

ÇAĞDAŞ TURİZM VE BARIŞ

Yard. Doç. Dr. Ahmet TOLUNGÜÇ

Ankara Üniversitesi

Basın Yayın Yüksek Okulu Öğretim Üyesi

ABSTRACT

Ahmet TOLUNGÜÇ, Assistant Professor
School of Journalism & Mass Communications
Ankara University

CONTEMPORARY TOURISM AND PEACE

The aim of this article, is to put down that the opinions about claiming that the tourism is contributed to establishing of Peace of world, are wrong. The point of view to say that tourism brings the peace is a complete illusion.

Because, tourism with its existing structure not only contributes to improve peace and friendship, on the contrary, it prepares the ground for new frictions and conflicts and in generally instigates raising and developing of wrong and distorted images.

Therefore to claim that tourism will establish "the world Peace" is completely an illusion.

Barış...

Tüm insanların, özellikle Ortadoğu'da yaşanan sıcak savaş günlerinin ardından özlemle beklediği bir ütopya..

Ve bu ütopyayı gerçekleştirebilmek için her "araç"tan yararlanma isteği...

Turizm de bu araçlardan birisi olarak görülüyor. Çünkü deniyor:

"turizm insanların birbirlerini tanımalarına sebebiyet vermektedir. İnsanlar gerek tarihi gerekse ekonomik nedenlerle bazı ülkeleri ve insanları düşman olarak görebilirler. Hatta bu insanları kendilerinin dışında apayrı mahluklar olarak dahi algılayabilirler. Ancak insanlar birbirlerini görüp tanıdıka, birbirlerinden pek de farklı olmadıklarını anlarlar. Yani insanlar farklı ırklara, farklı coğrafyalara, farklı ideolojilere ve farklı inançlara sahip olsalar bile, temelde öz olarak insandır. Farklı ülkelerin insanları birbirini görüp tanıdıkları zaman sonuçta birbirlerinden pek farklı olmadıklarını algılayacaklar ve böylece düşmanlıklar yerini daha güçlü bir duygu olan dostluğa terk edecektir" (Özdemir, 1990; 32).

Bu yargı tam anlamıyla bir yanılsamadır. Çünkü turizm bugünkü yapısıyla değil barış ve dostluğun gelişmesine katkıda bulunmak; aksine yeni sürtüşmelere, çatışmalara zemin hazırlamakta; çoğu zaman yanlış çarpıtılmış imajların doğmasına ve pekişmesine yol açmaktadır.

Nasıl olur da aynı olgunun, yani turizmin kavramsal düzeyde de olsa, birbirleriyle böylesine çelişik sonuçlar yaratacağı ileri sürülebilmektedir?

Bunun temel nedeni, iki farklı yaklaşımın turizmi değişik bakış açılarıyla değerlendirmeleridir.

Söz konusu yaklaşımlardan ilki, 1960'larda egemen olan ve turizmi "dikensiz gül bahçesi" ya da en bilinen nitelemeyle "bacasız fabrika" olarak algılayan; yaratacağı döviz gelirleri ve istihdam olanakları ile özellikle gelişmekte olan ülkelerin "kurtarıcısı", ya da "kalkınmalarının kolay yolu" olacağı biçiminde değerlendiren "optimist" ya da iyimser yaklaşımdır.

Bu konudaki ikinci yaklaşım ise turizmi sistemsel ve disiplinlerarası bir bakış açısıyla değerlendirmekte; turizm olgusunun başta ekonomik olmak üzere toplumsal, kültürel ve fiziki çevreye ilişkin alanlardaki katkılarının yanında çeşitli "malîyet"lerinin de olabileceğini ve bunların da dengeli bir biçimde değerlendirilmesi gerektiğini ileri sürmektedir. 1970'lerle birlikte yaygınlaşmaya baş-

