

Yaşlıya Yönelik Turizmin Yansımaları ve Değişen Yaşlılık

The Reflections of Elderly Tourism and Changing Old Age

Seher ÇATALOĞLU¹

Öz: Bu çalışmada, Türkiye’de yaşlılara yönelik turizm çalışmalarının incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda, yaşlılara yönelik turizm ile ilgili ülkemizde gerçekleştirilen uygulamalar ve hedefler değerlendirilmiş ve yorumlanmaya çalışılmıştır. Yaşlıların turizme bakış açısı ve turizm çalışmalarında yaşlıların konumu çalışma içerisinde incelenmiş ve bu çerçevede kullanılan kavramlar irdelenmiştir. Bu çalışmanın argümanı, modern toplumların değerler sisteminin olumsuz yanlarının turizme yönelik faaliyetlerde başarısız sonuçlar üretebileceğini iddia etmektedir. Bu çalışmanın yöntemi siber etnografidir. Konuyla ilgili olarak kaynak taraması yapılarak, internet üzerinden bazı web siteleri incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yaşlı, turizm, üçüncü yaş, yaşlılık, yaşlı turizmi

Abstract: In this study, it was aimed to investigate studies related to tourism to the elderly in Turkey. In this context, the practices and targets regarding tourism to the elderly were evaluated and tried to be interpreted. Perceptions of the elderly of tourism and the status of the elderly in tourism studies are examined in the study and the concepts used in this framework were examined. The argument of this study is that the negative aspects of the system of values of modern societies can produce unsuccessful results in tourism-oriented activities. The method of this study is cyber ethnography. Some websites have been examined on the internet by searching for resources on the subject.

Key Words: Old, tourism, third age, elderly, elderly tourism

1. Giriş

İnsanlar, birbirinden farklı birçok amaç için seyahat etmektedirler ancak insanın yaptığı her seyahat turizm olarak yorumlanamamaktadır. İnsan hareketliliği, yolculuk etmek insanlık tarihi kadar eskidir. Bir seyahatin turizm faaliyeti sayılabilmesi içinse, önce seyahatin amacı belirlenmelidir; ayrıca seyahatin amacı kadar, uzaklık da bazı yaklaşımlara göre önemli bir faktördür (BAKKA, 2018). Turizm, insanların yeme içme, konaklama ve eğlence gibi hizmetlerden faydalanabilmek için geçici olarak yaşadıkları yerden uzaklaşmaları anlamına gelmektedir. Turizm, ilk tanımlanmalarında 1905 yılında Guyer- Feuler tarafından “modern çağa özgü bir olay” olarak belirtilmiştir (Maviş, Ahipaşaoğlu ve Kozak, 2002). Bugün ise, UNWTO [Dünya Turizm Örgütü] tarafından; insanların, bir yıldan fazla olmamak kaydıyla boş zaman değerlendirme, iş ve diğer

¹ İlgili yazar/Corresponding author: Seher ÇATALOĞLU, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Antropoloji Bölümü Doktora Öğrencisi, sehercataloglu@gmail.com, ORCID No: 0000-0001-5783-1794

sebeplerle sürekli yaşadıkları yerlerin dışına seyahat ettikleri ve gittikleri yerde konakladıkları bir faaliyet olarak tanımlanmıştır (UNWTO, 2019).

Türk Dil Kurumu ise kavramı; eğlenme, görme, tanıma, dinlenme gibi maksatlarla yapılan gezi; bir bölge ya da bir ülkeye turist çekebilmek için yapılan çalışmaların yanı sıra alınan ekonomik, kültürel ve teknik önlemlerin tümü olarak tanımlamaktadır.²

Turizm kavramı başlangıçta, konaklama, ulaşım ve yeme-içmeyi ifade ederken zaman içerisinde gelişmiş ve eğitim, sağlık, spor, dinlenme, toplantı, kongre, eğlence, din ve kültürel miras etkinlikleri, yaratılmış güzellikleri inceleme, eş-dost-akraba ziyaretlerinde bulunma, psikolojik ve fiziksel olarak yenilenme ve sıhhat bulma gibi anlamları da içermeye başlamıştır. Günümüz seyahat algısı ise 1950'ler dönemi ile şekil almıştır. Medeniyetlerin gelişimi, boş gün düzenlemeleri, ulaşımın çeşitlendirilmesi, teknolojik gelişmeler, kültürel ve doğal cazibe merkezlerinin pazarlanması biçimdedir (Tanrıseven, Pamukçu ve Batman, 2016; Pamukçu, 2017). "I. Dünya Savaşı'na kadar turizm, lüks bir ihtiyaç olarak kabul edilmesine karşın, II. Dünya Savaşı sonrası kültürel bir kimlik kazanmıştır" (Çetinsöz, 2011: 1).

Genel olarak turizm tanımları aynı anlamı göstermektedir. Neredeyse tüm turizm tanımlamaları, bir hareketliliğin turizm olarak tanımlanabilmesi için, ikamet edilen yerden farklı yerde olması, para kazanmak ya da çalışmak gibi bir amacı gütmeyen gerçekleşmesi, kişinin tüketici olarak kalması ve sürekli yaşanan yer haline dönmemesi koşullarını ortaya koymaktadır.

