

Boş Zamanların Değerlendirilmesi Açısından GELECEĞİN TURİZMİ VE TOPLUMSAL YÖNELİŞLER (*)

**Bill MARTIN
&
Sandra MASON**

Çev. Doç. Dr. Uğur DEMİRAY
Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi
Öğretim Üyesi

GİRİŞ

Bu makale, boş zamanlarında gezip görerek bilmedikleri yerler, kültürler hakkında bilmeyi, öğrenmeyi, bu arada dinlenmeyi, eğlenmeyi amaç edinen ve turist olarak tanımlanan kitle ile ilgili olarak toplumsal etmenlerin bu kitle üzerine etkisi konusunda odaklanmaktadır. Kısılan çalışma saatleri, daha iyi eğitim düzeyi, çalışma yaşamının fiziksel güce dayalı gereksinimdeki azalma, turistlerin daha geniş isteklerine cevap veren etkinlikler gereksinmesi sonucunu ortaya çıkarmıştır. Boş zamanları değerlendirmede önemli olan temel nokta; eğlence ve dinlenmeye yönelik zaman harcamaktan çok, tatil nedeniyle sahip olunan boş zamanları eğitici ve öğretici etkinliklere yönlendirmektir. Etkinlikler, deneyimler, katılım ve öğrenme; gelecekte temel öğeler olacaktır. Gelecekte de bu öğelerin karışımından oluşan ve halen

önemini koruyan eğlenme ve dinlenme amacının ön planda olması, turistlerin ilgisini çekecektir. Bu çalışmada, toplumsal değişme, turizm ve boş zaman kullanımı, temel kavramlar olarak yer almaktadır.

Toplumsal değişme, turizm piyasasının (sektörünün) biçimlenmesinde, büyük bir etkiye sahiptir. Nüfus yapısında ve toplumsal değerlerdeki değişimler ile yaşam biçimindeki farklılaşmalar; boş zamanların, gelirin ve buna eklenen yaz tatillerinde harcanacak para miktarının artışıyla birleşecek, böylece yeni yapılar ortaya çıkacaktır. Bu yeni yapıyı belirleyen temel toplumsal değişimler gözardı edilemez.

Bu çalışmada her ne kadar toplumsal etmenler ve turizm hizmetlerinin nicelden çok, niteliğindeki artışların benimsendiğinden söz ediliyorsa da, biz aynı değişikliklerin, ekonomi ve bir dizi yeni teknolojik alanlara da paralel olarak yansıdığını kabul ediyoruz. Bu durum Şekil 1'de anlatılmaya çalışılmıştır.



ŞEKİL 1: 1990'larda Turizm

Kısmen gelecekle ilgili eğitim ya da yönelişlerde dünya ekonomisinin gelişip, genişlediğini ve insanların, turizme ayıracakları zamanı artıracak bir kaynak olarak gördüğümüzü kabul ediyoruz. Eş deyişle dünya ekonomisinin gelişimi ile insanların turizmde bir kaynak olabileceğini göz önünde bulunduruyoruz. Bununla birlikte te-rörist, anarşik etkinliklerin de turizmini akışını engelleyici öğeler olduğu gerçeğini de bir yerde saklı -ayrıtutuyoruz.¹

Bu çalışma, bir iki günlük ya da günlük, kısa dönemli, uzak mesafe ya da ülkelerarası turizmi içeren her türden turizm etkinliklerini kapsayan, boş zamanlarını turizm ile değerlendiren insanlara etkide bulunan toplumsal değişmeler konusu üzerine odaklanmıştır. Fakat burada tartışılmış olan değişimlerin pek çoğu iş amacıyla gelen turistlerin özellikleri ve gereksinimleriyle ilişkilendirilmiştir.

