bile yetmez. Bu nedenle bu yazı, yaşamın en vurucu göstergesi olan 'kültür' ile, kültürün de belli başlı birkaç değişkeni ile sınırlı kalacaktır.

Çizelge I TURİZM ÇEVRESİ



Sonucu 'olumlu' ya da 'olumsuz' olsun, değişim sürekli bir olgudur. Ünlü Efesli düşünür Herakleitos'un bundan ikibin beşyüz yıl önce söylediği gibi:

"Herşey sürekli bir akış içindedir. Herşey değişir."

Şu anda her biriniz yazının başladığı andan itibaren daha yaşlandınız. Saçlarınız daha uzandı. Giysileriniz daha eskidi. Gözünüzdeki gözlüğe ve çatıdaki lambalara elinizi sürmediniz. Ancak, onlarda durdukları yerde eskiyorlar. Çiçekler biraz daha büyüdü. Yani herşey durmadan değişiyor. Kavramlar da, fikirler de değişiyor Sizin için de değişti. Ben bu yazıyı yazmasaydım da değişeceklerdi. Turizm, işte bu

durağan olmadığını bildiğimiz değişim olgusuna olağanüstü bir hız kazandırır. Kuşkusuz bunun ana nedeni, bu alandaki yoğun insan ilişkileridir.

Gerçekten, toplumsal ve kültürel ilişkileri yoğun olan toplum ya da topluluklarda birşeylerin sosyopsikolojik yapılarının da etkileşmenin boyutları oranında değişime uğradığı kabul edilmelidir. Turizm ise, değişimi daha da kolaylaştıracak ve hızlandıracak ortamı yaratır. İnsanların toplumsal ilişkilerini sıklaştırır ve algılanan uyarıcılardaki sıklık derecesine göre değişen oranlarda öğrenmeyi, alışmayı ve uyumu sağlar. Uyarıcılara karşı oluşabilecek tepkileri de yumuşatarak toplumsal değişimin boyutlarını genişletir. Anlaşılmayan gençliğin yaşlı kuşaklarca anlaşılması böyle bir ortamda daha kolaylaşır.

Gelişmekte olan bir ülkede bile sürekli değişmekte olan bir toplumu, her toplum için en son crek olan ekonomik kalkınma - gelişme - refah ortamında sosyokültürel olumsuz etkilerden koruyabilmek için turizmden daha geçerli ve hızlı bir yol (eğitim dışında) düşünmek zordur. Çünkü turizm, faaliyeti kapsamında oluşacak toplumsal ve kültürel kargaşa içinde yiteceği ya da aşınacağı sanılan yerel değerlerin de özellikle korunmasını gerektiren bir olgudur. Daha da ötede böylesi değerleri kendisine temel yapmak zorundadır. Deniz, hava, güneş dünyanın her yerinde aynıdır. Oysa turizm arzına kendisine özgü nitelikler kazandıran kökler sosyo-kültürel zenginliklerde gizlidir.

Turizmin, insanın, insan ezanından belli başlı boyutları ile sosyo-kültürel yapısı ile ilgilenmeye iten ve bu nedenle de hümanist düşünceleri öğreten ve yaygınlaştıran bir faaliyet olduğuna kuşku duyulamaz. Örneğin, bikinili turistlerin sık algılanması bir süre sonra "alışma" ile sonuçlanmakla birlikte, bunun anlamı, ilk gösterilen tepkilerin yersizliğinin anlaşılması ve öğrenmenin gerçekleşmesiyle oluşan tutum değişikliğidir. Bu nedenle, başlangıçta yeni kavramlara ve yeni öğelere karşı gösterilen tepkilerin bir süre sonra tavsaması, duyarlılığın bütünü ile yitmesi anlamına gelmez. Tam tersi, 'öğrenmenin başlaması' biçiminde değerlendirilmelidir. Böylelikle gelişecek kültür alışverişi, toplumdaki değişimi başlatan ve/ya da hızlandıran önemli bir adım olur.

Etkileşimin sosyo-kültürel sonuçlarına gelince, bu sonuçları belirleyecek çok sayıda değişkenden söz etmek mümkündür. Biz bu yazımızda daha ilginç olacağını sandığımız birkaçına değinmekle yetineceğiz. Hiç kuşkusuz bunlardan en önemlisi 'Aile Kurumu' dur.

Ziya Eralp, 1974 yılında yaptığı ve Balıkesir / Erdek ile Ankara / Kalecik yerleşme birimlerini kıyaslayan araştırmasında evlerini pansiyon olarak turizme açan aile başkanlarının %70'inin çocukları ile konuk aile çocuklarının arkadaşlık etmelerini;

- yaralı olması,
- görgünün artması,

- yeni yeni şeyler öğrenmesi, nedenleri ile olumlu bulduklarını belirtmektedir. Yazar, genel olarak 'turist aile ile birlikte yaşamının' pansiyoncu aileye sağladığı gelir yanında 'insan tanıma', 'dost edinme', 'giyim kuşam öğrenme', 'konuşma öğrenme' (denekler herhalde bu görüşü yabancı dil açısından ele almışlardır) ve 'hayat görüşüne sahip olma' biçiminde yararları olduğunu saptamıştır. Aile başkanları bu yönde turistlerden öğrendiklerini şu ifadelerle dile getirmişlerdir:-

- * İlim öğrendim
- * Dostluk öğrendim
- * İnsanlık öğrendim
- * İnsan sevmek öğrendim
- * Yaşama tarzı öğrendim
- * İyi yaşama şartları öğrendim
- * İnsancıl davranışlar öğrendim
- * Efendilik öğrendim
- * Nezaket öğrendim
- * Anlayış öğrendim
- * Arkadaşlık öğrendim
- * Sevgi öğrendim
- * Başkaları ile iyi geçinmeyi öğrendim
- * Hayat arkadaşlığının anlamını öğrendim
- * Terbiye öğrendim
- * Dinin esaslarını öğrendim
- * Dünya hakkında bilgi edindim
- * Gelenek-görenek öğrendim
- * Televizyonun çalışmasını öğrendim
- * Bizim hakkımızdaki düşüncelerini öğrendim^(*)

Turist davranışlarından esinlenme, belirsiz kavramların öğrenilmesi ile kalmaz ve toplumsal çevreye somut biçimde yansır. Nitekim, andığımız bu araştırma bu açıdan dikkate değer sonuçlar vermiştir. Her iki kasabanın günün zaman süresi bakımından kullanılışı hakkındaki değer yargıları farklı olduğu gibi yatma saatlerinin de farklı olduğu ortaya çıkmıştır. "Gerçekten günün kullanımını güneşin doğuş ve batışına göre ayarlayanların Kalecik'te %41.3 (66 aile başkanı) oranında bulunuşu, Erdek'te aynı ölçüyü kullananların sadece %1 (2 aile başkanı) gibi dikkate alınmayacak kadar önemsiz kalışı"(xx), deneklerin yatma saatlerinin oransal dağılımındaki farka da ışık tutmaktadır.(Bkz. Çizelge II)

Turizm etkileşmesinin ilk elde turist kabul eden alandaki aile yapısına etki edeceği açıktır. Turist depoları ekonomik yapıları ile 'güçlü bir ortamı' simgelediklerine yani tatil turizmi hareketine yeterli gelir düzeyindeki kişilerin katılmasına esas

(x) Eralp Ziya *Turizmin Toplumsal Değişime Sosyo-Ekonomik Etkisi*, Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Yayın No: 374 Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, 1974, s. 98-99.