Turizm, hızla gelişen teknolojik gelişmeler ve ulaşım araçları ile, gelişmekte olan gelişmiş ülkeler arasında çok önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır. Rekabetin yoğun olduğu bu alanda, değişen insan ihtiyaçları yeni seyahat olasılıkları oluşturabilir. Dünya'da ve Türkiye'de her gün yaşlıların sayısı, uzayan ömürlerin etkisiyle artmaktadır. Bu bağlamda, değişen çağ ile yaşlıların ihtiyaçları ve beklentileri farklılaşmıştır. Bu durumda oluşan yeni seyahat olasılıkları, Öztürk ve Batman'a göre, gelişmekte olan ülkelerin ekonomik olarak düştükleri darboğazı bile aşmalarına yardımcı olabilecektir (Öztürk ve Batman, 2015); ancak çalışmanın içeriği bağlamında, modern dönemde statüsünü kaybeden yaşlının, kapitalist süreçler eşliğinde sadece bir ekonomik kalkınma pazarı olarak görülmesi, bu faaliyetlerin başarısızlığa uğrayabileceği tehlikesi yorumuna ulaştırmaktadır.

Yaşlıya Yönelik Turizmin Çeşitlendirilmesi ve Tanımlama Sorunları

Modern çağda dünyada, gelişen teknolojik yenilikler, ulaşım alanındaki yenilikler ve kolaylıklar, artan hız ve seyahat özgürlükleri sayesinde turizm kavramının önemi gitgide arttırmıştır. Bu çalışma kapsamında birçok turizm çeşidinden çok sosyal turizm ve sağlık turizmi başlık ve alt başlıklarına yoğunlaşılacaktır. Yaşlıları kapsayan turizm çeşitlendirmelerinin kökeni sosyal turizme ve sağlık turizmine dayanmaktadır. Sağlık turizmi, sanayileşme ve kentleşme sonucunda birey ve toplum sağlığının bozulması paralel olarak sağlıksız toplumlarda oluşan üretim ve iş gücündeki azalımı ile önemli bir rol kazanmıştır. Sağlık turizmi, bireylerin tedavi olmak, rehabilite olmak, sağlığı geliştirmek ya da korumak için yaşadıkları yerden başka bir yeri ziyaret etmesidir. Sağlık turizmi sektörü; termal, medikal, yaşlı turizmi (üçüncü yaş turizmi) ve engelli turizmi olmak üzere 4 alt türden oluşmaktadır (Sağlık Turizm Kurulu, 2015). Literatürde üçüncü yaş turizmi, yaşlı turizmi ve hatta yaşlı bakım turizmi gibi kavramların birbirleri yerine kullanıldığını görülmektedir. Aydemir ve Kılıç, İngilizce literatürde ise üçüncü yaş turizmi için "third age tourism", "mature tourism", "silver tourism", "age friendly tourism", "active aging tourism", "elderly tourism", "grey tourism" ve "senior tourism" gibi kavramların, Avrupa Birliği içerisinde ise "gümüş turizm" (silver tourism) ve gümüş ekonomi (silver economy) kavramlarının kullanıldığını belirtmektedirler (Aydemir B., Kılıç S.N., 2017). Üçüncü yaş

² <http://www.tdk.gov.tr/> 10.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

kavramı, insanın aktif çalışma yaşamından ayrılmış yani emeklilik sürecine girmiş kesimi ifade etmektedir. Bu kavram ilk kez 1970'lerde, Fransa'da Profesör Pierre Vallas tarafından kullanılmıştır. İlk üçüncü yaş üniversitesi ise 1973 yılında yine Prof. Pierre Vallas'ın öncülüğünde Fransa'nın Toulouse şehrinde kurulmuştur (Zilova Novotna ve Venus, 2014: 135-136). Yıldırım'a göre üçüncü yaş turizmi şöyle açıklanır: "50 yaş ve üstündeki insanların ikametleri, çalıştıkları ve her zamanki ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına yaptıkları seyahatlerden ve seyahatleri esnasında genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek geçici, süreli konaklamalarından kaynaklanan ilişkiler bütünüdür" (Yıldırım, 1997: 77). Bu tanımda üçüncü yaş için yaş sınırı, o dönem, 50 olarak belirtilmiştir. Emeklilik dönemini işaret eden bu kavram, emeklilik yaş sınırı arttıkça muhtemelen daha da yükselecektir. Bu bağlamda, yıllar değıştikçe bu kavramların değışken ontolojisi gereği tanımlar da değışecektir.

Yaşlı turizmi ise, daha geniş bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülkemizde, sağlık turizmi sınıflandırılırken yaşlı turizmi, engelsiz turizm ve ileri yaş turizminin birbirleri yerine kullanıldığı ve birlikte ele alındığı görülmektedir. İleri yaş turizmi, literatürde, "sağlık turizmine ek olarak, alıcılara, hizmeti çekici hale getirebilmek için tedavi olacakları ülkeyi gezme olanağını da sunmak" olarak belirtilmektedir (Bektaş, Şimşek, 2016:179). Sağlık Bakanlığı, Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı altında İleri Yaş ve Engelli Turizmi şubesini aynı başlık altında oluşturmuştur. Sağlık Bakanlığı sitesinde Yaşlı ve Engelli Turizmi başlığı altında, ileri yaş turizmi (gezi turları ve meşguliyet terapileri), yaşlı bakımı hizmetleri (bakım evlerinde veya rehabilitasyon hizmetleri), klinik otelde rehabilitasyon hizmetleri ve engelliler için özel bakım ve gezi turları yer aldığı ve bu hizmetlerin klinik oteller, tatil köyleri ve bakım evleri gibi alanlarda verildiği belirtilmiştir.³