layan ikinci yaklaşımın, "optimist" yaklaşımın üzerinde durduğu "ekonomik yararların" ve bunların etkilerinin de gerçek birer yarara dönüşüp dönüşmediğini de sorguladığı görülmektedir. Uluslararası turizm hareketlerine katılanların harcadıkları paranın turistin gittiği yerdeki insanlara gerçekten bir fayda sağlayıp sağlamadığı; turizmin yöneldiği ülkelerde iddia edildiği gibi çeşitli toplumsal sorunların doğmasına olumsuz etkisinin bulunup bulunmadığı; bu yöre ya da ülkelerdeki geleneksel kültürün bir parçası olan sanat ve zenaatların bozulup yozlaşmasına neden olup olmadığı; özellikle gelişmekte olan ülkelerin zaten kıt olan kaynaklarını dev turizm yatırımlarına yöneltip turistlerin ihtiyaçlarının karşılanmasına öncelik vererek kendi halklarını "ihmal" edip etmedikleri; bu yöre ya da ülkelerde yaşamakta olan insanların ödedikleri vergilerle turizm yatırımlarının finansmanını mı sağladıkları; turizm olgusunun başlangıçta kendisini yaratan değer ve kaynakların tüketilip yok edilmesine ne ölçüde sebep olduğu; turizmin bugün karşı karşıya bulunduğumuz büyüme hızıyla gün gelip doyum noktasına ulaşmasının sözkonusu olup olmadığı; böylesi bir durum doğduğu takdirde karşı karşıya kalınacak sorunların nasıl çözümlenebileceği; bunun önceden belirlenebilmesi için ne tür çalışmaların yapıldığı ve yapılması gerektiği; bugünkü yapısıyla turistlerle onları ağırlayan yerli halklar arasında nasıl bir ilişki yarattığı; bu ilişkinin karşılıklı anlayış ve hoşgörünün gerçekleşmesi adına neleri başarabildiği gibi konular, çağdaş turizm araştırmalarının üzerinde yoğunlaştığı başlıca alanlarıdır. Bu yaklaşım oldukça yeni olmasına, bilimsel araştırmalarla elde edilen bilgi ve veri birikiminin sınırlılığına rağmen ulaşılan sonuçlar hem küçümsenmeyecek miktardadır, hem de turizmin etkileri konusunda belirtilen kuşkuvarı destekler niteliktedir.

TURİZM NEDEN BARIŞI SAĞLAYAMAZ ?

Günümüz turizm hareketlerinin temel özelliği bireysel ya da örgütlü olarak fakat kitlesel ölçekte gerçekleşmesidir. Kitlesel ölçekli turizm hareketlerine katılan insanların beklentileri arasında, alışık oldukları ortam ve ilişkiler içinde, yeniliklerle en az düzeyde karşılaşarak yolculuklarını tamamlama isteği belirleyicidir. Bunlar alışık oldukları ortam ve ilişkilerin adeta bir "kristal küre" içinde gittikleri yerlerde de karşılarına çıkması beklentisi içindedirler. Dolayısıyla da gittikleri yerlerde bu beklentilerini karşılayabilecek türden büyük oteller ya da tatil köylerinde kalmayı yeğlerler. Satın aldıkları "paket turlar" yaptıkları seyahati en ince

ayrıntısına kadar planladığı için o koşuşturma içinde, kendisi gerçekten istese bile, yerli halktan insanlarla, onları anlamasını sağlayabilecek ilişkilere girmeden o ülkeyi terk eder ve gider. Kaldı ki zaten öylesi bir beklentisi ya da isteği de yoktur. Kanımızca özellikle örgütlü kitle turizmine katılan turistlerin beklentilerini açıklayan ve iki Alman turist kız arasında geçen şu konuşma son derece önemli ve anlamlıdır: (McIntosh & Gupta, 1980; 54)

- Geçtiğimiz yaz neredeydin?
- Majorca'da.
- Orası da neresi?
- Bilmem, uçakla gittik!

