

# Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması

*Tourism Paradigms in Historical Process*

**Meryem AKOĞLAN KOZAK\***, **Savaş EVREN\*\***, **Onur ÇAKIR\*\*\***

\* Prof. Dr., T. C. Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, 26470, Eskişehir.  
E-posta: mkozak@anadolu.edu.tr

\*\* Arş. Gör., T. C. Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, 26470, Eskişehir.  
E-posta: savasevren3011@gmail.com

\*\*\* Arş. Gör., T. C. Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, 26470, Eskişehir.  
E-posta: onurcakyr@hotmail.com

## MAKALE BİLGİLERİ

### Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 15 Mart 2012  
Birinci düzeltme: 24 Mayıs 2012  
İkinci düzeltme: 21 Haziran 2012  
Üçüncü düzeltme: 13 Eylül 2012  
Kabul: 29 Eylül 2012

### Anahtar sözcükler:

Turizm,  
Tarih,  
Turizm paradigmaları,  
Değişim süreci.

## ARTICLE INFO

### Article history:

Submitted: 15 March 2012  
Resubmitted: 21 June 2012  
Resubmitted: 21 June 2012  
Resubmitted: 13 September 2012  
Accepted: 29 September 2012

### Key words:

Tourism,  
History,  
Tourism paradigms,  
Transformation process.

## ÖZ

Bu çalışmanın amacı, turizm paradigmasının tarihsel süreç içindeki akışı ve turizm paradigmasına etki eden faktörler üzerinde bir değerlendirme yapmaktır. Çalışmada, turizm literatürü tarihsel yaklaşımla analitik yöntem kullanılarak incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda sosyal yapının, üretim biçimlerinin, teknolojik gelişmelerin ve turizm pazarının niteliğinin turizm paradigmasının değişimi üzerinde etkili olduğu ve buna bağlı olarak tarihsel süreçte üç farklı paradigmanın oluştuğu görülmüştür. Bu paradigmlar, "Modern Öncesi Turizm Paradigması", "Modern Turizm Paradigması" ve "Post-Modern Turizm Paradigması"dır. Çalışmada bu paradigmların ortaya çıkışları kronolojik ve sistematik bir şekilde incelenmiştir.

## ABSTRACT

The purpose of this study is to review the changes of tourism paradigm in the historical process and the factors that affect tourism paradigm. In the study, tourism literature is examined with historical approach by using analytical method. As a result of this examination social structure, production techniques, technological developments and tourism market structure were found to be effective on changes of tourism paradigm and it was found that three different paradigms had emerged in the historical process. These paradigms are "Pre-Modern Tourism Paradigm", "Modern Tourism Paradigm" and "Post-Modern Tourism Paradigm". In the study the emergence of these paradigms is examined systematically and in chronological order.

## GİRİŞ

Gerek pazar büyüklüğü gerekse sahip olduğu ekonomik potansiyel ile turizm, bugün dünyanın en büyük endüstrilerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle birçok devlet, şirket ve örgüt, turizmi anlamak, geliştirmek ve ekonomik faydalarından daha fazla yararlanmak istemektedir. Bunu sağlamanın yolu ise turizmin bugününü anlamak ve geleceğe ilişkin tahminler yapabilmekten geçmektedir. Ancak turizmi tam olarak anlayabilmek

ve değerlendirebilmek için gelişim sürecinin detaylı olarak bilinmesi gerekmektedir.

İlk dönemlerde turizm, üst sosyal sınıfların hegemonyasında varlığını sürdüren, hedonistik bir yapıya sahiptir. Bu dönemde bireysel ya da belirli bir zümreye yönelik basit üretim teknikleriyle üretilen turizm ürünleri mevcuttur. 19. yüzyılın sonlarına kadar turizm anlayışına yön veren bu dönem, "Modern Öncesi Turizm Paradigması"nın hakim olduğu bir dönem olarak kabul edilmektedir (Gart-

ner 1996:33-43). Sosyal sınıf farklılıklarının azalması, işçi ve insan haklarındaki gelişmeler, ulaşımın, iletişimin ve üretimin kitleselleşmesi ve turizmin toplumsal bir ihtiyaç olarak algılanması ile etkinliği azalan bu dönem, daha sonra artan kitlesel üretimle beraber yerini "Modern Turizm Paradigması"nın geçerli olduğu bir döneme bırakmıştır (Kozak, Kozak ve Kozak 2010:30).

2000'li yıllara gelindiğinde turizmin modern dönemdeki kitlesel nitelikten hızla uzaklaşarak, bireyselliğe doğru gelişme gösterdiği görülür. Post-modern turizm paradigmasının hâkim olduğu bu dönemde, turist tipolojilerinin anlamsızlaştığı, teknolojiden en üst düzeyde faydalanılan, üst gerçeklik ve sanal deneyimlerin otantik öğelere oranla daha çok rağbet gördüğü dikkat çeker (Urry 2009: 219-220).

Literatürde turizmin tarihsel gelişimini inceleyen birçok çalışma (Gartner 1996; Goeldner, Ritchie ve McIntosh 2000) bulunmasına rağmen, bu değişimi kimi faktörlere göre, sistematik ve paradigmlar çerçevesinde değerlendiren herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışmada ikincil veri kaynaklarından yararlanılarak ve belirli bir coğrafyaya ya da bir tarih dilimine bağlı kalınmadan tüm dünyada turizm paradigmasına etki eden ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmeler analitik yöntemle değerlendirilmiştir.