Bu kavramları yakından inceleyebilmemiz için bir de sosyal turizm açıklaması yapmamız gereklidir. Sosyal turizm, kökenleri geçmişe dayansa da önemi yeni yeni fark edilen ve hızla gelişen bir turizm çeşididir. Usta, sosyal turizmi, ekonomik güçleri nispeten yetersiz kitlelerin bazı kolaylaştırıcılar aracılığıyla turizme katılmaları ve bu sebeple doğan ilişkilerin bütünü olarak açıklamıştır (Usta, 1982:7). Ekonomik olarak yetersiz bireylerin turistik eylemlere katılıp gerek bedensel gerek zihinsel deformasyonları azaltmak ve çeşitli yönlerden gelişmelerini sağlayabilmek bu turizmin temel amacıdır. Tekrar aktif bir yaşam ortamının yaşlılar için yaratılması da bu turizmin diğer amaçlarından biridir (Usta, 1982:12). Sosyal turizmin başlıca dört hedef grubu gençler, engelliler, yaşlılar ve dar gelirli ailelerdir (Diekmann vd., 2012: 36); ancak bu kişiler ekonomik olarak yetersiz ve bu yönde desteklendirilmesi gereken bireylerdir. Her genç, yaşlı, engelli veya her aile turizmden dışlanmamıştır dolayısıyla sosyal turizme konu değillerdir. Sosyal turizmin başlıca hedefleri arasında bireylerin seyahate ulaşmalarını kolaylaştırma ve araç konumuna gelen turizmin bireysel gelişim, nesiller arası buluşma ve sosyal entegrasyonu sağlanması vardır; ayrıca turizme katılan insanların artmasının ülkeye de önemli bir ekonomik katkı sağlayacağı düşünülmektedir (Bıçkık, Ak, Özgökçeler, 2013:57).

Tüm bu sınıflandırmaları belirttikten sonra, ekonomik kalkınma ya da yaşlıyı refaha erdirme amaçlarını referans veren bu kavramlardan, üçüncü yaş turizmi ile yaşlı bakım turizminin ve de ileri yaş turizmi ile engelsiz turizminin farklı şeyler olduğunu anlamaktayız.

Yaşlı Olmak ve Yaşlı Turistin Ne İsteddiği Konusu

Yaşlılık, yaş alma, ihtiyarlık, bunama, yaşlanmaya dair kavramlara kısa bir literatür taraması yaptığımızda ve gündelik hayatımızda, etrafımıza baktığımızda kavramların iç içe geçmişliği ve ayrımları, bu kavramların yaşadığımız günle ve bizle beraber değışen anlamlar olduğu hemen anlaşılacaktır. Geçmişten günümüze kadar yaş ve yaşlılık kavramları çeşitli anlam değışikliklerine uğramıştır. Bu kavramlar farklı ölçütler baz alınarak anlamlandırılan kavramlar olmuşlardır. Tufan, bu çeşitlilik arasında, birçok kullanımı göstermiştir. Bu yaş kullanımları; takvimsel, idari, biyolojik, hukuksal, işlevsel, sosyal, etik, bilişsel, dinsel,

³ <https://saglikturizmi.saglik.gov.tr/TR,183/ileri-yas-ve-engelli-turizmi.html> , 10.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

tarihsel, kişisel olarak ifade edilirler (Tufan, 2014: 11-13). Biyolojik, toplumsal ve kültürel olarak iç içe geçen bu kavramlar yaşlılık algısının netliği üzerine fikir yürütmemize olanak sağlamaktadırlar. Gündelik dilde yaşlanma, yaşlılık ve yaşlı kavramları ile sık sık karşılaşırız ancak yaşlanma ve yaşlılık kavramları arasında belirgin bir ayrım olmadığı gibi birbirine karıştırılan kavramlardır. Duyar, bu konuda, “yaşlanma”, “yaşlılık” ve “ihtiyarlık” kavramlarının birbirinin yerine kullanıldığını belirtmektedir (Duyar, 2008:9).

Yaşlılık kavramı biyolojik, kültürel ve sosyal süreçlerin üçünü de kapsamaktadır. Tufan’a göre, biyolojik anlamıyla yaşlılık, bireylerin yaşamı içinde meydana gelen fizyolojik ve biyolojik değişimlerle görünür hale gelen, doğal yaşamın bir parçası olan ve de fiziksel bakımdan yetersiz bir alan olarak görülmektedir (Tufan, 2014: 22). Tufan, yaşlılıktaki genel değişim süreçlerini uzayan insan ömrü; yaşlı nüfusta, yeni yaşlılarda ve ileri yaştakilerde niceliksel olarak artış biçiminde belirtmiştir. Yaşlılığın meslekten arındırılması, gençleşmesi, kadınsallaşması, tekilleşmesi ve çoğullaşması ise yaşlılığın yapısal değişimlerini göstermektedir (Tufan,2003). Kısaca toplumsal ilişki ve yapıların dışında ve ötesinde, soyut ve nesnel bir 'ihtiyarlık/yaşlılık' yoktur (Duyar, 2008: 13). Tüm bunların yanında, insanın kronolojik, biyolojik veya psikolojik yaşı birbirinden farklı olabilir (Abduşoğlu, 2012: 81-82, 104-105). Bugün ise, 65-74 yaşta kişilere genç yaşlı, 75-84/89 yaştakilere yaşlı, 85+/90+ yaştakilere ise ileri yaşlı denmektedir (Kılıççı, 1988: 41-45; Çohaz, 2005: 132). Yaşla ilgili değerler ve kültürel normlar ise kültürel yaşlanma ile ilgilidir. Bu bağlamda geleneksel toplumlarda yaşlılığın saygın bir statüye sahip olduğunu görürken modernleşme ve sanayileşme süreçleri sonunda yaşlılığın itibar kaybettiğini bilmekteyiz. Geleneksel toplumlarda toplumun yapısı itibarıyla her yaştaki iş gücüne gereksinim duyulması nedeniyle yaşlılar değer kazanmıştır (Bulut, 2013: 397). Yaşlılar otoritelerini sanayileşme ile birlikte kaybetmişlerdir (Canatan, 2013: 365-367). Halbuki her birey, yaşlılık sürecini farklı biçimlerde yaşar çünkü herkes farklıdır (Kalınkara, 2011).