Turistler gittikleri yerlerde genellikle kısa süre kalırlar. Bu kısa süre içinde gerçekleşen turist-ağırlayan etkileşiminin sonuçları taraflar açısından farklıdır da. Turist genellikle değişik bir çevre, toplum ve kültürle birlikte yaşıyor olmaktan memnundur. Ağırlayan için ise sezon boyu sürececek pek çok yapay ilişkiden biridir. Hem sürenin kısa olması, hem de genellikle turistlerin her seyahatlerinde başka yerlere gitmek istemeleri, söz konusu ilişkinin yapaylıktan kurtarılabilmesini engelleyen başlıca etkendir.

Gittiği yerin nerede olduğu ile bile ilgilenmeyen "turist"in, gittiği yörenin insanlarını anlama çabası söz konusu olabilir mi?

İnsanların karşılıklı olarak birbirlerini anlamaları, sevmelerini ve sonuçta "dünya barışı"nı yaratacağı ileri sürülen turizmin bu yöndeki etkileri, bu süreç içinde turist ve yerli halkın "karşı karşıya gelmesi"ni, bir başka deyişle karşılaşmalarını gerektirmektedir. Aksi takdirde ileri sürüldüğü gibi insanların yakınlaşması, kültürlerinin kaynaşması ve "barışa giden yol"un açılması nasıl mümkün olabilecektir?

Oysa bilinmektedir ki turistler yerli halk başlıca üç gerekçeyle "karşı karşıya" gelmektedirler (de Kadt, 1979; 50). Bunlardan ilki, turistin yerli halktan herhangi bir mal ya da hizmet satın almasıdır; ikinci

durum her ikisinin de aynı mal ya da hizmetten yararlanırken yan yana bulunmalarıdır; üçüncü durum ise yüz yüze ilişki içinde buldukları, karşılıklı bilgi ve fikir alışverişi yaptıkları, birbirlerini anlamaya çalıştıkları durumdur. Bu ilişki biçiminden yalnızca sonucusu gerçekten eşikliğe dayalı, karşılıklı anlayış ve hoşgörüyü geliştirebilecek niteliklere sahipken, sayısal olarak diğer ilişki biçimleriyle karşılaştırıldığında çok daha seyrek gerçekleşmektedir. Çünkü bu tür ilişki "kitlesel" nitelikli turizm hareketlerinin ne beklentilerine, ne de davranış kalıplarına uygundur (*Nettekoven, 1979; 137*).

Yani turist-yerli halk buluşması bir yanda amaçlar, güdüler, talepler; diğer yanda ekonomik beklentiler ve çıkarlar örüntüsü içinde gerçekleşir. Turist çeşitli amaç güdü ve beklentilerini doyurmak, rahatlamak için çıktığı yolculukta bol para harcayan, yabancı bir yerde bulunuyor olmanın her türlü keyfini çıkarmaya çalışan bir birey iken; gittiği yöre ya da ülkenin insanları görece daha rutin, eğer turizm sektöründe çalışmakta ise, zamanın büyük bölümünü turistlere hizmet etmek için harcayan kişidir. UNESCO'nun 1976 yılında yaptığı bir araştırmanın bulgularına göre, yukarıda değinilen türden turist-ağırlayan "buluşması"nın başlıca dört özelliği bulunmaktadır (*UNESCO, 1977; 82*). Bunlar:

- Geçici nitelikte oluşu;
- Zamana ve mekana ilişkin sorunlar içermesi;
- İçtenlik eksikliği;
- Eşitlik ve dengeden yoksun bulunması;

Turistler gittikleri yerlerde genellikle kısa süre kalırlar. Bu kısa süre içinde gerçekleşen turist-ağırlayan etkileşiminin sonuçları taraflar açısından farklıdır da. Turist genellikle değişik bir çevre, toplum ve kültürle birlikte yaşıyor olmaktan memnundur. Ağırlayan için ise sezon boyu sürecek pek çok yapay ilişkinden biridir. Hem sürenin kısa olması, hem de genellikle turistlerin her seyahatlerinde başka yerlere gitmek istemeleri, söz konusu ilişkinin yapaylıktan kurtarılabilmesini engelleyen başlıca etkidir. Öte yandan turistler gidip kısa süre kaldıkları yerlerde olabildiğince çok şey görmek ve yapmak arzusundadırlar. Her ne gerekçeye olursa olsun programlarında meydana gelebilecek bir aksama, zaten dengesiz olan bu ilişkinin altüst olmasına neden olmakta, bunun sorumluluğunu da genellikle hiçbir payı olmasa bile yerli insanlara yüklemektedirler.