## İNCELEME YAKLAŞIMI

Bu çalışmada, turizmin tarihsel süreç içindeki değişimini sistematik ve kapsamlı bir şekilde ortaya koymak ve okuyuculara turizm paradigmasının evrimini daha geniş bir perspektiften ele alıp tartışma imkânı sunmak amaçlanmıştır. Bu bağlamda, turizm olgusunun daha iyi anlaşılması amacıyla, farklı dönemler itibarıyla turizmde gerçekleşmiş olan paradigma değişimleri analitik yöntemle incelenmiştir. İncelemede mevcut turizm literatüründen yararlanılarak turizm paradigmasının tarihsel süreç içinde geçirdiği değişim, temel kırılma noktaları dikkate alınarak değerlendirilmiştir. Turizmin önemli değişimler geçirdiği kırılma noktaları, yani paradigma değişimi dönemleri ise insanlık tarihinin genel safhalarına paralel olarak değerlendirilmiştir.

İnsan toplumlarının geçmişi çeşitli safhalara ayırarak incelemek oldukça eski bir yöntemdir. Literatürde insanlık tarihini teknolojik, kültürel,

ekonomik ve toplumsal ölçütlere göre bölümleyen yazarlardan ve düşünürlerden söz edilmektedir. Örneğin, ilk bölümler C. J. Thomsen tarafından 1819'da teknolojik temelli olarak "taş çağı", "tunç çağı" ve "demir çağı" şeklinde yapılmıştır. 1851'de Daniel Wilson kültürel temelli olarak, yazılı belgelerin varlığını dikkate alarak "tarih" ve "tarih öncesi" ayrımına gitmiştir. Ekonomik temelli ilk sınıflandırma ise John Lubbock'a aittir. Lubbock, 1868'de insanlık tarihini "avcılık, balıkçılık, toplayıcılık", "çobanlık", "tarım" ve "uygarlık" şeklinde dört safhada ele almış, daha sonraları ise "çobanlık" kapsam dışı bırakılarak üçlü bölümlemeye gidilmiştir. Lewis H. Morgan (1877) ve Edward B. Taylor da (1881) "yabanıllık", "barbarlık" ve "uygarlık" temelinde üçlü bölümlemeye başvurmuştur. Böylece insanlık tarihinin safhalara ayrılmasında üçlü sınıflama modeli literatüre yerleşmiştir (Şenel 2001: 20-22).

Marx ve Engels de insanlığın tarihsel süreç içinde geçirdiği evrim ile ilgilenmişlerdir. Morgan'ın Eski Toplum başlıklı yapıtından büyük ölçüde etkilenen düşünürler, tarihi safhalara ayırmada ise Morgan'dan farklı olarak beşli bölümleme yoluna gitmişlerdir (Şenel 2001: 21-22). Marx ve Engels'in 1848'de üretim biçimlerine dayalı olarak gerçekleştirdikleri ekonomik ve toplumsal sınıflandırmasında insanlık tarihi "ilkel komünizm", "kölecilik", "feodalizm", "kapitalizm" ve "komünizm" şeklinde bölümlendirilmiştir. Buna göre düşünürler, kapitalist toplumdaki gelecekte bir komünist topluma inanmışlardır (Jain ve Ohri 2006: 94). Bu konuda en güncel çalışmalardan birini gerçekleştiren Toffler ise insanlık tarihinin gelişimini, dalga metaforunu kullanarak; ekonomik, teknolojik, bilimsel ve sosyal temeller üzerinde üç dalga kapsamında ele almaktadır. Buna göre birinci dalga, M.Ö. 8000 civarında tarım devrimi ile başlayıp yaklaşık bin yılda etkisini gösterip, endüstri devrimine kadar gelen dönemi ifade etmektedir. İkinci dalga ise 1750'lerden sonra sanayi devrimi ile başlayan ve dünyayı derinden sarsan bir dönemi kapsamaktadır. Üçüncü ve son dalganın ise ikinci dalganın etkisini teknolojik ve bilimsel gelişmeler kapsamında yitirmeye başladığı ve 1955'ten sonra ABD'de beyaz yakalıların ve hizmet sektörü çalışanlarının, mavi yakalıları geçtiği dönemle gündeme geldiği ve birkaç on yılda kendini tamamen hissettirdiği belirtilmiştir (Toffler 2008: 22).

Bu çalışmada turizmin tarihsel süreç içindeki değişimi incelenirken Toffler'in tarihsel sınıflamasına

benzer bir sınıflama temel alınmıştır. Çünkü çalışmada ne Marx ve Engels'in ortaya koyduğu gibi sınıf çatışması ve mülkiyet temelli bir inceleme gerçekleştirilmiş (Marx ve Engels 2006: 9-10) ne de diğer yazarların üzerinde durduğu gibi sadece teknolojik veya kültürel değişimlere odaklanılmıştır. Turizm olgusunun çok boyutlu yapısına bağlı olarak, Toffler'in Üçüncü Dalga isimli eserinde yaptığı gibi ekonomik, teknolojik, bilimsel ve toplumsal değişimler bir arada ele alınmış, turizm olgusunun ve turizm paradigmasının değişimi sosyal yapı, teknolojik gelişmeler, üretim biçimleri ve turizm pazarının niteliği değişkenleri kapsamında incelenmiştir. Odabaşı (2012: 13) Toffler'in tarım, endüstri ve bilgi çağı sınıflamasının "modernizm" olgusu çerçevesinde modern öncesi, modern ve post-modern şeklinde de ele alınabileceğini ifade etmektedir. Buna bağlı olarak çalışmada turizmin tarihsel süreç içindeki değişimi modern öncesi, modern ve post-modern dönemler kapsamında "Modern Öncesi Turizm Paradigması", "Modern Turizm Paradigması" ve "Post-Modern Turizm Paradigması" başlıkları altında incelenmiştir.

### Turizm Paradigması

Turizm, beslenme ve barınma gibi yaşamsal ihtiyaçlardan kaynaklanan bir olgu olmayıp, herhangi bir dönemde ve herhangi bir yerde ortaya çıkmaz. Dolayısıyla, turizmin belirli bir sosyal davranışı niteliği ve toplumsal yapının belirli bir düzeye ulaşmasının bir ürünü olduğu söylenebilir. Başka bir deyişle turizm, toplumsal değişimin, belirli bir yoğunluğa ulaştığı zamanda ya da belirli bir çağ kesitinde ortaya çıkar (Eralp 1983: 10).