Araştırmalar artık yaşlıların da geçmişe göre daha farklı olduğunu göstermektedir. Günümüzde yaşlılar sağlık bakımından daha iyi, ekonomik olarak daha fazla para harcıyorlar ve sık seyahat ettikleri gibi uzak mesafelerde daha çok kalabiliyorlar.⁴ Yaşlıların turizme bakışını ele aldığımızda onların seyahat motivasyonunun diğer seyahat edenlerden farklı olduğunu görmekteyiz. Değişen sosyal roller ve ihtiyaçlar insan yaşlandıkça değişmektedir. Ergenler daha çok macera peşinde ve kendi sınırlarını zorlamayı tercih ederken, orta yaşlılar dinlenmek ve ailelerine odaklanmak isterler. Yaşlıların bu konuda tercihi rüyalarını gerçekleştirmektir. Dinlenme, rahatlama, sosyal etkileşim kurma, fiziksel egzersiz yapma, öğrenme, nostalji ve heyecan yaşlıların en yaygın seyahat motivasyonlarını kapsamaktadır.⁵ Türkiye’de yapılan bir çalışma, yaşlıların seyahat ve turizm faaliyetine ilişkin araştırmasında, yaşlılar için yeni arkadaşlıklar edinmenin önemli olduğu bunun ise bir anlamda pozitif imaj elde etme isteği olduğunu göstermiştir (Özdipçiner, 2008:134-146).

İsraili yaşlılarla yapılan bir araştırmaya göre, yaşlıların çoğu, seyahat için gerekli olan zamana ve paraya sahip olduğu gibi bu paradan ciddi bir kısmı harcama eğilimine de sahiptirler (Fleischer ve Pizam, 2002). Aynı çalışmada, bu tatil kararının ve süresinin, birey hangi yaşta olursa olsun, onun motivasyonu ve tercihinin bağlı olduğunu belirtilmiştir. Bireyin fiziksel ve mental yeteneğine bağlı olarak değişen tercihler, zaman ve bütçe engeli ile de karşı karşıya kalan bir konudur (Fleischer ve Pizam, 2002). Gelişmiş ülkelerde, evlerine ve ailelerine yatırımlarını tamamlayan 55 yaş ve üstü bireylerin, onlara bağımlı olmayan çocuklarının da etkisiyle, görece daha fazla olarak turizm adına para ayırdığını görmekteyiz (Anderson ve Langmeyer, 1982). Fleischer ve Pizam, cinsiyet, yaş kategorisi, sosyo demografik karakteristikler, sağlık durumu ve diğer faktörlerin bu minvalde öneminden bahsetmişlerdir (Fleischer ve Pizam, 2002). Örneğin Tayvan’da yapılan bir araştırma, yaşlıların geleneksel alışkanlıklarından biri olan kazandıklarını onlara miras bırakma uygulaması günümüzde

⁴https://auzefalmsstorage.blob.core.windows.net/auzefcontent/ders/saglik_turizmi_yonetimi/5/index.html#ek_kaynaklar . 10.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

⁵https://auzefalmsstorage.blob.core.windows.net/auzefcontent/ders/saglik_turizmi_yonetimi/5/index.html#ek_kaynaklar 10.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

parayı kendi ilgi ve isteklerine göre harcamaya dönüşmüştür (Huang ve Tsai, 2003). Bu bağlamda, bütün yaşlıların turizm konusunda aynı tercih ve motivasyonlara sahip olduğunu çıkarsamak yanlış bir yorum olacaktır. Yaşlılık dönemlerini farklı süreçlerde ve biçimlerde yaşayan yaşlılar önemli farklılıklar gösterecektir.

Çakıcı ve Özdamar (2013) Şanlıurfa’da kültür turu kapsamında yerli turistlerin sorunlarını tespit etmek amacıyla bir araştırma yapmıştır. Araştırmanın sonucunda, karşılaşılan sorunlar arasında ise alt yapı, hizmet yetersizliği ve turistik ürün sorunlarının en sık belirtilen sorunlar olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmadan alt yapı, hizmet yetersizliği ve turistik ürün sorunlarının turistik bir seyahatte önemini görmekteyiz. Tufan’a göre ise, Türkiye’de fiziksel çevrenin yaşlılara uygun olmayışına dair koşullar, yolların, kaldırımların ve trafiğin, gençlerin dahi hareket olanaklarını kısıtlayan bir fiziksel çevre oluşturması üçüncü yaş turizminin önündeki engellerden biridir (Tufan, Tamer Köse, Ayan, 2017: 34). Bu bağlamda yaşlılara yönelik turizmde yaşlıların önceliklerinin, ihtiyaçlarının ve onlara yönelik alt yapının önemli olduğu yorumuna ulaşabiliriz. Bu noktada yaşlıya verilen değer ve farklılıkların bilinci önem kazanmaktadır. Yaşlılara hizmet sağlayan kurum ve işletmelerin bu anlamda artan ilgisinin, farklı bakış açılarına sahip olması gerektiği yorumuna ulaşılmaktadır.