(**) Eralp, Ziya . g. k., s. 221.

aldığımızı göre, bu ortama özgü unsurların yayılması (ya da 'etkin' olması) söz konusu olacaktır. Söz gelimi, hem istatistikler ve hem de kişisel gözlemlerimiz turizme katılabilecek düzeydeki turist ailelerinin 1-2 çocuk sayısını aşmadıklarını işaret etmektedir. Buna karşın, kırsal alanlarda yaşayanların 'ayrı ve ciddi bir başka tartışma konusu olabilecek biçimde' çok çocuk sahibi oldukları bir gerçektir. Turizmin ise, kuramsal ve epeyce kuşkulu olmakla beraber gelişmekte olan alanlar için kabul edebileceğimiz bir genelleme ile 'kırsal alanlara doğru yönelen' bir insan akımı olduğu varsayılırsa, kuşkusuz en çok bu iki aile tipinin karşılaştığı bir ortam olduğu düşünülebilir. Böylece, çok çocuklu kırsal yöre insanının az çocuklu ailelerle karşılaşmasını ve en azından kendi durumunun anlamsızlığını ya da güçlüklerini somut biçimde görmesini sağlayacak ortam yaratılmış olur.

Konuk aile çocuklarının fiziksel görünülerinden eğitimlerine kadar tüm üstün yönleri, turist ağırlayan yöredeki aile başkanına çocuklarına daha iyi koşulları sağlayabilmek için herşeyden önce daha az çocuk sahibi olmak gerektiği fikrini verebileceği gibi, aile üyelerinin yeni oluşacak baskıları da onu daha fazla çocuk sahibi olmaktan alıkoyabilecektir. Böyle bir sonuç onun örneğinin doğum kontrol yöntemleri ile daha ciddi olarak ilgilenmesi ile noktalanabilir. Örneğin, Alplerin Baviera Eyaleti'ndeki yörelerinde turizm hareketi, tüm Federal Almanya toplumunun içinde bulunduğu değişim sürecini hızlandırmıştır. Ailelerde çocuk sayısının azalması bu değişimin en önemli göstergesidir.

Aile başkanı dışındaki genç kuşak üyeleri için dışarıdan gelen konuklar kuşkusuz, daha etkin birer örnek olurlar. Bu ikinci aşamada öncelikle ve daha kolay olarak genç kuşak temsilcilerinin tutumlarında değişiklik görülür. Gerçekten, genç kuşaklar turizmin yarattığı yeni toplumsal koşullara daha kolayca uyum gösterebilmektedirler. Bu ise, ataerkil aile kurumunda belirlemekte olan çatlağın büyümesi demektir. Özellikle erkek evlatlar, evlenecekleri kızın seçimini kendileri yapmak, ekonomik yönden bağımsızlık ve boş zamanlarının değerlendirilmesinde de daha fazla özgürlük istemektedirler. X

Aile yapısındaki değişikliğin bu ikinci aşamasını ailenin dışı üyelerinin kendileri dışında oluşmuş statükolarının sarsılması izler. Örneğin İspanya'da ve Portekiz'de turizm hareketi kapsamında çok sayıda kadının sekreter, satıcı, garson, müstahdem olarak çalışması adı geçen ülkelerin tutucu ve geleneksel yapılarını değiştirmiştir. Kadınların iş çevresinde edindikleri erkek arkadaşlarla ilişkileri, hem bağlı oldukları aileleri hem de erkek arkadaşlarını kadının toplumdaki rolüne değişik gözle bakmaya zorlamıştır. X

Gerçekten, ekonomik açıdan kalkınmış zengin büyük yerleşme merkezlerinde kadın (yeterli olmasa da) zaten bir ekonomik ve sosyal özerklik kazanmakta olduğundan turizmin asıl belirgin derecede etkin

ÇİZELGE II
YERLEŞİM YERLERİ İTİBARIYLA YATMA SAATLERİ

| Saat Aralıkları | ERDEK | | KALECİK | |
|-------------------|-------|-------|---------|-------|
| | Yazın | Kışın | Yazın | Kışın |
| Saat 20'den önce | 1.5 | 11.1 | 11.1 | 47.8 |
| Saat 20-21 arası | 6.0 | 19.0 | 35.7 | 40.9 |
| Saat 21-22 arası | 15.2 | 27.0 | 24.4 | 9.0 |
| Saat 22-23 arası | 42.5 | 17.5 | 24.4 | 2.3 |
| Saat 23'den sonra | 21.2 | 22.2 | 2.2 | --- |
| Belirsiz | 13.6 | 3.2 | 2.2 | --- |
| Toplam | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

KAYNAK: Eralp, Ziya, *Turizmin Toplumsal Değişime Sosyo-Ekonomik Etkisi*, A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayını No: 374, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, 1974, s. 221

olacağı alanlar kırsal alanlardır. Fakat, böyle bir olgu, kadının kentsel ortamda aile içi statükosunun bozulmasından daha ciddi sonuçlar vermektedir. Çünkü ailenin dışı üyelerinin çalışmaya başlamaları sonucu elde ettikleri görsel bağımsızlık, erkeğin egemenlik haklarında ve yetkilerinde bir gevşeme anlamına gelmektedir. Bu durum ise, kırsal alan erkeğince daha zor hazmedilmekte ya da bu tür bir gelişmeye kesinlikle karşı çıkmaktadır. Bu noktada turizm, yumuşak inişi sağlayan ve sivrilikleri daha kolay körükleyen, sosyo-kültürel direnci gideren yapısı ile yeniden karşımıza çıkmakta ve zinciri tamamlamaktadır.