Öte yandan kitlesel turizmin yoğun olarak yö-

neldiği yöreler ve tesisler adeta birer "turist gettosu" oluşturmakta, bu durum bir yandan turistlerle yerli halkıdan doğrudan temaslarını engellerken, bir yandan da turistlerin tesis dışında yapabilecekleri harcamaların da tesis içinde kalması amacına hizmet etmektedir. Böylece, bir anlamda belirli bir yörede ya da ülkede kitlesel turizmin gelişmesi, paradoksal bir biçimde turistlerle yerli halkın ilişkilerinin azalmasına, hatta kimi durumlarda ortadan kalkmasına yol açabilmektedir (*COHEN, 1972; 168*). Aynı nedenlerden ötürü turistlerle yerli halkın ilişkileri rastlantısal olamamakta ve yapaylıktan kurtarılamamaktadır. Başka bir anlatımla de Kadt'ın belirttiği gibi "bedelini ödeyip karşılığını beklemek"ten öte bir anlam taşımamaktadır (*de Kadt, 1979; 14*). Dahası turist yerli halk arasında değinilen çerçevede eşitsizliğe dayalı ilişki kendisini daha çok maddi eşitsizlik biçiminde göstermekte, ve kaçınılmaz olarak para harcama alışkanlıkları ve tutum ve davranışlara da yansımaktadır. Bunun sonucunda turist karşısında sıkılan, ezilen insanlar en iyimser boyutta duyduğu kıskançlık sonucu onlara özenme hatta taklit etmek eğilimine girmekte, kimi zaman da bu işin boyutları fiili saldırılara kadar uzanmaktadır.

Diğer taraftan, insanların uluslararası sınırları geçerek gerçekleştirdikleri uluslararası turizm hareketleri, uluslararası bilgi akışının önemli unsurlarından birisidir. İnsanlar bir yerden başka bir yere gittiklerinde yalnızca fiziksel bedenlerini değil, onunla birlikte daha önceki yaşadıkları deneylerini, tutum ve davranış kalıplarını, güdülerini ve amaçlarını da beraberlerinde götürürler. Uluslararası bilgi akışı açısından turizm, turist gönderen ve turist ağırlayan toplumlar arasında önemli bir iletişim ortamı yaratır, çünkü toplumlar ve bireylerin en güvenilir olarak niteledikleri bilgilenme biçimi "fiilen katılma"dır. Doğal olarak insanlar eksik, çarpıtılmış ya da yanlış bile olsa kendi gözüyle gördüklerine, okuyup işittiklerinden çok daha kolay inanmaktadırlar.

Turistler bedelini ödeyip bir seyahat satın aldıklarında, onunla birlikte, bir anlamda gidecekleri yerin kültürünü de satın almış olmaktadır. Satın alınan bu kültür ne kadar eski, güçlü ve karmaşık olursa olsun, kolaylıkla tanınabilir birkaç özelliğe indirgenmekte; maddi ya da manevi, dinsel ya da dindışı törenler ve ritüeller bile alınıp satılabilir kılınmaktadır (*Turner & Ash, 1975*). Bu durum turist ağırlayan ülkelerin ürettikleri ürünün pazarlanabilmesi amacıyla bir strateji olarak da kullanılmaktadır. Bu amaçla yaratılan basit, basmakalıp imaj, turistlerin zihninde söz konusu ülkenin çağ-