Yaşlıya Yönelik Turistik Çalışmaların Yansımaları

Emeklilik dönemine girmiş, artık çalışma hayatına dahil olmayan yaşlılar bugün, önemli bir tüketici kitlesi olarak görülmektedir. Turizm sektöründeki bu yeni tüketici grubu, turistik mal ve hizmetlerin bu kitleye has özellikler kazanmasına yol açmaktadır (Usta, 1982). Rekabetin arttığı bu sektörde, değişen yaşlılar ve değişen ihtiyaçlar yeni seyahat olasılıklarını da arttırmaktadır. Bu bağlamda yüzünü yaşlı kitleye çeviren kurum ve işletmelerin hedefleri ve bu hedefte takındıkları bakış açıları büyük önem göstermektedir. Yaşlı “piyasası” turizm faaliyetleri için de muhtelif terimlerle tanımlanmaktadır. Bunlardan bazıları "yeni yaşlı vatandaşlar," "genç yaşlılar" (genç yaşlı nesil, "woopies," (varlıklı yaşlı insanlar), "emekliye ayrılan dünya savaşı bebekleri," "ara nesil" ve "gri piyasası" ⁶ gibi tanımlamalardır. Kapitalist süreçler sonucu, pazarın kanayan yarasına yeni tüketici kitlesi olarak hedef seçilen yaşlılar bu sayede günümüzde, yeniden dikkat çekmişlerdir. Yaşlıların huzurunu ve refahını düşünen faaliyetler ile ekonomik kalkınmayı bir arada geliştiren faaliyetler bu durumda büyük önem kazanmaktadır. Bu minvalde yorumlamak üzere birkaç haber başlığından alıntılar incelenecektir.

“Avrupa’nın Çözüm Ülkesi Türkiye”: “AB’nin yaşlılık hizmetleri sunma konusundaki çözümsüzlükleri karşısında Türkiye’nin genç nüfusunu ve yıllarca Avrupa ya iş gücünü veren bir ülke olarak şansını geliştirmesi de kaçınılmaz.” ⁷

“Türkiye Turizmde Üçüncü Yaşa Talip” “En büyük hedef Avrupalılar”: “Dünyada yaşlı nüfus artarken, turizm merkezleri bu artıştan yüksek bir payı sektöre çekmek adına çalışmalar yapıyor. Başta seyahat oranı yüksek olan Avrupalı turist olmak üzere dünya çapında 65 yaş üstü turisti çekecek altyapılar kuruluyor, tesisler oluşturuluyor. ‘3. yaş’ dönemi olarak kabul edilen bu gruptaki turistlerin harcama kapasitesinin de daha yüksek olduğu biliniyor.” ⁸

“Yaşlı Japonlar Şifayı Türkiye’de Bulacak”: “...dünyanın bir çok ülkesinde kaliteli bakım ve sağlık hizmeti arayışında olan yaşlılar bulunduğunu, bu nedenle sağlık turizmi alanında ileri yaş grubundakilere yönelik hizmetlerin önemli yer tuttuğunu...” ⁹ ve *“Yaşlı Japonlar’ın Türkiye’deki termal tesislerden*

⁶https://auzefalmsstorage.blob.core.windows.net/auzefcontent/ders/saglik_turizmi_yonetimi/5/index.html#ek_kaynaklar 10.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

⁷ <http://turizmdunyasi.com.tr/uncategorized/142-yasli-turizmde-turkiye/> 10.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

⁸ <https://www.milliyet.com.tr/ekonomi/turkiye-turizmde-3-yasa-talip-6086002> 10.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

⁹<https://www.dunya.com/sectorler/turizm/yasli-japonlar-sifayi-ve-huzuru-turkiye039de-bulacak-haberi-261828> 10.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

faydalanmalarının yanı sıra yaşlı bakım ve huzurevlerinden de daha iyi ve ucuz hizmet alabileceklerini” okuyabildiğimiz bu haberlerde bazen yaşlı turiste yönelik farkındalığın yüksek olduğunu ancak sıkça ekonomik kalkınma vurgusunun altının çizildiği görülmektedir.

Üçüncü yaş turizmine talip olan ülkemizde haberlerden bir tanesi şu başlık atılmıştır: “Turizm Sezonunu Üçüncü Yaş Uzatacak”¹⁰ Turizm sektörünün yüzlerini güldüren bu haberde, atıl kalan tesislerin faaliyet içinde tutulup, bu durumun 12 aya yayılmasının öneminden, Alman müşterilerin sadakatinden, İngiliz ve Polonya pazarındaki yükselişten bahsetmekte ve Avrupalı ve yerli turist sayısının fazlalığına dikkat çekmektedir. Yaşlı insanların güven ve huzur ihtiyacına değinen haber, bu alanda güven artırıcı çalışmalar yapılması gerektiğini belirtiyor.

Bir başka haber ise “Üçüncü Yaş Turizminde 10 Milyar Dolarlık Pazar Payı”¹¹ olarak başlıklandırılmış. “Türk kültüründe yaşlıların bilge insan ve her zaman yol gösterici olarak görüldüğü” ve “trilyonluk bir sektörden birçok ülkenin payını almak için mücadele içinde olduğunu” okuyoruz.