Bugünkü Turist Piyasası

Bugünkü durum hakkında bir açıklama getirmeksizin gelecekle ilgili tutarlı ve geçerli bir şeyler söylemek mümkün görünmemektedir. Turizm hizmeti çok geniş alanlara yayılmıştır. "Turizm" ya da "Turist" kavramı evlerinden uzakta olan insanlar tarafından getirilmiş ve ortaya atılmış pek çok etkinlikler dizisi-

(*) B. Martin and S. Mason M., "Social Trends and Tourism Futures" *Tourism Management*, June 1987, Butterworth and Co., Un ted K ngdom.

ni içermektedir. Bazı turistik alanları düzenleyen kişilerin dikkatleri, turistlerin seçtikleri heyecanlı kent yaşamından uzak, baştan başa sessizlik ve huzur içinde olan ülke kıyıları gibi çevrelerin sadece birisi üzerinde yoğunlaşmıştır. Turizm organizasyonlarında çalışanların pek çoğu ise; basit olarak turizmi lüks oteller, gece kulüpleri, ünlü olan oteller ya da basit kamp siteleri olarak düşünürler. Bununla birlikte bir bölümü de farklı bir şekilde hizmet ve özgünlüğü olan hizmet anlayışı biçimlerini sergilerler. Bu farklı hizmet ve servis anlayışı, turizm piyasasının farklı bir temel noktasıdır. Ancak 1970'ler ve 1980'lerdeki turizmde, olduğundan daha farklı seyahat ve yerleri kadar, özgünlüğü olan yerler ile farklı ve özelliği olan etkinlikler düzenlenmesi zorunluluğu doğmuştur.

Yeni ve farklı bu insan tipi, turizm hizmetinde yeni ve değişik gereksinimler oluşturacaktır. Örneğin; yalnız gelen insanlar daha çok toplumsal bağlantılı turizm hizmeti gereksinmesi içerisinde iken, yaşlı insanlar, daha güvenli çevreler ve daha nitelikli hizmet arayacaklardır. Ayrıca, insanların turist olarak kendi seçeneklerini etkileyecek olan, kendi zevklerinin dışında oluşan gereksinimlerde de değişiklik olacaktır.

En önemli nokta, gidilecek yeni yerlerin yaratılmasıdır. Güney-Batı Fransa'daki Languedoc-Rousillon gibi gezilecek ve görülecek Walt Disney eğlence yerleri gibi. Bazen Port Grimand gibi modern mimari düzenlemelerle, ziyaretçilerin ilgisini çekmek ve tarihsel atmosferin yaşanması için kullanılabilir ya da turizm akıcılığı, rüzgar sörfü, kış sporları ve alışverişin daha da ilginçleştirilmesiyle fazlaştırılmaktadır. Alışveriş ve boş zaman birleşimi, ziyaretçileri, turistik bir yer olarak bilinmeyen yerlere olan ilgiyi arttırmada kullanılabilir. Buna en güzel örneklerden biri Kanada'daki West Edmonton Mall alışveriş merkezidir. Burası bu özelliğiyle Avrupa ve Amerika'daki "şehir merkezi" kavramının yeniden yaşanmasını da sağlar. Aynı zamanda yeni göletlerin yer aldığı parkların oluşturulması, restorasyon çalışmaları, modern müzeler ve garden festivaller turistlerin ilgisini çekecek etkinlikler olarak kabul edilmektedir.

Turistlerin İstekleri Neler Olacaktır?

Turizm hizmetlerindeki tüm bu gelişmeler, 1960, 1970 ve 1980'lerin toplumsal değerlerinin değişimlerine ve toplumsal gereksinimlerin büyümesine birer yanıt oluşturmaktadır. Toplumsal değişimler gelecek on yıl içinde turistlerin istek ve gereksinimlerini nasıl etkileyecektir? Toplumsal değişimler, turizm piyasası için çok önemli olan ve aşağıda sıralanan üç temel olguyu içerir. Bunlar;

- * İnsanlar (yaş yapısı, ailevi yaşamının biçimi ve eğitim düzeyi),
- * Tutumlar (algılama, niteliği aramaya ilişkin) ve
- * Boş zamanlar (gelir miktarının artışı, daha çok rahatlama) dır.