Turizm faaliyetlerine katılmada, turistik ürün satın alma sürecinde, destinasyon ve tatil yeri tercihlerinde bireyler kendi başlarına hareket edemezler. Çünkü birey, turistik ürün tercihinde ya da turizm faaliyetlerine katılım sürecinde ait olduğu topluluğun geçmişten gelen deneyimlerini, bilgi birikimini, değer yargılarını ve tepkilerini göz önüne almadan karar veremez. Toplumda mevcut olan bilgi birikimi, deneyim, değer yargıları ve tepkiler bireyin zihninde turizme yönelik farklı algılar oluşturur. Bu algılar, bireyin günlük yaşantısını biçimlendirdiği gibi, doğası gereği insan odaklı olan turizm sektörünün de yeniden biçimlenmesine neden olur.

Tarihsel süreç açısından ele alındığında, turizmdeki paradigma değişimlerinin uygarlıkların geliş-

mesi ve sosyal gereksinimlerin evrimleşmesine paralel olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Örneğin, ilkel toplumlarda sadece fizyolojik gereksinimler (yeme-içme, ısınma, korunma vb.) mevcutken, bugünün çağdaş toplumlarında gereksinimler oldukça çeşitlenmiştir. Bu durum, önceleri sadece zengin ve aristokrat sınıfının tekelinde olan turizmin, alt toplumsal sınıflara da yayılarak sosyal bir gereksinim haline gelmesine yol açmıştır. Turizm alanında ortaya çıkan farklı paradigmaların aslında üretim ilişkileri ve sosyal yapıda yaşanan değişimlere bağlı olduğu söylenebilir. Bilindiği gibi, üretim biçimlerindeki gelişmişlik seviyesi medeniyetlerin, ülkelerin, toplumların genel gelişmişlik seviyesinin belirleyicisi olarak kabul edilmektedir. Örneğin, ilkel çağlarda üretim biçiminin birebir talebe göre belirlenmesi, standartlaşmamış olması ve tamamen zanaatkârlığa dayalı olması turizm ürünlerinin üretimine de yansımış ve bu döneme bireysel turistik ürünler hâkim olmuştur. Daha sonraki dönemlerde endüstri devrimi ve bu kapsamda ortaya çıkan teknolojik gelişmelere bağlı olarak gelişen standart üretim biçimlerinin ise kitlesel turizm ürünlerinin gelişimine öncülük ettiği ifade edilebilir. Yakın döneme gelindiğinde, turistik ürün talebindeki çeşitlenmeye paralel olarak kitlesel üretim içinde esnekleşmeye yer verilmiş ve alternatif turizm çeşitleri gündeme gelmiştir (Roney 2002: 12-13). 2000'li yıllarda bireysellik, üst-gerçeklik, gerçek üstü deneyimler ve sanal gerçeklikler temelinde şekillenen birim üretime dayalı turizm ürünleri ortaya çıkmaya başlamıştır.

Turizm pazarının anlaşılması, turizmin mevcut durumunun ve gelişim sürecinin anlaşılması için elzemdir (Yüksel 2000). İnsanların seyahat nedenleri ve buna bağlı olarak turizm pazarının niteliği tarihsel süreç içerisinde değişken bir yapı göstermektedir. İlk çağlarda, insanların sadece zorunlu sebeplerle seyahat ediyor olmaları, gayri resmi olarak insanlar arasında bir konukseverlik (*hospitality*) yasası oluşmasına neden olmuştur. Bugün konaklama sektörünün uluslararası literatürde "*Hospitality*" adıyla anılmasının da sebebi budur (Heal 1990: 389). Önceleri ev sahibi-konuk ilişkisi içerisinde ihtiyaç sahiplerine iyilik etme ve cömertlik gösterme, bir seçkinlik göstergesi olarak görülmüştür. Ancak ticari seyahatlerin gelişmesi, piyasa güçlerine çabuk yanıt veren ve hatta konukseverliğin pazarlanması sağlayan bir sistemin gelişmesine neden olmuş-

tur. Bu sistemin tarihsel süreç içerisindeki değişimi, turizm paradigmasının şekillenmesine de etki etmiştir (Urry 1999: 202-203).

Turizmdeki paradigma değişimlerinin en önemli nedenlerinden biri de yaşanan teknolojik değişimlerdir (Kozak ve Bahçe 2009: 8). Bu açıdan ele alındığında tekerleğin icadından, jet motoruna; dil ve yazının bulunmasından, bilgi ve iletişim teknolojilerine kadar birçok teknolojik gelişmenin turizmde yapısal değişimlere neden olduğu; hatta bazı dönemlerde paradigma değişimlerine yol açan etkenler arasında olduğu görülür. Bu bağlamda, turistik ürünler ise genellikle bir turizm paradigmasını oluşturan ya da şekillendiren değişken olmaktan çok, değişen turizm paradigmasının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Buraya kadarki açıklamalara bağlı olarak ortaya çıkan turizm paradigması ve turistik ürünlerle ilgili değişimler Tablo 1’de özetlenmiştir.