Turizmin, genel ekonomik kalkınmanın gereklerinden biri olan 'kadının çalışma yaşamına katılımı' olgusunu sosyal görüş açısından yumuşatmakta, kolaylaştırmakta ve hatta hızlandırmakta olduğu söylenebilir. Gerek sosyal dogmalar ve gerekse kırsal alan insanının en büyük amacı olan 'çevrenin eleştirisi korkusu', ancak turizm hareketinin yarattığı yeni toplumsal ilişkiler içinde çözülebilmektedir. 1967 yılında Bodrum'da evinin tek yatak odasını pansiyon olarak ki-ralamaya karar veren bir aile başkanı, 1972 yılında Bodrum'un en gelişmiş pansiyoncusu olmuş; evinin oda sayısını artırmış, tüm eşyalarını yenilemiş ve konuk gereksinimlerini karşılamak üzere dayanıklı tüketim malları ile donatmış; yeni bir arsa olarak birkaç katlı olarak planladığı pansiyon odalarından oluşan bir yapının ilk katını hizmete sokmuştu. Aynı yılda sözü geçen kişi, yiyecek-içecek alanına el atmış bulunmaktaydı. bu eylemine katılmayı 'mezhebimize sığmaz' sözü ile ve ar-namus gerekçeleri ile kabul etmek istemeyen akrabaları bugün ondan kendi pansiyonları için konuk göndermesini talep etmektedirler. Üstelik önceleri 'namuslu aileler' için olan bu talep

bugün 'kim olursa olsun' biçimine dönüşmüştür.

Aynı etkileşim ters yönlü olarak da gelişebilir. Kentsele aile, kırsal aile elemanlarının doğaya ve birbirlerine yakın yaşantılarından ve davranışlarından esinlenebilir. Kaldı ki, kırsal yöre insanların kentlilerce 'tutucu' ve 'zararlı' (ya da kişilik gelişmesini engelleyici) olarak niteledikleri disiplinli aile ilişkilerinin kentli ailelere ne denli tutarsız ve şımartılmış gençler yetiştirmekte olduklarını anımsatması da söz konusudur.

Değişim, Tunus gibi toplumsal yapısı çok daha farklı bir ülkede kesin çizgileri ile görülür. Burada da örneğin; birkaç kuşağı bir arada barındıran büyük evlerin yapımı durmuş, otellerde kat hizmetlerinde çalışan kadınlar eliyle kadının toplumdaki rolü ya da rolleri değişmeye başlamıştır. Geleneksel İslâm ailesinin toplumsal yeri belirsiz kadını, bugün kısmen de olsa ailenin reisi durumuna gelmiştir.

Büyük hoşgörülerini ile çağlarının en uygar olan Selçukluların görkemli yapıtları bu konuda en güzel örneklerle doludur. Selçuk'ta İsa Bey Camii içindeki dev sütunların üzerindeki Selçuk yapısı sütun başlıklarından biri Efes kalıntılarından alınmış Liman Hamamlarına ait bir İyonik sütun başlığıdır. Camiin bahçesindeki sundurmanın sütun ve başlıkları ile biri minarenin köşesine diğeri bahçeye dönük duvarın üzerinde yer alan biraz koyu renkte iki taş parçası yine Hellenistik devirden kalma ve Efes kalıntılarından alınmış arkeolojik değerlerdir. Turizm hareketi olmasaydı bu değerlerden (ilgililer dışında) haberimiz bile olmayacaktı.

'Turizm ve İnsan'ı ayrılmaz biçimde ortaya koyarken, olaya son yıllarda beklenmedik biçim ve boyutlarda baş gösteren yeni felsefi gelişmeler ve lâiklik ışığında da yaklaşılabilir. Cumhuriyet ile birlikte, yüzlerce yılın olumsuz birikimini giderebilecek çağın koşullarına en uygun ve halkın kabul edeceği yeni bir sosyo-kültürel sistem ya da sistemler oluşturmak en zorlu görevlerinden biri olmuştur. Hiç kuşkusuz bu sistem ya da sistemlerin temelinde 'lâiklik' kavramı yat-

maktadır. İlk aşama Atatürk devrimleri ile gerçekleştirilmiştir. Şimdi, ikinci ve daha da önemli bir aşamada yeni sistem / sistemlerin kamuoyunda benimsenmesini sağlamak gerekmektedir. Kuşkusuz çağdaş yaşama doğru yönelik olan bu aşamada, çağdaş kurumların yaşamsal önemi ve rolleri bulunmaktadır. Ancak, tek başına yeterli değildir. Zaten etkin bir destekçisi de vardır. Bu destek, turizmdir.

Diğere bir deyişle, çağdaş inanç dünyasına oturmuş, çağdaş ve sağlıklı bir yaşam, inanç ve ahlâk felsefesini oturtabilmek görevini belki eğitimden de daha sağlıklı ve ivedi bir yoldan yerine getirecek bir başka yöntem bulmak gerekmektedir. Bu yöntem, varsayım olarak 'turizm'dir. Turizm faaliyetinin, birçok bölgesi ile böyle bir faaliyetin sosyo-kültürel sonuçlarına hazırlıklı olmadığı öne sürülen Türkiye'de bir kaos (bir inanç karmaşası) yaratacağı korkusu yersizdir. Tam tersine, turizmin, din evrimini hızlandırabilecek ve 'inanç' olgusunu özgürlükçü temellerde yüceltebilecek ortamı hazırladığı ve lâikliğı daha rasyonel, daha hümanist bir tabana oturtmağa başladığı söylenebilir.

Gerçekten, Cumhuriyetten sonra devrimlerden soyutlanmış olarak kalan İslâmîliğin akılcı temellerde yeniden benimsenmesi ve yüceltilmesi için zorlama yöntemler yerine evrimi hızlandırıcı yöntemler kullanmak yeğdir. Turizm, bu yöntemler için de en etkin olarak dikkati çekmeye başlamıştır. Camileri ve / ya da Mevlânâ Müzesi'ni ziyaret eden ve örneğin Mevlânâ'yı anma törenlerine katılan yabancı turist sayısındaki artış; hem İslâm yapıtlarına ve felsefesine olan yabancı ilgisini ortaya koyması bakımından ilginçtir (ve gözlemlenebilmesi bakımından Türkler üzerinde etkin olmaktadır) ve hem de yabancıların İslâm varlığından saptanması güç ölçülerde etkilenmeleri nedeniyle uluslararası insan yaklaşmasına ışık tutar.

Lâiklik kavramının anlaşılması ve benimsenmesi; bireylerin turizm yolu ile ve İslâm dininin gerçek niteliklerine uygun olarak daha evrensel bir hoşgörü ortamında ve daha inandırıcı biçimde etkilenmeleri ile büyük ölçüde kolaylaşır. Sonuç, elbet Mevlânâ'nın felsefesinin özetinden başka bir şey değildir. Nitekim, Mevlânâ Müzesi'nin ve törenlerinin ilginç birer ziyaret nedeni olmaktan öte, evrensel ve gerçek bir inanç kaynağı olduğu ve temelde bir kez daha hümanizmayı vurguladığı somut kanıtları ile ortadadır.

Katolik Kilisesi'nin Vatikan'da 1969 yılında yaptığı toplantıda da bu öge vurgulanmış; tam anlamda uygulandığında turizmin karşılıklı anlayış, hoşgörü ve konukseverlik duygularının geliştirilmesine olan katkısı Papa'ca savunulmuştur. Kuşkusuz bu yargıda en büyük dayanak, turizmin insanlar arasında sınıf ve ırk farkı gözetmeksizin çeşitli uygarlık ve kültürleri biraraya getirmesi ve önyargıları kırarak toplumları kaynaştırmasıdır. Bu esaslar üzerinde turizm, bir barış ve kardeşlik anahtarı gibi düşünülebilir.