Bunlar genişletilirse turistlerin gelişmiş batı dünyasından geliyor olmasının temel nedeni olduğu görülecektir.²

Yeni Bir İnsan Türü

İlk olarak gelecekte turist olabilecek insanların doğal yapısı değişmektedir. Özellikle;

- * Her ne kadar pek çok batı ülkelerinde insanların toplam sayısındaki değişme az oluyorsa da, 1990'larda yaşlı nüfus artmaktadır. Genel olarak az miktarda 13-19 yaş arasındakiler genç yetişkinler, 30 ve daha üzerindeki insanlar giderek daha çok artacaktır. Bu genellemeye yaşlılar da dahildir.

- * Yeni ailesel yapılar, ailesel ilişkiler, boşanmaların artışı, yaşlı ve genç kuşak arası iletişim farklılığı, bağımsız yaşama olgusundaki gözlenen artış yaşam biçimlerini farklılaştırmaktadır ve,

- * Eğitim standartları yavaş ama giderek devamlı bir şekilde artmaktadır. Daha yüksek eğitim düzeyine sahip, bilgili ve eleştirel görüşe sahip turist kavramı oluşmaktadır.

Tutumlar Değişiklikler

Yeni ve farklı bu insan tipi, turizm hizmetinde yeni ve değişik gereksinimler oluşturacaklardır. Örneğin; yalnız gelen insanlar daha çok toplumsal bağlantılı turizm hizmeti gereksinmesi içerisinde iken, yaşlı insanlar, daha güvenli çevreler ve daha nitelikli hizmet arayacaklardır. Ayrıca, insanların turist olarak kendi seçeneklerini etkileyecek olan, kendi zevklerinin dışında oluşan gereksinimlerde de değişiklik olacaktır. İşte bunlar, tutum ve davranışlardaki değişikliklerdir.

- * Yararlanılabilir turizm seçeneklerinin gelişimi ve daha yüksek düzeyde hizmet standardı için artan gereksinimler ve turizm organizasyonlarınca talep edilen parasal miktardaki artış,

- * Her anlamda turizm deneyimlerindeki niteliksel

gelişme; etkinliklerin doğasını, içeriğini, gezilen görülen çevrenin durumunu ve sunulan etkinliklerin sağlığa olan etkilerini kapsar.

Turizmdeki gelişmeler açıkça bu değişiklikleri yansıtır. 1870'lerin öncesinde haftada 6 gün, günde 14-12 saat çalışıyor ve tatillerde ücret ödenmezken, evde dinlenmek için çok az bir zaman kalıyordu. Fırsat düştükçe zenginler için günlük kısa geziler belirli turizm firmaları tarafından düzenleniyordu. 1930'ların yarısına doğru iş zamanı kısalmış turizme olan talep artıyordu. Bu talep karşısında kıtalararası geziler, deniz kıyısı tatiller ve çeşitli eğlence etkinliklerinin birleştirilmesi düşünüldü.

Daha Rahatlatıcı Boş Zaman

İnsanların sahip oldukları ve kullanabilecekleri boş zaman dilimi toplamı ağır ağır ama giderek artmaktadır. Bu kademeli eğilim 1990'ların başından sonuna kadar sürecekmış gibi görünüyor. Bu değişim, turizm piyasası açısından değerlendirildiğinde, işlerinden arta kalan boş zamana sahip ve bu boş zamanlarına ek olarak, yaz tatillerini de gezinti yaparak değerlendiren insanlar, önemli görülmektedir. Dikkat çekilen bu önemde insanların rahat etmesi, ön plana çıkan birincil öğe niteliğindedir. Buradaki temel kuram rahatlıktır. Çalışan kişi için rahatlık, etkinlik çeşitliliği ve zaman planlaması ve turistin doğal yapısında bulunan özelliklerden daha önem kazanmaktadır. Belirlenen bu öneme sahip rahatlatıcılık öğesi, sadece tam gün (full-time) çalışanlar için değil, yarım gün (part-time) çalışanlar için de önemini korumaktadır. Bunun dışında, diğer turist türleri için değişik önem derecesini içeren etkinlik çeşitliliği de göz ardı edilmemelidir. Bu anlamda sonuç olarak değişik turist türlerinin gereksinimleri, iş dolayısıyla yapılan seyahat ve dinlenme etkinliklerinden farklı olacaktır.