Gösterge 1’e göre sosyal yapı, üretim biçimleri, kullanılan teknoloji, turizm pazarının niteliği gibi etkenler, tarihsel süreç içinde turizme bakış açısını etkilemiş; farklı dönemler itibariyle farklı turizm paradigmasının oluşmasına ve yeni turistik ürünlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Modern öncesi dönem feodal, toprağa bağlı, yerleşik tarım toplumlarının egemen olduğu ve sosyal hayatın doğaya göre şekillendiği bir dönemi ifade etmektedir (Roney 2011: 16). Turizm olgusunun, sınıf farklılıkları ve bu sınıflara yönelik üretilen bireysel turistik ürünlerin etrafında şekillendiği bu dönem, turizm bilincinin henüz oluşmadığı, daha çok ticaret, din ve sağlık amaçlı ve genellikle kısa mesafeli seyahatlerin gerçekleştirildiği; toplumda üst sınıf olarak kabul edilen kesimin turizm etkinliklerine katılma hakkı ve gücü olduğu bir dönemdir. Modern öncesi dönem hem turizme bakış açısı hem de turistik ürünlerin özellikleri itibariyle “Modern Öncesi Turizm Paradigması”nın hâkim olduğu bir dönemi temsil etmektedir.

17. yüzyılda, aydınlanma projesi olarak ifade edilen Rönesans ve Reform hareketleri ile başlayıp Endüstri Devrimi ile kurumsallaşan ve siyasallaşmasını Fransız İhtilali ile sürdüren modern dönem, dünya tarihi açısından çok önemli gelişmelerin yaşandığı bir dönem olmuştur. Bu dönemde, modern öncesi dönemin en temel olgusu olan din, ikinci plana itilmiş; aklın, bilimin ve insanın her şeyin

merkezinde olduğu bir toplumsal değerler sisteminin Avrupa’ya hâkim olmasının önünü açmıştır (Odabaşı 2012: 13-16). Modern dönemin başlaması ve gelişmesini sağlayan bu gelişmeler, Avrupa’da her alanda önemli değişikliklerin meydana gelmesinin de önünü açmıştır. Bu anlamda kısa sürede Avrupa’ya yayılan bu gelişmeler, turizm olgusu üzerinde de köklü değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Modern dönemin mihenk taşları olan Fransız Devrimi ve Sanayi Devrimi’nin yaşandığı ülkelerin turizme öncülük eden ülkeler olması bu nedenle tesadüf değildir (Roney 2011: 16-17). Bu durum, turizm olgusunun moderniteyle birlikte paradigmatik bir değişim yaşadığının göstergesidir. Yaşanan bu değişim sonucunda ortaya çıkan modern turizm paradigması, turizmin sınıf farklılıklarından kurtularak kitlesel nitelik kazandığı bir dönemi ifade etmektedir. “Grand Tour” ve Sanayi Devrimi sonrasında, özellikle turizme kitlesel katılım ve ulaşım-iletişim imkânlarının gelişmesi noktasında, temelleri atılan kitlesel turizm hareketlerinin, orta sınıfın da katılımıyla farklı bir hal aldığı ve modern bir yapıya kavuştuğu düşünülmektedir. Orta sınıfın güçlendiği, devletlerin güçlenen bu orta sınıfı sahiplendiği, sosyal güvenlik sistemlerinin geliştiği, turizme katılmanın bir sınıf meselesi olmaktan çıktığı ve turizme yönelik kitlesel üretim hareketlerinin başladığı bu dönemde turizm olgusunun “Modern Turizm Paradigması” çerçevesinde yeniden şekillendiği söylenebilir.

Post-modern dönem kapsamında, 1980’lerden sonra bu durumun tersine gelişme göstererek; tekrar bireyselliğe, alternatif ürünlere, çevre duyarlılığına, zaman ve mekân kısıtlılıklarından kurtulmaya yöneldiği görülmektedir. Modern sonrası olarak da adlandırılan bu dönemde kitle turizminin, hem farklılık arayan kesimi tatmin etmemesi hem de doğal çevreye zarar verdiği düşüncesi, önce esnek kitlesel ürünlere daha sonraları ise özel ilgiye dayalı turistik ürünlere yönelime yol açmıştır. Ayrıca, turizmin geleceğinin de bu paradigma kapsamında şekilleneceği, zaman ve mekan kısıtlarından bağımsız bir turizm arzının oluşacağı düşünülmektedir (uzay turizmi, sanal turlar vb.). Sonuçta bu dönemde hakim olan turizm paradigması, daha önceki dönemlerden tamamen farklı bir turizm bilincinin hakim olduğu “Post-Modern Turizm Paradigması”dır.