İster ulusal düzeyde, ister evrensel olsun, 'uygarlık' anlayışı da bu açıdan konumuzun kapsamı dışında bırakılamaz. Çünkü turizm, hümanizma ile de ulusal ve uluslararası bir uygarlık anlayışı ile de el ele ve 'insan' ögesini temel birçok boyutluluk içindedir.

Evensel bir uygarlık anlayışı, her şeyden önce ulusal değerlerin öğrenilmesi, kavranılması ve benimsenmesi ile oluşabilir. Bu değerlerin birer turizm verisi olmaları, turizmin yarattığı insan hareketlerinin bu konuda da birer uyarıcı görevi yapmalarını açıklar. Bir ulusal sosyo-kültürel göstergenin turistlerce merak ve beğeni ile izlenmesi, çeşitli nedenlerle bu konuya ilgisiz kalmış bireyleri etkiler. Eğitim yetersizliği ya da günlük yaşantının hızı ve getirdiği ivedi sorunlar yüzünden geçmiş ile ilgilenme fırsatı bulamayan bir yurttaş, örneğin müzelerin turistlerce yoğun biçimde ziyaret edilmesinden etkilenir. Daha evrensel düzeyde arkeolojik verilere en ufak ilgisi olmayan biri, turistlerin arkeolojik verilere olan sayısal ve niteliksel ilgileri karşısında kayıtsız kalamaz. İnsanların;

- * o güne dek farkına bile varmadıkları,
- * farkında olsalar bile anlamlarını bilmediklerinden ilgilenmedikleri,
- * anlamsızlıkları yüzünden tahrip ettikleri,
- * bazı nedenlerle özellikle yok etmeye çalıştıkları, değerleri bir başka gözle görmesi, bu etkinin en belirgin işareti olur.

Turizm hareketi, bu açıdan da ülke, bölge, yöre insanları üzerinde itici bir rol oynar. Türkiye bu bakımdan iyi bir örnektir. Arkeolojik verilere olan yoğun akın, hiç de yeni olmayan bir 'Anadolu' kavramına yeniden yaklaşım yapmamızı sağlamıştır. Yabancıların, bizim 'taş yığınları' olarak algıladığımız eski kalıntılara olan ilgileri bir bakıma bizleri de uyarılmış ve ulusal değerlere sahip çıkmamızda uyarıcı bir rol oynamıştır.

Büyük hoşgörülerini ile çağlarının en uygarı olan Selçukluların görkemli yapıtları bu konuda en güzel örneklerle doludur. Selçuk'ta İsa Bey Camii içindeki dev sütunların üzerindeki Selçuk yapısı sütun başlıklarından biri Efes kalıntılarında alınmış Liman Hamamları'na ait bir İyonik sütun başlığıdır. Camiinin bahçesindeki sundurmanın sütun ve başlıkları ile biri minarenin köşesinde diğeri bahçeye dönük duvarın üzerinde yer alan biraz koyu renkte iki taş parçası yine Hellenistik devirden kalma ve Efes kalıntılarında alınmış arkeolojik değerlerdir. Turizm hareketi olmasaydı bu değerlerden (ilgililer dışında) haberimiz bile olmayacaktı.

Selçukluların müslümanlığın en bilinçli devrinde güzel işlenmiş bu antik parçaları bir cami içinde bile 'taki' gibi kullanmalarının bir anlamı da, daha o zamanlar Anadolu gerçeğini bilmeleri ve benimsemeleridir. Oysa; onlardan 700-800 yıl önce aynı yörede Saint John Kilisesi'ni yapmak için Bizanslılar Efes kalıntılarını yapı malzemesi olarak kullanmışlar; çok sayıda sütunu temellere sokuşturmışlar, güzel işlemeli

taşları kırarak duvarları örmüşlerdi. Fakat, Bizanslılar da bir başka Anadolu gerçeğidir. Sahip çıkmadığımız bir başka Anadolu gerçeği...

Oysa; Hitit Uygarlığını ve Hititleri 'Eti' adı altında kendimize mal ederken (ki bunun çok ciddi ve haklı nedenleri vardır), Urartularını, Lelegleri, Karyalıları, İyonyalıları, Kapadokyalıları, Romalıları ve Bizanslıları görmezlikten gelmek mümkün değildir. Hadrianapolis (Edirne) bizim gerçeğimizdir. Trapezus (Trabzon) bizimdir. Arzen (Erzurum), Marasion (Maraş), Antiochia (Antakya), Edremittenos (Edremit), Attaleia (Antalya), Ephesos (Efes), Fokeia (Foca), Gallipolis (Gelibolu), İkonía (Konya), Caeserea (Kayseri), İmbros (İmroz), Lampsakos (Lapseki), Magnesia (Manisa), Maianoros (B. Menderes N.), Mylasa (Milas), Panteikhion (Pendik), Pegai (Biga), Pergamon (Bergama), Pyrgion (Birgi), Sangarios (Sakarya N.), Sardeis (Sart), Selymbria (Sivri), Smyrna (İzmir), Teira (Tire) bizimdir. Bu adları 'ulusal olmadıkları' gerekçesiyle değiştirebiliriz. Fakat, Prusa (Bursa)'yı ya da Angora (Ankara)'yı değiştirmemiz düşünülebilir mi? Kaldı ki, Ephesos ve Smyrna adları Amazon adlarıdır ve Amazonlar da (Doğu Karadeniz Bölgesi) bizdendir.

...binlerce yıllık gelenekler (Türk gelenekleri de karışarak) tümcek Anadolu'lulaşmışlardır. Hitit uygarlığından günümüze kalan pek çok gelenek sayılabilir. Örneğin, kız kaçırma Hitit çağında yasaldı ve bugün de birçok yörede nikâhtan önce damadın arkadaşlarınınca kızın oyun niteliğinde simgesel olarak kaçırılması, belki de bu geleneğin günümüzde bir başka biçimde sürmesinden ibarettir. "Başlık parası" ise yine bir Hitit geleneğidir. Bugünkü kağıt tekerleği, tek parça Hitit tekerleğinden başka bir şey değildir. Ucu sivri ve kalkık köylü çarığı yine bir Hitit ayakkabısıdır. Anadolu ozanının ünlü sazının atası Hitit devrinde görülür.