“Artan yaşlı nüfus termal turizmi 5 kat büyütecek “Termal cenneti Türkiye’nin önümüzdeki 30 yılda yaşlı nüfusun artışına paralel termal tesislerinde en az 5 kat büyüme öngörülüyor... Özellikle 60 yaş üzeri kişilerin yoğun ilgisini toplayan termal turizm alanında yapılacak çalışmalarla Türkiye termalin tek adresi olabilir. Finlandiya, Almanya, Macaristan, Japonya, Fransa gibi ülkelerde termal turizmde ciddi yatırımlar var. Bizler de bu ülkeleri baz alarak yatırım ve iyileştirmelerimizi çok acil gerçekleştirmeliyiz...”¹²

Yaşlılara huzur ve güven sağlamak, alt yapı çalışmalarının yapılması gerektiğine dikkat çeken söylemlerin dışında haber başlıklarının genelde “pazara” yönelik kazancın vurgusu dikkat çekicidir. Haberlerin içinde yaşlıya yönelik çalışmaların ne olduğundan çok pazardaki payların rakamsal olarak ne olduğunu ayrıntılı olarak okumaktayız. Eric Fromm’un dediği gibi “modern çağda baskın olan anlayış pazarlama yönelişidir” (Fromm 1947:67). Bu tutumlarımızı ve kişiliğimizi etkileyen bir eğilimdir. “Piyasanın değer kavramı, daha doğrusu kullanım değerinden çok değişim değerine önem verilmesi, insanlara ve insanın kendine ilişkin benzer bir değer kavramı yaratmıştır. Kişinin kendini bir meta olarak deneyimlemesi ve değişim değeri taşıdığını düşünmesinde yatan karakter yönelişini pazarlama yönelişi olarak adlandırıyorum” (Fromm 1947:68).

İnsanın tüm yapıp etmeleriyle ilgili olan “değer”, hem bireylere hem topluma yeni bir biçim ve düzen veren; ayrıca onların davranışlarını tayin eden ilkeler ve tercihlerdir. Günümüzde hızla artan yaşlı nüfus, turizm sektöründe dikkatleri çekmiş ve gelecek vadeden bir alan olarak görülmeye başlanmıştır ancak; ekonomik kalkınmaya dayalı bir bakış açısı turizm faaliyetlerinde değerler meselesini görünür hale getirecektir. Toplumdaki yaşlılık, yaşlı olma, ihtiyarlık ile ilgili değerler olumsuz olduğunda ya da yaşa dayalı ayrımcılık ve önyargılara varan kalıplara bağlandığında yaşlıları ve biz geleceğin yaşlı adaylarını karamsar bir tablo ile baş başa bırakmaktadır. Modern toplumlarda yaşlıların sözde artan yaşam kalitesi toplumdaki değerler sistemi ile ilintili olarak azalmaktadır. Toplumsal ve aile rollerinde değişen yaşlı temsili bir etik yani değerler sorunudur. Bu bağlamda çalışma içerisinde yaşlıların konumu ve toplumda yaşlıya verilen değer önemli bir öncelik sorunu taşımaktadır. Keza yaşa, yaşlıya ya da yaşam deneyimine itibar etmeyen kurum, kişi, sağlık çalışması ya da turistik aktivite aynı karamsar tablo ile karşı karşıya kalmaktan kurtulamayacaktır.

Hızlı değişme ve farklılaşmaların yaşandığı günümüzde toplumsal değerlerin değişmeden kalması ve değişmeden aktarılması neredeyse imkansızdır. “Yaşlılığı” inşa etme biçimimiz, toplumun teknolojiyi nasıl

¹⁰ <https://www.ekonomist.com.tr/turizm/turizm-sezonunu-ucuncu-yas-uzatacak.html> 10.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

¹¹ <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/ucuncu-yas-turizminde-10-milyar-dolarlik-pazar-payi/1555782> 10.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

¹² <https://www.turizmhabermerkezi.net/haber-artan-yasli-nufus-termal-turizmi-5-kat-buyutecek-8195.html> 10.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

etkilediği ve teknolojinin toplumsal değerlerden nasıl etkilendiği bağlamında değerlidir. Teknolojik gelişimler değerleri etkilediği gibi ondan etkilenirler (Çataloğlu, 2018). Bu bağlamda turizmdeki gelişmeler de “yaşlılığın” inşası sürecinden etkilenecektir. Toplumsal değerden yoksun safi iyi bir pazar ya da tüketiciler olarak görülecek yaşlılar ne turizme ne de yaşlılara bir fayda sağlayacaktır. Hızla gelişen sanayileşme, giderek artan kapitalizm çemberinde itibarını kaybeden yaşlıların bu çemberde görecede değer, sistemin maddi koluna kazanç sağladığı boyutta kalmamalıdır. Bu bakımdan yaşlı turizmi kavram olarak alt dallarında çeşitli isimler olsa da içerik olarak değerlerden yoksun kaldığı sürece turizmin bütün türleri, önyargılardan, kalıplaşmış olumsuz düşüncelerden, değer sistemindeki problemlerden beslenen tüm atılımlar gibi, geleceğe de aktarılacak olan başarısızlık tehdidi altındadır. “Başarının ön koşulları olarak bir yanda yetenek ve insani niteliklerle öteki yanda “kişilik” arasındaki oran değişiklik gösterse de, ‘kişilik faktörü’ her zaman belirleyici roledir.” (Kuspit 2006:101). Bireyler yaşlandıkça, sosyal açıdan roller değiştikçe, ihtiyaç ve seyahat motivasyonları değişecektir. Bu sisteminin içinde yaşlı bireylerin önceliklerini göz önünde bulundurmak da birincil sıradadır.