<i>Paradigma</i>	<i>Modern Öncesi Turizm Paradigması</i>	<i>Modern Turizm Paradigması</i>	<i>Post-Modern Turizm Paradigması</i>
<i>Sosyal Yapı</i>	Sınıfsal farklılıklara dayalı sosyal yapı, kölelik, turizm bilincinin eksikliği, boş zaman ve seyahat hakkının üst sınıfa özgü olması	Orta sınıfın güçlenmesi ile sınıflar arası farkların azalması, insan ve çalışan haklarındaki gelişmeler, sosyal güvenlik sistemlerinin gelişimi, devletin sermaye sahiplerine karşı orta sınıfı yasalarla koruması	Küreselleşmenin etkisi, bireyselleşme ve farklılaşma çabaları, boş zamanın ve kendini gerçekleştirmenin birer toplumsal ihtiyaç olduğu sosyal yapı
<i>Üretim Biçimleri</i>	Standartlaşmamış, zanaatkârlığa dayalı üretim biçimleri, üst sınıfın bireysel tercihlerine göre şekillenen üretim biçimleri	Fordist üretim anlayışı, standartlaşmaya, verimliliğe, ölçek ekonomisine ve araçlara dayalı kitlesel üretim	Post-Fordist üretim anlayışı, esnek, bireye özel, tüketici odaklı ve araçlara bağımlılığın azaldığı, sürdürülebilir-çevreci üretim biçimleri
<i>Teknolojik Gelişmeler</i>	Ulaşım imkânlarının ilk örnekleri, ilkel karayolu ve denizyolu taşımacılığının ortaya çıkışı ve gelişimi, demiryollarının temellerinin atılması	Demiryolu ve havayolu taşımacılığının gelişmesi, daha güvenli, konforlu ve ucuz kara ve deniz ulaşım araçlarının ortaya çıkışı (otomobiller, kurvaziyer gemiler), bilgi ve iletişim teknolojilerinin kitleselleşmesi	İnternet, bilgi ve iletişim sistemlerinin gelişimi, ulaşımda nitelik gelişimi (konfor, hız vb.), sanal gerçeklik
<i>Turizm Pazarının Niteliği</i>	Turizm pazarına üst sınıfın taleplerinin yön vermesi, üst sınıfın bireysel tercihlerine yönelik turizm arzı	Sanayileşme sonrası yoğun çalışma koşullarına bağlı olarak ortaya çıkan dinlenme ihtiyacının şekil verdiği eşitlik ve sosyal adalet ilkeleri etrafında belirlenen bireysellikten uzak kitlesel nitelik taşıyan turizm pazarı	Turizm talebinde önce kitlesel çeşitlenme daha sonra özel ilgiye dayalı bireysel değişimler, tüketicilerde çevreyi koruma bilincinin gelişmesi, mevcut gerçeklikten daha fazlasını talep etme, zaman ve mekândan bağımsız olma isteği ve kategorisizleşme
<i>Turizm Çeşitleri ve Turistik Ürünler</i>	İlk medeniyetlerle başlayan ticari amaçlı seyahatler, dini etkinliklere katılım amaçlı seyahatler (hac seyahatleri vb.), termal kaynaklara sağlık amaçlı seyahatler, gezginlerin bireysel macera turları	Sosyal turizmin ortaya çıkışı, dinlence temelli deniz-kum-güneş çerçevesinde şekillenmiş kitlesel konaklama, seyahat ve aracılık hizmetleri	Otantik deneyim sunan, kişisel tercihlere dayanan, doğaya, kültüre, eğitime ve hobiye dayalı turizm çeşitlerinin ortaya çıkışı (çiftlik turizmi, kültürel miras turizmi, kongre turizmi, alışveriş ve kumar turizmi vb.); teknolojik gelişmeye bağlı olarak ortaya çıkan uzay çağının göstergesi olan uzay turizmi, temalı parklar, temalı oteller gibi geçmiş ve geleceğin bir arada sunulduğu üst-gerçeklikler ve sanal gerçeklikler

Gösterge 1. Gösterge Metin - HKUH Web Sitesi Ana Sayfası, www.hongkongairport.com, Erişim tarihi: 11.02.2012.

### Modern Öncesi Turizm Paradigması

Modern öncesi turizm paradigması, turizm kapsamında değerlendirilebilecek ilk hareketlerin yaşandığı medeniyetlerin oluşmaya başladığı dönemlerden Thomas Cook'un ilk profesyonel paket turları gerçekleştirdiği döneme kadar gidene kadar oldukça uzun bir periyodu kapsamaktadır. Literatürde turizmin başlangıcının tam olarak bilinemeyeceği yönünde fikirler olsa da (Yeoman 2008: 1) Sümerlerin tekerleği, yazıyı, parayı ve ticareti icat etmiş olmaları, onların turizme ilk ve en önemli katkıyı sağladıkları fikrini egemen kılmaktadır (Goeldner, Ritchie ve McIntosh 2000: 44-45). Sümerlerin M.Ö. 4000'lerde kentsel yaşamının temellerini atmış olmalarının, ilk medeniyetlerin ortaya çıkmasını sağlayan bir gelişme olduğu kabul edilmektedir. Bu gelişmenin, turizmin gerçekleşmesi açısından da önemli olduğu ifade edilebilir. Çünkü bu gelişmeyle birçok insanın bir araya gelip yaşadığı bölgeler ortaya çıkmış ve turizmin temel gereklerinden biri olan, yaşanılan bölgeden ayrılma ve aynı bölgeye geri dönme olgusu için altyapı oluşmuştur (Gartner 1996: 37). Bu, insanların toplumsal yapılar oluşturmaları ile turizm arasındaki sıkı bağı da ortaya koymaktadır. Zira toplumsal örgütlerin oluşturulması, toplumu dışa karşı savunan, can ve mal güvenliğini sağlayan kamusal yapıların oluşmasını da beraberinde getirmiştir. Bu da kendi bölgelerinden ayrılan insanların hem yolculuk sırasında hem de gidilen yerde can ve mal güvenliğinin sağlanması açısından önemlidir (Eralp 1983: 1-2).

Sümerlerle birlikte dünya tarihine yön veren en önemli toplumlardan biri de Mısırlılardır. Mısırlılar, inşa ettikleri yapılarla (Piramitler gibi) turizmin geleceğine yön verirken; aynı zamanda kendileri de deniz yolculuklarıyla çeşitli festivallere katılarak, ticari amaçlı seyahatlerin dışında, eğlence amaçlı küçük seyahatler de gerçekleştirmişlerdir (Yeoman 2008: 1-2). Bu dönemde, toplumsal yapı farklı sınıflardan oluşmaktaydı (James 2005) ve seyahat edebilme gücü üst sınıftaydı (Thompson 2008: 26-30). Mısırlıların tıpkı Fenikeliler gibi gemicilikte gelişmiş olmaları ticaret, eğlence vb. motivasyonlarla gerçekleştirdikleri seyahatleri arttırmıştır (Casson 1994: 35-36; Chadwick, 2005: 131). Ayrıca, bugünün kültürel miras turizminin ve bürokratik yönetim modelinin gelişmesine de önemli katkılarda bulunmuşlardır (Baransel 1993: 162; Casson 1994: 34-40).