Turistlerin arkeolojiye dönük merakları olmasaydı, belki de bu gerçekleri öğrenmek gereğini bile duymayacaktık. Oysa, tüm evrene "Ex Oriente Lux" (Işık Doğudan Gelir) tümcesini belleten insanlar Anadolu'lulu-

durlar. Adına Melesigenes (Melezli-İzmir'de Melez Çayı) Homeros da denen ünlü ozan Homeros bizim ozanımızdır. Homeros'u okuyan dikkatli bir okuyucu Akhalarda Antik Yunanlıları, Troyalılarda da bugünkü Anadoluluları kolaylıkla ayırt edecektir. Bu savaşlarda kenti Akhalara karşı savunan insanlar ve onların başında savaşırken ölen yiğit HEKTOR, Troya savaşlarında kenti Akhalara karşı savunurken düşen Lykya kralı yiğit SARPEDON bizim kahramanlarımızdır, Lidya kralı ünlü KREZÜS, Miletos'lu (Milet) THALES (M. Ö. 585, 28 Mayıs günü güneşin tutulacağını önceden hesaplayan bir bilgin), Priene'li ünlü BIAS, Efesli ünlü düşünür HERAKLEİTOS, ünlü tarihçi Halikarnasus'lu (Bodrum) HERODOTOS, Amasyalı ünlü coğrafyacı STRABON, ünlü mimar Milet'i HIPPODAMOS (Aydın il sınırları içinde, Söke İlçesi yakınlarındaki Priene ve Magnesia kentlerinin planlarını çizmiş; bu planlardan yararlanılarak A.B.D.'nin Washington kenti kurulmuştur. Hippodamos, aynı zamanda Atina ve Pire kentlerini yeni baştan kuran adamdır.), Sinoplu DIOGENES (Büyük İskender'in kendisine ziyareti bilinir. İstek ve gereksinimlerini elinden geldiğince azaltmayı amaç bilmemiş; bilim, ün ve zenginliği hor görmüştür. -İslam'ın mistik felsefesi), başında "Ressamların Prensi" olduğunu belirten altın bir taç taşımış olan ünlü ressam Efes'li PERHASIOS (Atinalı ressam Zoiks ile ünlü bir yarışması vardır.), yine Efesli ünlü ressam APELLES, ünlü gökbilimci -matematikçi EUDOKSUS (Knidos'ta, yani bugünkü Datça'da yaşamış ve tarihin ilk rasathanesini kurmuştur. "Fainomena" adlı kitabında ilk hava tahminleri hakkında bilgi verir. Güneş saatlerinin cebe girecek kadar küçük olanlarını; ve hatta gün, hafta, ay ve mevsimleri gösteren güneş takvimleri yapmayı başarmıştı.), Sardes'li (Sart - Salihli yakınları) KRATES (Papirüs'ün Mısır'dan ihracının yasaklanması üzerine taze oğlak derisini kireç kaymağında bekletip kıllarını kazıyarak Bergama kâğıdını bulmuştu.), tıbbın babası Bergamalı Gallen ya da Gallenus diye anılan, Bergama Asklepiyonunun ünlü başhekimisi KALINOS, hep Anadolu'nun ünlüleri ve evrensel oldukları kadar ulusaldırlar. Kaldı ki, bu türden ilk bakışta yabancı sözcükler gibi görünen bu yer ve insan adları gibi evrensel olduğu kadar ulusaldır.

Geleneklere gelince, binlerce yıllık gelenekler (Türk gelenekleri de karışarak) tümcek Anadolululaşmışlardır. Hitit uygarlığından günümüze kalan pek çok gelenek sayılabilir. Örneğin, kız kaçırmak Hitit çağında yasaldı ve bugün de birçok yörede nikâhtan önce damadın arkadaşlarıncı kızın oyun niteliğinde simgesel olarak kaçırması, belki de bu geleneğin günümüzde bir başka biçimde sürmesinden ibarettir. "Başlık parası" ise yine bir Hitit geleneğidir. Bugünkü kağını tekerleği, tek parça Hitit tekerleğinden başka birşey değildir. Ucu sivri ve kalkık köylü çarığı yine bir Hitit ayakkabısıdır. Anadolu ozanının ünlü sazının atası Hitit devrinde görülür.

Hititlerin tanrılar hakkındaki mitleri bile daha sonra İyonya tanrılarına temel olmuştur. Hitit tapınakları ise, yine daha sonra İyonya'nın megaron tipi yapılarında yeniden biçimlenirler. Hititler de bu mimari geleneği Sümerler'den almışlardır.

Nazilli yakınlarındaki Karacasu nahiyesinde yapıldığı görülen testilerin biçimi ve üzerlerine bilinçsizce çekilen dikine beyaz çizgiler, İyonik devirlere dayandırılabilir bir geleneğin işaretleridir. Afrodisias kazıları yüzünden o çevrede boşaltılan kamulaştırılmış köy evlerinin sundurmalarında kullanılan dikmelerin çatıdaki yatık uzun kalasları tutmaya yarayan başlıklarının biçimleri, yine İyonik sütun başlığının tahtadan ilkel benzerinden (ya da kökeninden) başka birşey değildir.

Antalya, Muğla/Marmaris yörelerinde köy evlerinin çatılarında o evlerde evlenecek çağda kız bulunduğunu göstermek üzere şişeler dikilmektedir. Bunların kırık olanları o kızların everildiğini belirtir. Bu da, günümüzde de sürdürülen bir Roma geleneğidir.

Süslenen Yörük gelinlerinin her biri görünüşleri ile birer Artemis'tirler.

Batı Anadolu'da bazı köylerde bugün bile mezarlıklarda geceleri saz çalınarak şarap içilmesi, Türklerin müslüman olmadan önceki devirlerinden kalma bir Şamanizm geleneğidir.

İzmir'in güney-batısında yer alan Seferihisar ve yöresi, peksimetleri ile ünlüdür. Oysa, buraya çok yakın antik Teos kentinde bundan yaklaşık 2500 yıl önce de çok iyi peksimet yapıldığını ve hatta Atina'ya ihraç edildiğini biliyoruz.

Kültürün bir başka değişkeni de hiç kuşkusuz "sanat"tır. Çağdaş sanat kolları bir yana bırakılacak olursa genellikle çok uzun bir geçmişin birikimine dayanan sanat kollarının, endüstrileşmenin kaçınılmaz bir sonucu olarak yok olup gitmeye başladığı bir çağda bu gidişi durduracak, hatta tersine döndürecek bir gelişme de çağdaşlaşmaya başlamıştır. Bu gelişme, tek sözcükle, yine 'turizm'dir.

Ülkemizde örneğin folklor danslarının gelişmesi hemen bütünü ile turizme bağlıdır. El sanatlarının yeniden güncelleşmesi (örneğin halıcılığın, bakırcılığın, seramikçiliğın, dericiliğın ve daha sayılabilecek çok sayıda el sanatlarının gelişmesi de aynı kapsamdadır.

Turizm bu sosyo-kültürel olumlu etkilerinin listesini uzatmak mümkündür.