Değişiklik Kararı Vermek

Bu toplumsal değişimler sonuçları üzerinde gerektiği gibi durmamak değişik tür turistlerin gereksinimleri, daha büyük değişimler ve örnekleri ile karşı karşıya kalmayı kaçınılmaz kılacaktır. 1990'larda turizm planlamasındaki sorunlardan biri; bu büyüyen

farklılaşmaya çözüm bulmak, çözümleyici kararlara varmak ve ne tip turistlerin, nerelere gidebileceklerini öngörerek, onları buralara yönlendirmektir.

Turizmin İşlevleri

Gelecekteki olası eğilimleri belirlemenin bir yolu; turizm hizmetindeki ayrıntılardan sıyrılıp, konaklama, yolculuk özel ve yeni bölgeler ile turizmin insan yaşamında oynayacağı yaşamsal önemi vurgulayıcı turizm hizmetlerini gözönünde bulundurmaktır.

Fransız sosyoloğu Prof. Joffre Dumazedier tarafından geliştirilen çözümleme yöntemi kullanılarak, turizmin ve boş zaman etkinliklerinde üç temel işlevini tanımlayabiliriz.³ Bunlar;

- * İş sonrası stres atma ve dinlenme,
- * Sıkıntı sonrası eğlenme ve rahatlama ile
- * Bireysel ve toplumsal gelişimde bir olmasıdır.

Bu işlevler, önem derecesine göre hiyerarşik bir yapıda sıralanmış olarak da görülebilir. Boş zamanlar öncelikle dinlenmek için kullanılır ancak birçok insanlar boş zamanlarında enerjilerini harcamak için eğlenceyi bir çıkar yol olarak görürler. Bir süre sonra; eğlence, doyum sağlamak ve kendilerini geliştirme olanağı yaratma şeklinde değerlendirilip, çeşitlendirilmesi için bir talep oluşur.⁴

1870'ler	İ	D	E	G
1930'lar	İ	D	E	G
1970'ler	İ	D	E	G
1990'lar	İ	D	?	

ŞEKİL 2: İş (Çalışma) ve Boş Zaman (*)

Tarihsel Bakış

Bu çözümlemenin önemlerinden biri, boş zaman ve turizmin işlevleri ile tüketicinin (boş zamanlarını değerlendiren ya da turizm müşterilerinin) doğasındaki gereksinimleri uzun dönemde kavramaya olanak vermesidir. ŞEKİL 2 geçen yüzyılda boş zamanın çeşitliliğini ve iş (çalışma) zamanının kısaldığını ve eğilimlerin ne düzeyde olduğunu göstermekle birlikte, boş zaman etkinliklerinin dinlenmeden eğlenmeye doğru artışını vurgulamaktadır.

Turizmdeki gelişmeler açıkça bu değişiklikleri

(*) I: İş (Çalışma) için ayrılan zaman

D: Boş zamanlarda dinlenme için ayrılan zaman

E: Boş zamanlarda eğlence için ayrılan zaman

G: Boş zamanlarda gelişme için ayrılan zaman.

yansıtır. 1870'lerin öncesinde haftada 6 gün, günde 14-12 saat çalışılıyor ve tatillerde ücret ödenmezken, evde dinlenmek için çok az bir zaman kalıyordu. Fırsat düştükçe zenginler için günlük kısa geziler belirli turizm firmaları tarafından düzenleniyordu. 1930'ların yarısına doğru iş zamanı kısalıp turizme olan talep artıyordu. Bu talep karşısında kıtalararası geziler, deniz kıyısı tatiller ve çeşitli eğlence etkinliklerinin birleştirilmesi düşünülüyor.