Antik Yunan Uygarlığı turizm açısından ele alındığında, spor-turizm-din olgularını ilk kez birleştiren uygarlık oldukları görülmektedir. Zira bugünkü olimpiyatların en eski hali olduğu düşünülen Antik Yunan Olimpiyatları, tanrılar onuruna düzenlenmekteydi. Bu dönemde, olimpiyatları izlemek için gelen insanlar ve hatta atletler dahi konaklama imkânları olmadığı için, dördüncü yüzyılda ilk hostel inşa edilene kadar, açık havada konaklamak durumunda kalmışlardır (Standeven ve De Knop 1999: 14-15; Kennedy, Singleton ve Geneo 2006: 18-20). Antik Yunan'a kadar yapılan seyahatler ticari amaçlı olmaları nedeniyle turistik hareketler olarak değerlendirilmemektedir. Bu nedenle, turizmin bugünkü anlamını Antik Yunan'da kazandığı düşünülmektedir (Toskay 1970: 15). Olimpiyatlar dışında, tiyatrolar ve panayırılar da dönemin önemli turistik gelişim alanlarıdır. Bu dönemde tanrı ve tanrıçalar adına inşa edilen mimari eserler, o dönem için önemli rekreasyon alanlarını ifade ederken; bugün ise dünyanın farklı bölgelerinden turistleri bölgeye çeken turistik çekicilikleri ifade etmektedir. Antik dönemde bölgeye özellikle dini, ticari ve kültürel amaçlı seyahatlerin gerçekleştiği, hatta bu seyahatlerin (özellikle tapınak ziyaretlerinin) küçük kitlesel hareketler şeklinde meydana geldiği de bilinmektedir (Dinsmoor 1950: 15-16; Göksan 1978: 5; Goeldner, Ritchie ve McIntosh 2000: 44-45).

Antik Yunan'dan sonra turizmin gelişimine en önemli katkılar, özellikle boş zaman, gelir, turizm motivasyonu ve çekiciliklerdeki gelişmeler kapsamında, Antik Roma Uygarlığı döneminde verilmiştir. Zira bu dönemde asiller köleleri çalıştırır, kendileri üretim sürecine katılmazlardı ve Roma İmparatorluğu'nun hâkimiyeti altındaki bölgelerden İmparatorluğa büyük iktisadi kaynaklar aktarırdı. Dolayısıyla, Roma İmparatorluğu'nda asillerin boş zaman ve gelirinin artması doğal bir sonuç olarak ortaya çıkmaktaydı (Toskay 1983: 79). Ayrıca, politik amaçlarla kullanılan tatil günlerinin fazlalığı (yılıda ortalama 200 gün), Roma'da asiller dışındaki sınıfların da boş zamanın oldukça fazla olduğunu göstermektedir (Hudman ve Jackson 1999: 26).

Antik Roma Uygarlığı'nda turizme bakış açısı da önemli ölçüde değişmiş; Antik Yunan'da çoğunlukla din, ticaret, sağlık ve kültür amaçlı gerçekleşen turizm etkinlikleri, daha çok zevk amaçlı etkin-

liklere dönüşmeye başlamıştır (Feiffer 1985: 37, akt. Cohen 2002). Bunun yanında, Antik Roma'da turistik çekicilikler ve ulaşım imkânlarında da önemli gelişmeler olmuştur. Yapılan yollar ve kurulan ulaşım ağları ile kuzeyde Britanya; güneyde Fırat Nehri'ne kadar uzanan bir bölgede tüccarlar, ordu ve gezginler için çok önemli imkânlar sunulmuştur (Gartner, 1996: 38; Lickorish ve Jenkins 1997: 13-14). Ayrıca bu yollar üzerinde insanların atlarını değiştirerek günlerce seyahat edebilecekleri hanlar da kurulmuştur (Eralp 1983: 3). Antik Roma'da sahiller, spor etkinlikleri, sanatsal faaliyetler ve bugünkü sağlık turizminin temellerinin atıldığı Roma hamamları, önemli turistik çekici unsurlar haline gelmiştir (Hudman ve Jackson 1999: 26; McLean, Hurd ve Rogers 2008: 56). Romalı hükümdarların politik çıkarlarının bir aracı olan Gladyatör dövüşleri ve olimpiyat oyunlarında dini amaçların yerini sağlık ve sosyal bütünleşmenin alması da Roma Dönemi'nde turizm adına önemli gelişmeler olarak ifade edilebilir (Standeven ve De Knop 1999: 14-15; Kelly ve Freysinger 2000: 32).

Roma İmparatorluğu'nun dağılmasıyla başlayan karanlık çağ ise bilim ve sanat alanında olduğu gibi turizm alanında da olumsuz gelişmelere sahne olmuştur (Goeldner, Ritchie ve McIntosh 2000: 44-45). Roma İmparatorluğu gibi güçlü bir toplumsal örgütün dağılmasının, her alanda olduğu gibi turizm alanında da gerilemeye neden olması, daha önce olumlu örnekleri verilen ilişkiye olumsuz bir örnek teşkil etmiştir (Eralp 1983: 1-2). Ortaçağ Avrupa'sında kilisenin, zevk amaçlı etkinlikleri dünyevi olması nedeniyle yasaklamasının turizm alanına da olumsuz yansımaları olmuştur. Ancak kilise, büyük katedrallerin inşa edilmesi ve bazı sanat eserlerinin ortaya koyulmasına (Michelangelo, Leonardo da Vinci ve Raphael gibi sanatçıların eserleri) maddi destek sağlanması gibi bazı olumlu gelişmelere de öncülük etmiştir. Bu katedraller, karanlık çağı takip eden Rönesans döneminin eserleriyle de birleşerek, özellikle "Grand Tour" katılımcılarının kültür ve eğitim amaçlı seyahatlerinde önemli çekicilik unsurları olmuştur (Feiffer 1985, akt. Cohen 2002; Gartner, 1996: 42; Goeldner, Ritchie ve McIntosh, 2000: 44-45).