Bununla beraber, bireylerin, temel öğretiler ile gözlemlerden edinilen deneyimleri düşünsel yapıları içinde biçimlendirir ve yeniden düzenlerken bazen yanlışlıklara düştüklerini de kabul etmek gerekir. Kuşkusuz, turizm etkileşmesinde 'olumsuz' sayılan gelişmeler bu yanlışlıklardan kaynaklanır. Örneğin, değişik sosyo-kültürel katmanlardan gelen turistlerin özellikle kadın üyelerinin turizm ortamındaki davranışlarının aile bireylerince yanlış yorumlanması böyle bir yanlış düzenlemeden başka birşey değildir.

Bir konaklama işletmesinin (özellikle büyük otellerin) buldukları yerlerin yakın çevrelerinde dilencilik de ortaya çıktığı gözlenmiştir. Bu olgu da, yalnızca yoksulluktan kaynaklanmamaktadır. Turistlere bakış açısının da etkinliği büyüktür. Turistlerin yalnızca gelir getirici üniteler biçiminde görülmesi, toplumların geleneksel konukseverliklerini öldürmesi dışında 'onlardan ne koparırsa kârdır' düşüncesini de yaratmaktadır.

Turizmin, yerel aile yapısını şimdiye dek savunduğumuz tersine olumsuz yönde etkileyen örnekler de vardır. Gerçekten, Hawaii Adası'nda araştırma yapan bir psikiyatrist (Dr. Frances Cottington) turizmden sonra adada ülserin ve eşler arasında ayrılmaların arttığını ortaya koymuştur. Ona göre, daha önce çiftliklerde çalışan kadınlar, otellerde garson ya da kat hizmetlisi olarak bahşişlerle beraber ayda 1.000 Dolara kadar bir gelir elde edebilmekteydiler. Aile reisleri, eşlerinin giyim kuşamlarından kuşulanmakta ve onları diğer erkekleri ilgilenmekle suçlamaktadırlar. Belki de bu suçlamalar ve yeni yaşam biçiminin gerginlikleri kadınlarda ülser neden olmaktadır. Yalnızca Hawaii adasında ayrılmalar 1963-1970 yılları arasında ülkedeki genel % 52 artışa karşın % 180 artmıştır.

Bali adasında yaşayan yerlilerin, yerel geleneksel düşünceleri sık yinelenen bir gösteriye dönüştürmelerinin nedeni de yine turizmdir. Ancak, bu gösterilerde bambu ağaçlarının ve palmiye yapraklarının dekorasyon malzemesi olarak kullanılması bir süre sonra ciddi bir doğa katliamına ve bu yüzden söz konusu benzersiz bir yerel sanat olayının yasaklanmasına yol açtığı da doğrudur. Aynı doğrultuda Türkiye'den de bir örnek vermek mümkündür. 30-35 yıl önce Çeşmealtı'ndaki büyük plajın hemen gerisinde yer alan benzersiz sünger kayalıklarının ve doğal kum havuzcuklarının yine turizm beklentisine dönük olarak bugünkü bahçelievler yararına yok edildiği bir gerçektir.

Daha da ötesi, genelde yoğun turizmin ciddi bir çevre kullanımına, kirlenmeye ve örneğin aşırı balıkçılığa (dinamit gibi yöntemlere başvurulmasına), sosyo-kültürel kirlenmeye yol açtığı da söylenebilir.

Ancak; bu olumsuz gelişmelerin önemli bir bölümünün ülkemiz için söz konusu olmadığını ve onların da yakın bir gelecekte önlenebileceğini gösteren işaretlerden de söz etmek gerekir. Özellikle son yıllarda gelişen bir toplumsal çevre bilinci, gitgide gözardı edilemez biçimde güçlenmektedir.

Öte yandan, Anadolu'da binlerce yıllık kültürler dizisinin mirasçılarının yaşadığı unutulmamalıdır.

Bütün bu sıraladığımız örnekler, bir yandan turist ağırlayan ülke insanını evrensel değerlere açarken bir yandan da ulusal bilinci güçlendiren turizm olgusunun, sosyo-kültürel önemini dile getirmektedir. Bu önem, bir yandan turizm dolayısı ile evrenselliğe kucak açarken, bir yandan da ulusal kültür savunmasını daha sağlıklı olarak gündeme getiren bir etkileşimden kaynaklan-

maktadır. Bu etkileşim, bir yandan evrenselliğin erdemini işaret ederken bir yandan da ulusal kavramlara sağlıklı anlamlar kazandırır ve yerel toplum için 'birleştirici' bir unsur olur. Bu ikilem, evrensel düzeyde uygarlık anlayışına kolayca dönüşebilecek çok sayıda hümanist öge içermektedir. Turizm, böylece; birinci aşamada ulusal-kültürel birliğe yol açar, ikinci aşama için ise gerekli ortamı hazırlar.

Din, dil, ulus, ırk gözetmeksizin "özgürlük içinde insanlığı" ön planda tutan böyle bir faaliyetin kültürel etkileşim içindeki neden-sonuç ilişkilerini ülkemiz için daha somut verilerle ortaya koymak ise, sanırım yalnız benim değil, aynı zamanda hepimiz için özel bir anlam taşıyacaktır. Bu amaçla, 1980 yılında yapmış olduğum bir araştırınayı hem bugün ve gelecekteki güncel yapılarla kıyaslamalar yapmak olanağı vermesi bakımından açıklamak istiyorum.

ARAŞTIRMA İLE İLGİLİ AÇIKLAMA VE YÖNTEM

Araştırma, Ege Bölgesi'nde seçilmiş dört ayrı yerleşme merkezinde turizme karşı oluşmuş benzer tutum ögelerini ve turizm etkileşimi kademelendiği oranda gelişen duygu, düşünce ve davranış farklılaşmasını saptamak amacı ile yapılmıştır. Diğer bir deyişle, turizm ile ilişkilerinin yoğunlaşmasına koşut olarak toplulukların sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel gelişmelerinin de hızlanacağı varsayımı sınanmıştır. Bu amaçla;

1) Turizm ile ilişkileri en düşük düzeyde olduğu kabul edilen Aydın il merkezi, başlangıç aşamasında da olsa turizm olayına karıştığı kabul edilen Manisa il merkezi, daha çok iç turizm ağırlıklı olarak gelişen Çeşme ilçe merkezi ve daha çok dış turizm ağırlıklı olarak gelişmekte olan Kuşadası ilçe merkezi araştırma alanı olarak seçilmiştir.

2) Deneklere, anılan kademelendirme ışığında varsayımımıza koşut sonuçlar sağlanması beklenen sosyo-kültürel ağırlıklı sorular sorulmuştur. Diğer bir deyişle, yazının akademik yaklaşımında vurguladığımız aile, din, uygarlık ve yaşam tarzı gibi değişkenler bu çalışmada da ağırlıklı yer almıştır.