rıstırılmasında da etkili olmaktadır. İspanya'nın "boğa güreşleri", Bantu "savaş kalkanları", Hawaii'nin Maori Poi dansları hep bu tür basitleştirilmiş basmakalıp imajların; bir anlamda metalaştırılan kültürün bilinen örnekleridir. Aynı şekilde maddi olmayan kültür de turistik talep uğruna ait olduğu bağlamdan kopartılarak turistlerin görebilmeleri için adeta "sahnelenmekte"dir. Örneğin Hawaii yerel dansları her saat başında yinelenmekte, Fiji Adaları'nda her akşam ateş üzerinde yürüme gösterileri yapılmakta ya da Türkiye'de olduğu gibi turist kafileleri havaalanı ya da limanlarda halk dansları eşliğinde karşılanmaktadır. Bu yapay imaj yaratma süreci turizm olgusunun pazarlama kaygılarıyla birleştiğinde, toplumların sahip oldukları nitelikler ve özelliklerin çarpıtılması adeta meşruiyet kazanmaktadır. Başka bir anlatımla turizm endüstrisi, potansiyel talebi fiili talebe dönüştürebilmek için turistlerin görmek ve duymak istediklerini bir araya getirerek bir "fanteziler evreni" kurgulamaktadır. Bu evrende gerçek dışı imajlar ya da yanlış bilgilendirmenin varlığı hiç mi hiç önemli değildir. Böylelikle örneğin Fransızlar "dünyanın en büyük aşıkları", Almanlar "soğuk ve uzak insanlar", Hawaii'liler ise "boyunlarında çiçekten yapılmış kolyeleri ile sabahtan akşama değin dans eden insanlar" olarak gösterilmektedir (Boorstin, 1961; 86-107). Bu tür gerçekle ilişkisi bulunmayan imajlar bir yandan uluslararası iletişim açısından ciddi engeller oluştururken (Mowlana, 1986; 132); diğer yandan turizmin toplumsal ve kültürel "maliyet"lerinin doğmasının da sebeplerinden birini oluşturmaktadır.

SONUÇ

İşte tüm bu nedenlerle turizm "insanların birbirlerini tanımalarına sebebiyet" vermemektedir. Değil onların birbirlerinden farklı olmadıklarını algılamaları ve böylece düşmanlıkların yerini dostluklara terk etmesi; aksine yeni sürtüşmelere, çatışmalara, yanlış ve çarpıtılmış imajların doğmasına ve pekişmesine yol açmaktadır. Bunun için de turizmin "dünya barışı"ni kuracağını ileri sürmek tam anlamıyla bir yanılsamadır.

KAYNAKÇA

- BOORSTIN D. J., *The Image*, Harper Clophon, New York, 1961.
- COHEN E., "Towards A Sociology Of International Tourism", *Social Research*, Vol: 39, 1972, (s: 164-182).
- De KADT E., (Ed.) *Tourism : Passport To Development?*, Oxford University Press, Washington, 1979.
- MacINTOSH R. W., & Gupta S., *Tourism : Principles, Practices and Philosophies*, Grid Inc. (3. rd Edi.), Columbus, Ohio, 1980.
- MOWLANA H., *Global Information and World Communication*, Longman, New York, 1986.
- NETTEKOVEN L., "Mechanism Of Intercultural Interaction", *Tourism: Passport To Development?*, (Ed. E. de Kadt), Oxford University Press, Washington, 1979, (s:135-145).
- ÖZDEMİR M., "Turizm Dünya Barışını Getirecektir". *Anatolia* (Nazmi Kozak'ın 'Ayın konuğu' köşesinde yaptığı Röportaj), Yıl: 1, Sayı: 3-4, Mart-Nisan/1990.
- TURNER L. & ASH J., *The Golden Hordes: International Tourism and The Leisure Periphery*, Constable, London, 1975.
- UNESCO, "The Effect of Tourism on Socio-Cultural Values", *Annals of Tourism Research*, Vol: 4, No: 1, 1977, (S:74-104).