Sonuç

Seyahat etmek insanlık tarihi kadar eskiyken her seyahat turizm olarak adlandırılmamaktadır. Turizm, insanların yeme içme, konaklama ve eğlence gibi hizmetlerden faydalanabilmek için geçici olarak yaşadıkları yerden uzaklaşmaları anlamına gelir. Hızla gelişen teknolojik gelişmeler ve ulaşım araçları sayesinde gelişmekte olan ve gelişmiş ülkeler arasında çok önemli bir gelir kaynağı olan turizm, değişik insan ihtiyaçları sonucunda farklı amaçlarla yapılabilmektedir ve bu sektörde büyük bir rekabet öz konusudur. Modern çağın getirdiği teknolojik yenilikler, ulaşım alanındaki kolaylıklar, artan hız ve seyahat özgürlükleri sayesinde turizm çeşitli türlere ayrılmıştır. Bu çalışma kapsamında sosyal turizm ve sağlık turizmi başlık ve alt türlerine yoğunlaşılmıştır. Tüm bu sınıflandırmalarda kavramların birbiri yerine ya da aynı kategoride ele alındığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda yaşlı turizmi ve üçüncü yaş turizminin aynı şeyler olmadığı konusunun altı çizilmiştir.

Biyolojik, kültürel ve sosyal süreçleri kapsayan yaşlılık kavramı, modernleşme ve sanayileşme süreçleri sonucunda değişikliğe uğramıştır. Her birey farklıdır ve her yaşlı farklı yaşlanır. Yaşlılık süreçleri geçmişten günümüze değişiklik göstermektedir ve yaşlıların seyahat motivasyonları artık daha farklıdır. Yaşlılara yönelik turizmde yaşlıların önceliklerinin, ihtiyaçlarının ve onlara yönelik alt yapı dikkat edilmesi gerekli bir husustur. Yaşlıya verilen değer ve farklılıkların bilinci günümüz modern toplumlarında daha da önem kazanmaktadır.

Turizm sektöründe yeni oluşan tüketiciler grubu, emekliye ayrılmış yaşlı gruptur. Gitgide artan rekabet ortamında yaşlıların konumu ve geçirdikleri değişim ve ihtiyaçları yeni seyahat olasılıklarını gündeme getirmektedir. Bu bağlamda yaşlı gruba hizmet vermek isteyen kurum ve işletmelerin hedefleri ve bu hedefte takındıkları bakış açıları büyük önem göstermektedir.

Yaşlıları sadece büyük bir pazar olarak gören bir anlayış, kapitalist değerler sonucu ortaya çıkmıştır. Yaşlılığı inşa etme biçimimiz ve yaşlılık süreci turizm faaliyetleri ile karşılıklı etkileşim halinde olacaktır. Sadece iyi bir pazar ya da tüketiciler olarak görülecek yaşlılar turizme fayda sağlamayacaktır. Toplumdaki yaşlılık, yaşlı olma, ihtiyarlık ile ilgili değerler olumsuz olduğunda ya da yaşa dayalı ayrımcılık ve önyargılara varan kalıplara bağlandığında tüm gelişmelerin ve yatırımların dar bir kısaca girmesi olasıdır. Yaşlı turizmi kavram olarak alt dallarında çeşitli isimler olsa da içerik olarak değerlerden yoksun kaldığı sürece, turizmin bütün türleri, önyargılardan, kalıplaşmış olumsuz düşüncelerden, değer sistemindeki problemlerden beslenen tüm atılımlar gibi, geleceğe de aktarılacak olan başarısızlık tehdidi altındadır.