3) Bu dört yerleşim merkezinde de klasik meslek gruplarından (emeklileri de içerecek biçimde) dengeli örnekler seçilmiş ve hatta ailelerin dışı üyelerine de ulaşabilmek bakımından 'ev kadınlığı' da bir meslek olarak kabul edilmiştir. Toplam denek sayısı 1530'dur.

4) Sorular genellikle likert ölçeğine göre 5 seçeneği olarak hazırlanmıştır. Bu tür seçeneği sorularda seçenekler sürekli olarak olumsuzdan olumluya göre sıralanmıştır. Bu genel yaklaşımı gizleyecek ifade tarzlarına karşın daha sonra yanlışlığı saptanan bu yöntemle başvurmakla, deneklere kolaylık sağlanacağı varsayılmıştır.

5) Yaz mevsiminde Çeşme ve Kuşadası'nda bulunanların bir bölümünün zaten turizm kavramına yaklaşımları 'olumlu' yazlıklar olmaları nedeniyle,

araştırma, özellikle Ekim-Kasım-Aralık-Ocak-Şubat aylarında yürütülmüştür.

SONUÇLAR VE YORUMLARI

1. Anket formlarında % 11 gibi kabul edilebilir bir fire verilmiştir.

2. Her dört araştırma alanında da evliler çoğunluktadır. Bununla birlikte çocuk sayısını yorumlayabilmek bakımından anlamlı bir sonuç alınamamıştır. Yalnızca, Kuşadası'ndaki iki çocuklu evli sayısının %5, bir çocuklu evli sayısının da % 2 fazlalığına karşın, üç çocuklu evli sayısındaki diğer yerlere kıyasla % 18 düşüş dikkatimizi çekmektedir.

3. Deneklerin eğitim durumları ile ilgili sorudan alınan sonuçlar ise, ilkokulu bitirmiş olanlar açısından Kuşadası'ndaki belirgin bir düşüşe karşın orta ve lise mezunları açısından yine aynı yerde belirgin bir üstünlük vardır.

4. Konut sahibi olanlar ile kirada oturanlar arasında bir bağlantı bulunamamıştır. İlk üç alanda konut sahibi olanlarda belirgin bir fazlalık bulunmasına karşın yalnızca Kuşadası'nda kirada oturanların sayısı fazla bulunmuştur. Tanım soruları içinde anlamlı sonuçlar çıkarılabilecek olanları bunlardan ibaret kalmıştır.

5. Ege Bölgesi'nin turizme genel yaklaşımı ışığında, esas soruların önemli bir bölümüne verilen yanıtlarda da ciddi farklar bulunamamıştır. Bununla beraber, genel olarak ilk iki yerleşim merkezinden 'olumsuz' son iki yerleşim merkezinden de 'olumlu' ağırlıklı yanıtlar alınması beklentilerimizi de destekler niteliktedir. Böylece değerlendirmeler, bir bakıma zorunlu olarak ilk iki/son iki yer kıyaslamasına dökülmüştür.

6. İlk değerlendirmelerimde, yazının ilk bölümünde sözünü ettiğim ikilemlerle karşılaşmıştır. Aydın ve Manisa'da 'çok sayıda turist' bir toplumsal çeşni olarak algılanırken Çeşme ve Kuşadası bu olguyu 'gelir artışı' olarak yorumlamaktadır. Antak, yine ilk iki yerleşim merkezinde turizme son iki yere kıyasla daha fazla 'ülke yararı' açısından değer verildiği görülmüştür. Hiç kuşkusuz bu sonuçlar ilk iki yerde turizmin daha soyut olarak algılanması, son iki yerde aile gelirlerinin artışı nedeni ile daha somut olarak görülmesi ile ilgilidir.

7. Bu durum, konutların pansiyon olarak devreye girmesi için aile eğilimlerini araştıran soruda yeniden tersine dönerek karşımıza çıkmaktadır. İlk iki yerde 'ülke turizmi' ikinci plana düşerken son iki yerde bu görüş önceliklidir. Bu durum ise, Aydın ve Manisa'daki deneklerin yazının Bodrum örneğindeki başlangıç noktasında bulduklarını, buna karşın Çeşme ve Kuşadası'nda ulusal değerlerin göresel olarak daha öncelikli görüldüğünü işaret etmektedir. Nitekim, en uç noktada olan Kuşadası'nda dinsel ve uygarlık verilerinin (örneğin, antik değerlerin) daha çok ulusal açıdan değerlendirildiğini gösteren açık bir fark elde

edilmiştir.

8. Tatil seçenekleri ile ilgili soru, her dört yer için kesin farklar ortaya koymuştur. Buna göre 'gezmek' sözcüğü ile işaret edilmiş olan kişisel hareketlilik, Aydın'da % 21, Manisa'da % 23, Çeşme'de % 30 ve Kuşadası'nda da % 40'tır. Tatile akraba ve arkadaş grupları ile çıkma seçeneği de yine Kuşadası'na doğru kademeli olarak azalan bir seyir izlemektedir. Her iki seçenekteki artışın çağdaş toplum göstergeleri olduğu tartışılmaz.

9. Araştırma alanındaki her dört yer için daha somut farklar üç seçenekli sorularda ortaya çıkmıştır. Örneğin, güldürü dergisi okuyanlar Aydın, Manisa ve Çeşme-Kuşadası üçlü kademelendirmesinde düzenli olarak artış göstermektedir. Bilgisayarın Çeşme için özel bir ilinti vermesi nedeniyle Çeşme'yi Kuşadası ile özdeşleştirerek alınan bu sonuç, hoşgörü öğelerinin turist ilişkileri ile koşut olarak arttığını işaret etmektedir. Bu konudaki olası soru işaretlerini gidermek bakımından, sözü edilen ilişkilerin 'meslek dışı' olduğunu vurgulamak isterim.

Selçukluların müslümanlığın en bilinçli devrinde güzel işlenmiş antik parçaları bir cami içinde bile 'takı' gibi kullanmalarının bir anlamı da, daha o zamanlar Anadolu gerçeğini bilmeleri ve benimsemeleridir. Oysa; onlardan 700-800 yıl önce aynı yörede Saint John Kilisesini yapmak için Bizanslılar Efes kalıntılarını yapı malzemesi olarak kullanmışlar; çok sayıda sütunu temellere sokuşturmışlar, güzel işlemeli taşları kırarak duvarları örmüşlerdi. Fakat, Bizanslılar da bir başka Anadolu gerçeğidir. Sahip çıkmadığımız bir başka Anadolu gerçeği...

10. Ailedeki kadın/erkek ağırlığının dağılımı da benzer sonuçlar vermiştir. Buna göre de Aydın'daki deneklerin % 38'i, Manisa'dakilerin % 36'sı ve Çeşme-Kuşadası deneklerinin de % 35'i ailelerdeki erkek ağırlığının önemini vurgulamışlardır. Bu sonuca göre 'en erkek'lerin Aydın'da olduğu anlaşılmıştır.