Turizmin işlevindeki dinlenmeden-eğlenceye doğru gelişen bir değişiklik, 1990'lardaki gereksinmelerin karşılanması açısından bir temel oluşturmaktadır. Bu; yaşlı, genç her türden turist gideceği yerlerde havanın, samimiyetin, manzaranın güzel olup olmamasının şans olmaktan çok, onların hizmetine özel amaçla sunulmuş bir etkinlik ve onların gideceği yerlerde arayacakları böylesi yerleri seçeceklerini bize vurgular. Bu da; etkinliklerin, deneyimlerin, katılım düzeyinin, eğilimlerin, eğitim ve öğretim düzeyinin gelecekteki turizm hizmetinin belirlenmesinde temel etmenler olacağını göstermektedir.

II. Dünya Savaşını takip eden süre içerisinde tüm turizm dallarında boş zamanları değerlendirme bağlamında, yapılan eğlence programları, gidilip gezilip görülecek yerlerin düzenlenmesinde görülen patlama düzeyinde ilerleme kaydedildi. Bu dönemde ön planda olan şey; turistlerin katılım göstermesini olanaklı kılan etkinlikler, çoğunlukla da eğlenceye ağırlık veriliyor olmasıydı. Ancak ne varki, bu, yavaş yavaş turizm üzerinde, etkinliklerin gelişmesine, öğretici, tatil ve turizmin ciddi bir spor haline gelmesi açısından amaçlarına uygun bir etki yapıyordu.

Gelecekte Turizm Hizmeti

Turizmin işlevindeki dinlenmeden-eğlenceye doğru gelişen bir değişiklik, 1990'lardaki gereksinmelerin karşılanması açısından bir temel oluşturmaktadır. Bu; yaşlı, genç her türden turist gideceği yerlerde havanın, samimiyetin, manzaranın güzel olup olmamasının şans olmaktan çok, onların hizmetine özel amaçla sunulmuş bir etkinlik ve onların gideceği yer-

lerde arayacakları böylesi yerleri seçeceklerini bize vurgular. Bu da; etkinliklerin, deneyimlerin, katılım düzeyinin, eğilimlerin, eğitim ve öğretim düzeyinin gelecekteki turizm hizmetinin belirlenmesinde temel etmenler olacağını göstermektedir.

Bu dinlenme ve salt eğlencenin, turist gereksinmeler listesinden çıkarılacak kavramlar olduğu anlamına gelmez. Söz gelişi oldukça fazla çalışmış, yorgun yönetici için dinlenme, kesinlikle söz konusudur. Eğlenme ve dinlenme eş deyişle eğlenerek dinlenme, hafta sonu etkinliklerinde ve tatillerde halen ve gelecekte önemli öğeler olarak kalacaktır. Bu da farklı hizmetleri tanımlayan turistik yerler için geçerli ve tutarlı veriler olarak kabul edilmelidir.

Florida'daki Disney dünyası, turistik bir yer tanımlaması kazanabilmek için hayli bir yol katetmiştir. Kent dışı bölgeler, Baltimore'in iş bölgeleri, alışveriş eğlence, kültür, sanat ve bilim merkezlerinin karışımı ile gelecek için başarılı modeller olarak görülebilirler. Kurulmuş olan organizasyonların çoğu ya da turistik bölge yöneticileri, eğer 1990'ların daha iyi eğitilmiş turistleri ve onların artan isteklerini karşılamada etkin olabilmek için gerekli önlemleri almamışlarsa, neye gereksinim duydukları, daha bugünden ortadadır.

KAYNAKÇA

- 1- Daha çok bilgi için bkz. W.H. Martin and S. Mason *Leisure Work: The Choices for 1991 and 2001*, Leisure Consultants, Sudbury, United Kingdom, 1982.
- 2- Buna ek olarak bkz. *Leisure Work Study (dp cit, Ref 1)*, ayrıntı için bkz. *UK in Leisure Forecasts 1987-1991*, Leisure Consultants, Sudbury, UK, 1986; ve Avrupa için bkz. W.H. Martin and S. Mason, *European Leisure Markets*, Financial Times Business Publishing Division, London, UK, 1978.
- 3- Dumazedier, J. *Towards a Society of Leisure*, Free Press, 1967.
- 4- Buna ek olarak bkz. W.H. Martin and S. Mason, *A New View of Leisure* European Centre for Work and Society, 1984.