Kaynakça

- Abduşoğlu, A. (2012). Türkiye’de yaşlılık dönemine ilişkin beklentiler araştırması. 81- 115 (Metin, A., Özmete, E. Vd. Der. 2012, 18-24 Mart Yaşlılara Saygı Haftası: Kuşaklar Arası Dayanışma ve Aktif Yaşlanma Sempozyumu Bildirileri. Ankara Ü. Yaşlılık Çalışmaları UAM, Ankara).
- Anderson, B.B. & Langmayer, L. (1982). The under 50 and over 50 travelers: a profile of similarities and differences, *Journal of Tourism Research*, 20(4): 20-24
- BAKKA (2018). Turizm sektör analizi, Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı.
- Batman, O. ve Öztürk, E. (2015). Uluslararası otel işletmeciliği. Değişim Publisher, Ankara.
- Bektaş G. ve Şimşek F., (2016). Importance of mobile health services on old age tourism, *Sağlık Akademisyenleri Dergisi, Health Care Acad J, Vol 3, Issue 4*
- Bıçkıcı D. ve AK D., Özgökçeler S., (2013). Avrupa’da ve Türkiye’de sosyal turizm. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31, 49-73.
- Bulut M. (2013). Yaşlılar ve toplum- yetişkinlik ve yaşlılık gelişimi ve psikolojisi. “Kültürel bağlamda yetişkinlik ve yaşlılık” 2.Baskı. İstanbul: Açılım Kitap.
- Canatan A. (2013). Yaşlılar ve toplum- yetişkinlik ve yaşlılık gelişimi ve psikolojisi. “Yaşlılar ve toplum” 2.Baskı. İstanbul: Açılım Kitap.
- Çakıcı, A. C. ve Özdamar, M. (2013). Şanlıurfa’ya kültür turizmi kapsamında gelen yerli turistlerin profili, Şanlıurfa’ya tercih nedenleri ve karşılaştıkları sorunlar üzerine bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(2), 43-52.
- Çataloğlu S., (2018). Yaşlılık, değer ve teknoloji. *Uluslararası İnsan Çalışmaları Dergisi*, 1(1), 27-35.
- Çetinsöz, B.C. (2011). Uluslararası seyahatlerde turistlerin çekim yerinde algıladıkları risklerin tekrar ziyaret etme niyetlerine etkileri: Alanya ilçesine yönelik bir araştırma. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Tur-Dr-2011-0004,s:1,Aydın.
- Çohaz, A. (2005). Yaşlılığa genel bakış. B.4, 132-140 (7 Mart 2005, Yaşlanan Kadın Sempozyumu Bildirileri. Hacettepe Ü. GEBAM ve HÜKSAM), Ankara.
- Diekmann, A., McCabe, S., & Minnaert, L. (2012). Social tourism today: Stakeholders, supply and demand factors. *social tourism in Europe: Theory and Practice* (s. 35-47). Toronto: Channel View Publications.
- Duyar İ. (2008). (R. Mas, A.T. Işık, M.A., T. Karan Beğler, Ş. Akman, T. Ünal; Eds.). in: “Geriatri”, Bölüm 1: Gerontolojinin temelleri. Ankara: TGV; S. 9-19.
- Fleischer, A. & A.Pizam, (2002) Tourism constraints among Israeli seniors, *Annals of Tourism Research*, 29(1):106-123.
- Fromm E. (1947). *Man for himself : An inquiry into the psychology of ethics*, New York : Henry Holt.
- Huang, L. & H.T.Tsai, (2003), The study of senior traveler behaviour in Taiwan, *Tourism Management*, 24, 561-574.
- Kalınkara, V. (2011). *Temel gerontoloji: Yaşlılık Bilimi*. Ankara: Nobel Akademik.
- Kılıççı, Y. (1988). Yaşlılığın uyum sorunları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim F. Dergisi*, (3), 41-45.
- Kuspit D., (2006). *Sanatın sonu*. (Çev. Yasemin Tezgiden). Metis Yayınları. İstanbul.

- Maviş, F., Ahıpaşaoğlu, H. S. ve Kozak, N. (2002). Genel turizm bilgisi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Üniversitesi Açıköğretim Fakóltesi Yayınları.
- Özdipçiner N.S. (2008). Türk turizm pazarında yaşı yabancı tüketicilerin turistik tercihleri. Yaşı Sorunları Araştırma Dergisi, 2008 (2), 134-146
- Sağlık Turizm Kurulu. (2015). Tüm yönleriyle sağlık turizmi. <http://www.satürk.gov.tr/tyst.php> adresinden 10.04.2020 tarihinde alınmıştır.
- Tanrısever, C., Pamukçu, H. ve Batman, O. (2016). New tourism trends in the world and their adaptations to Turkey. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 7(16), 55-72.
- Tufan, İ. (2003). Modernleşen Türkiye’de yaşıllık ve yaşılanmak: Yaşılanmanın sosyolojisi. İstanbul: Anahtar.
- Tufan, İ. (2014). Gerontolojiye giriş. <http://İtgevakif.Com/Pdfs/Gerontolojiye>.(Erişim Tarihi: 02 Mart 2020)
- Tufan İ., Tamer Köse M. ve Ayan S. (2017). Türkiye ve üçüncü yaşı turizmi. MAKÜ-Uyg. Bil. Derg., 1(1), 29-36.
- UNWTO. (2019). Glossary of tourism terms. 04 Mart 2020 Tarihinde [Https://Www.Unwto.Org/Glossary-Tourismterms](https://Www.Unwto.Org/Glossary-Tourismterms) Sayfasından Erişilmiştir.
- Usta, Ö. (1982). Sosyal turizm. İzmir: İstiklal Matbaası.
- Zilova, A., Novotna, A. & Venus, J. M. (2014). European and global context of poverty in the period of social and demographic transformation of the society. Milano: EDUC.
- https://auzefalmsstorage.blob.core.windows.net/auzefcontent/ders/sağlık_turizmi_yonetimi/5/index.html#ek_kaynaklar
- <https://sağlikturizmi.sağlik.gov.tr/TR,183/ileri-yas-ve-engelli-turizmi.html> , 10.04.2020 tarihinde erişilmiştir.
- <https://www.ekonomist.com.tr/turizm/turizm-sezonunu-ucuncu-yas-uzatacak.html> 10 Nisan 2020 tarihinde erişilmiştir.
- <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/ucuncu-yas-turizminde-10-milyar-dolarlik-pazar-payi/1555782> 10 Nisan 2020 tarihinde erişilmiştir.
- <http://turizmdunyasi.com.tr/uncategorized/142-yasli-turizminde-turkiye/> 10 Nisan 2020 tarihinde erişilmiştir.
- <https://www.dunya.com/sectorler/turizm/yasli-japonlar-sifayi-ve-huzuru-turkiye039de-bulacak-haberi-261828> 10 Nisan 2020 tarihinde erişilmiştir.
- <https://www.milliyet.com.tr/ekonomi/turkiye-turizmde-3-yasa-talip-6086002> 10.04.2020 tarihinde erişilmiştir.
- <https://www.turizmhabermerkezi.net/haber-artan-yasli-nufus-termal-turizmi-5-kat-buyutecek-8195.html> 10.04.2020 tarihinde erişilmiştir.
- <http://www.tdk.gov.tr/>