11. Yalnız gelen turist kadınlarla ilişkiler konusunda da, yine ilk iki merkezdeki 'düşsel' beklentilerin yoğunluğuna karşın, özellikle Kuşadası erkeklerinin

konuya açık bir farkla daha nesnel yaklaşıtları görülmüştür. Hiç kuşkusuz bu durum, yoğun deneyimlerin (yani, ilişki sayısındaki fazlalığın) sonucuna bağlıdır. Genel olarak meslek ayırımı ciddi bir fark ortaya koymazken, bir ayrıcalık olarak yalnızca Çeşme'deki serbest meslek sahipleri ile esnaf ve küçük memurun cinsel beklentiye ağırlık vermeleri ilginçtir. Bununla beraber, araştırma zamanında (yani, yazlıkçılar çekildikten sonra ve mevsim dışı kalan zamanda) Çeşme'nin yeniden geleneksel Anadolu kasabası kimliğine döndüğünü işaret eden gözlemlerimiz vardır. Dolayısı ile 'duruma şaşmamak gerekir' yargısına varmamız doğaldır. Oysa, Çeşme, araştırmamızda 3. aşamadaki bir turizm alanı olarak kabul edildiğinden, sonuçların da çelişkili olduğunu kabul etmek gerekmektedir. Diğer yandan, Çeşme'nin yabancı turist ilişkilerinin çok gelişmemiş olduğunu da unutmamak gerek. Çünkü, yabancı turistlerin büyük bir çoğunlukla konaklama işletmeleri sınırında kaldıkları ve örneğin Kuşadası'ndaki gibi esnaf ve küçük memur kitlesi ile yoğun ilişki içinde olmadıkları da bir başka gerçektir. Nitekim; işçi, yüksek dereceli memur, emekli ve hatta ev kadını gruplarında bu görüş en düşük oranlarda belirmektedir.

Bir diğer çelişkili durum, Kuşadası'ndaki ev kadınlarının yanıtlarında görülmüştür. Gerçekten bu kitle Aydın'dakilerin % 56'sı, Manisa'dakilerin % 41.3'ü Çeşme'dekilerin de % 50'sine karşın % 80 oranında yalnız gelen turist kadınların 'Türk erkeklerinin cinsel güçlerinin çekiciliğine kapıldıkları' yolunda görüş belirtmişlerdir. Bu sonucu yorumlamak mümkün olamamıştır. Çünkü, Kuşadası erkekleri büyük bir çoğunlukla bu görüşe katılmamışlardır. Olsa olsa, buradaki ev kadınlarının bu yapıları gereği turist kadınlarla ilişki kurmayarak onların yalnızca giyim ve davranışlarından etkilenecek bu sonuca vardıkları söylenebilir.

12. Turistlerin açık-saçık giyimlerine karşın tutumda da genelde 'olumlu' yaklaşım Kuşadası'na doğru artarken 'olumsuz' yaklaşım ise tersine azalmaktadır. Ancak bu sonuçta, ilk iki yerin böyle bir giyinme biçimi için uygun ortam oluşturmadıklarını da hesaba katmak gerekir.

13. Kamuya açık olarak kullanılacak tuvalet (daha da açıkcası, helâ) tiplerinin tercihinde de beklenen farklar görülmüştür. Ancak, bu durum 'din' değişkeni ile ciddi bağları olmadığı bellidir. Çünkü, örneğin sürekli camiye gidenler ilk iki yerde büyük çoğunlukla alaturka tuvaletleri savunurken Kuşadası'nda bu oran karma helâlar ve alaturka arasında % 50 dağılmaktadır. Camiye hiç gitmeyenler de Aydın ve Manisa'da karma ve alaturka tipini, buna karşın Kuşadası'nda ise karma ve alafranga tipini savunmuşlardır. Bu durum kuşkusuz, konuk gereksinimlerinin öneminin Kuşadası'nda daha iyi anlaşılması ile açıklanabilir.

14. Turistlerin yerel ölçülerimize göre 'aşırı' ola-

rak nitelendirilebilecek talepleri ile böylesi talepleri yabancı ülkelerde göstermesi durumunda deneklerin beklentilerini karşılaştıran tablo genelde yine çelişkiler ortaya koymuştur. Her üç alanda da aşırı taleplere 'kapis' gözüyle bakarak sınırlanan denek sayısında beklentimizin tersine koşutluk vardır. Buna karşın bu deneklerin de % 50'den fazlası (her üç yer için de yorumlanması olanaksız oranlarda) kendilerine örneğin ulusal nitelikte hizmet sunulmasından hoşnut kalacaklarını belirtmişlerdir.

BİR ENGEL VE BİR HATA

1. Bu araştırma, genelde beklenen farklılaşmayı vermiştir. Ancak, bu amaçla kullanılan değişkenlerden bir bölümü dört kademeli değerlendirmelerde ilinti vermemiştir. Hiç kuşkusuz bunun nedeni, Ege Bölgesi'nin turizme yaklaşımında zaten global bir olumlu tutumun bulunmasıdır. Kanımca araştırma bugün yapılabileseydi beklenen farkları Kuşadası lehine daha da belirgin saptamak mümkün olurdu.

2. Soruların seçeneklerinde deneklerin işlerini kolaylaştırması öngörülerek yapılmış olan tek yönlü sıralama deneklerce beklenmedik bir hızla algılanmış ve bu nedenle, özenle hazırlanmış şaşırtıcı ya da 'tuzak' seçeneklerinin önemli bir bölümü deneklerce okunmamıştır.

SONUÇ

Anadolu, günümüzde hızlı sosyo-ekonomik değişmesine koşut çağdaş bir toplumsal ve kültürel bir yeniden örgütlenme süreci içindedir. Anadolu insanının, halen içinde bulunduğu kalkınma telaşı ile gözü karmış, belki de bu süreç içindeki gereksinimlerini bile farkedemez bir durumda bulunduğu öne sürülebilir. Ancak, derin ve köklü bir sosyo-kültürel deneyimin bilinçli ya da bilinçsiz sahiplerinin, gerçekten gereksindikleri yeniden örgütlenmeyi başaracakları ve çağa sanıldığından da hızlı biçimde ayak uyduracakları kuşkusuzdur. Turizm, bu anlamdaki zorunlulukların ve ivediliğin farkedilmesini kolaylaştırabileceği gibi, çağdaşlıkla uzlaşmaz nitelikteki toplumsal ve sosyo-kültürel kalıntıların hem daha kolay ve hem de daha dengeli biçimde aşınmasına ve sonunda giderilebilmesine yol açacak bir yardımcı güçtür yalnızca. Dolayısı ile, yaygın bir turizm faaliyetinin ülkemizde toplumsal ve kültürel birleştirici unsurları gün ışığına çıkaran, kullanan, koruyan ve geliştiren birer örgütlenme biçimi olarak değerlendirilmesi yanlış olmaz.