Grand Tour'dan önce başlamış ve kültürel seyahatler kapsamında değerlendirilebilecek bir diğer konu da seyyahlar ve sufilerin bireysel seyahatleridir. Bu bağlamda, ortaçağın sonlarına doğru Mar-

co Polo, Vasco de Gama, Christoph Colomb, Magellan ve Evliya Çelebi gibi seyyahların dünyanın çeşitli yerlerini keşfetmek üzere gerçekleştirdikleri seyahatler (Göksan, 1978: 6) ve daha önceki dönemlerde (7. yüzyılda) başlamış ve yüzyıllarca çeşitli değişiklikler geçirmiş olan sufilerin seyahatlerinden söz edilebilmektedir. Hicri birinci asırda (7. ve 8. yüzyılda) gerek aşırı günah kaynaklı ilahi ceza korkusuyla gerekse Allah'ın yolunda doğru ve gerçeğin izini sürmek amacıyla sürekli gezen insanlar olarak ortaya çıkan sufiler, daha sonraları İslam mutasavvıfları haline gelmişlerdir (Nicholson 1998). Sufiler, bilgilerini gezip gördükleri yerlerdeki insanlarla paylaşmışlar, zaman içinde tarikatlar kurarak özellikle Hindistan ve Keşmiş'de Müslüman misyonerler olarak, İslam'ın yayılmasında önemli rol oynamışlardır (Cecebioğlu 1992; Böwering 2003; Tourati 2004). Sufiler, kendileri bilgilerini arttırdıkları gibi etraflarındaki insanlara gezip gördükleri yerleri anlatıp onları da bilgilendirmişlerdir. Zira bilindiği gibi ortaçağ İslam bilginleri doğru bilgiyi elde etmede dinleme ve görmeyi, okumaya tercih etmekteydiler. Bu nedenle müderrisi kitaba tercih etmekteydiler. *Nitekim, "hiçbir şey, gözlenen bir olgunun yerini tutamaz" dogma-fıkıh ilkesini coğrafyacılarla paylaşan sufiler, seyahati kendi mekan yorumbilimlerinin başlıca aracı haline getirmiş, dolayısıyla darü'l-İslam'ı, kendi seyahatlerinin güzergahı içinde tinsel bir mekana dönüştürecek biçimde dolaşmışlardır* (Touati 2004: 13). Ancak yine de sufiler, tecrübelerini ve bilgilerini yazdıkları risalelerle de aktarmışlardır (Böwering 2003: 367).

"Grand Tour" ise 17. yüzyılda İngiliz elitlerinin çocuklarının eğitimlerini Avrupa'nın bazı şehirlerinde (özellikle Fransız ve İtalyan şehirlerinde) tamamlamaları amacıyla gerçekleştirilen turlar olarak ortaya çıkmıştır (Hudman ve Jackson 1999: 26). Bu turlar, Ortaçağ'ın din temelli seyahatlerinin çehresini değiştirmiş ve kültür turizmi olarak ifade edilen bir turizm türünün gelişmesini sağlamıştır (Goeldner, Ritchie ve McIntosh 2000: 53-54). Feiffer (1985, akt. Cohen 2002: 32). Grand Tour'un İngiliz genç erkeklerinin geleceğin liderleri olabilmeleri için eğitim amaçlı gerçekleştirildiğini ve asıl popülaritesini 1713'te, İspanya Veraset Savaşları'ndan sonra kazandığını belirtmiştir. "Grand Tour" katılımcılarını seyahate sevk eden en temel motivasyon, 18. yüzyılın başlarına kadar eğitim ve merak iken, 18. yüzyılın ortalarında eğitim ve eğlence te-

mel motivasyon olmuş; 18. yüzyılın ortalarından itibaren ise temel motivasyon eğlence olmaya başlamıştır (Pimlott 1947: 71-72). İngiliz gençleri başta olmak üzere, Fransız, Rus ve Alman gençlerinin müzik, edebiyat ve çeşitli bilim alanlarında yaklaşık üç yıl süren seyahatler sırasında aydınlanmalarını sağlayan “Grand Tour”, bazı yazarlara göre (Gartner 1996: 44), Kuzey Amerikalı gençlerin Avrupa’ya eğitim almak için gitmeleri örneği kapsamında hala devam etmekte; bazı yazarlara göre ise (Towner 1985), 1800’lerin başında yaşanan Napolyon Savaşlarıyla veya 1840’larda büyük kitleler halinde ve farklı motivasyonlarla seyahatlerin gerçekleştirilmesiyle son bulmuştur.

“Grand Tour” ayrıca, turizme bakış açısının da önemli ölçüde değiştiği bir dönemi ifade etmektedir. Örneğin, turizm tarihi çok eskilere dayanan bir olgu olmasına karşın, bir kavram olarak tanımlanması “Grand Tour”a dayanır (Jafari 2003: 250-251). “Grand Tour”a katılan zenginlerin ve aristokratların kendilerini diğer gezginlerden ayırmak için oluşturdukları turizm kavramı, zamanla sanayileşmenin ve modernleşmenin etkisiyle orta sınıfı da içine alan dinence temelli bir faaliyet halini almıştır. Bu durum, tarım toplumundan sanayi toplumuna geçişte yaşanan sosyal yapı değişikliğinin bir yansıması olarak da görülmektedir (MacCannell 1976: 17; Rızaoğlu 2004: 6-7).

İlk buhar makinelerinin icadı ile başlayan tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş süreci (M.S. 1750-1914), hızlı fabrikalaşmayı ve kentleşmeyi de beraberinde getirmiş ve bunun sonucunda da kırsal kesimden kentlere göç süreci başlamıştır (Kocacık 2003: 2; İşevi ve Çelme 2005: 2-3). Bu dönemde kentlere göçen düşük gelirli kesim, ülke içinde seyahatler gerçekleştirirken; zenginler ve sermaye sahipleri vakit doldurmak ve zenginlik ve görgülerini göstermek amacıyla Kıta Avrupa’sına seyahat etmekteydiler. Bu zengin ve eğitilmiş kesime, ülke içinde seyahat edenlerden farklı oldukları inancıyla “turist” denmiş ve bu dönem turizm paradigması kapsamında bu kişiler toplumun diğer kesimlerinin gıpta ettiği, prestij sahibi kişiler olarak öne çıkmışlardır (MacCannell 1976:50-51; Yeoman 2008: 6). Bu durumun temelinde, turist olarak anılan bu kişilerin, aydınlanma çağının da etkisiyle önem kazanan bilim, sanat, eğitim ve kültür gibi amaçlarla kıta Avrupa’sını ziyaret ediyor olmaları yatmaktadır (Roney 2011: 16). Yani bu kişilere gıp-

ta ile bakılmasında “turist” kelimesinin kökeninden ziyade, bu kelimeye toplumda yüklenen anlamı etkili olmuştur.

Bugünkü kitle turizminin temelini oluşturan deniz-kum-güneş üçlüsünün önem kazanması da Sanayi Devrimi sonrasına dayanır. İngiltere’de, hızlı sanayileşme sonucu oluşan büyük kentlerde yaşayan insanların, ağır çalışma koşulları ve altyapı yetersizliğinden kaynaklanan büyük sağlık sorunlarıyla karşı karşıya kalmaları, onları farklı arayışlara itmiştir (Swarbrooke ve Horner, 2007: 11-18). Daha sonraları, 18. yüzyılda, Dr. William Russel’in yapmış olduğu “Deniz Suyunun İyileştirici Etkisi Üzerine Bir Araştırma” adlı çalışması, İngiltere’de yoğun nüfusun ve sağlıksız yaşam koşullarının bulunduğu kentlerde yaşayan insanların, kıyılara ve kumsallara akın etmelerine yol açmıştır (Eralp 1983: 9).

Sanayileşme sonucu ortaya çıkan pazar yapısı, üretim-nakliye-pazar ilişkilerini gerektirdiğinden, ulaşım ve altyapı sistemleri önem kazanmış, dolayısıyla turizm hareketlerinin temel faaliyeti olan seyahat kolaylaşmıştır. Uzun bir süredir İngiltere’de konaklama hizmeti veren tek tür tesisler olan hanların yerini yine bu dönemde oteller almıştır. Ayrıca, resortların oluşması için altyapı ve üstyapı yatırımlarına bu dönemde hız verildiği de görülmektedir (Kozak, Kozak ve Kozak 2011: 29-30). Aynı dönemde Amerika’da modern otellerin ilk örneği sayılan, 1829’da Boston’da inşa edilen ve dönemin en lüks ticari yapısı olarak nitelendirilen “Tremont House” oteli hizmete açılmıştır. “Tremont House” oteli, iki ve tek kişilik 173 kilitlenebilir oda, lobi, toplantı mekânları, dâhili banyolar ve Fransız mutfağından örnekler sunan restoranyla bugünkü anlamıyla otelciliği başlatan işletmedir (Çakırkaya 1994: 10).

Günümüzde, turizm endüstrisinin üç temel kolundan biri olan acentaların ortaya çıkışı ve örgütlü turizm pazarlamasının gerçekleştirilmesi de bu döneme rastlamaktadır. Thomas Cook’un, 1841 yılında İngiltere’nin Leichestre kentinden 20 km uzaklıkta bulunan Loughbrough kentindeki bir festivale, dini amaçlı seyahat eden 570 kişilik turist kafilesini trenle götürmesi, onu paket turun mucidi yapmaktadır. Gerçekleştirdiği bu tur ile Cook, girişimcilerin bu tarz paket turlar düzenleyerek kâr elde edebileceklerini ortaya koymuştur (Kozak, Kozak ve Kozak 2011: 29-30). Gerek paket



turların yaygınlaşması gerek ulaşım imkânlarının gelişmesi gerekse sosyal olarak orta sınıfın güçlenmesi, bu dönemde kitlesel turizm arzını başlatmış ve her kitle üretim ürünüde olduğu gibi, turizm endüstrisinin ürünleri için de pazarlanabilirlik ve standardizasyon kavramlarının gelişmesine neden olmuştur.

Modern öncesi turizm paradigması kapsamındaki tanımlarında, turizmin ekonomik yönünden çok milletler arası etkileşimi sağlaması ve dinlenme ve doğa temelli oluşu gibi sosyal yanlarına vurgu yapılmaktadır. Bilinen ilk turizm tanımlarından biri olan Guyer-Feuler tarafından yapılan turizm tanımı da modern öncesi turizm paradigmasının bakış açısını yansıtmaktadır. Guyer-Feuler (1905) turizmi “gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteği; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan, özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak, ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmalarına olanak veren çağımıza özgü bir olay” olarak tanımlanmaktadır (Çoruh 1979: 8).

### Modern Turizm Paradigması

Avrupa’da 17. yüzyılda sanayileşme ile başlayan modernleşme süreci, 20. yüzyılda tüm dünyaya yayılan bir anlayışa dönüşmüştür. Bu kapsamda toplumlar, kapitalist ilişkiler içinde mekanik enerjiye dayalı üretim yapan, sanayileşmiş, ürünleri metalaşmış, emeği ücretlendirilmiş, özel mülkiyet anlayışı kurumsallaşmış bir topluma dönüşmüştür. Modernleşme kapsamında tüm dünyada uygulanabilir, nesnel ve evrensel bir hukuk ve ahlak alanının kurulabileceğinin savunulduğu; bireylerin geleneksel bağlardan uzak, aklıyla kendini yönetebilen bireyler olduğu ve demokratik toplum yapılarının savunulduğu görülmektedir (İçli 2002). Sanayileşmeden modernleşmeye geçiş sürecinin en önemli aşamasını, 20. yüzyılın başlarına kadar ağır sömürgeci bir yaklaşım sergileyen kapitalist sisteme karşı orta sınıfın hak arama mücadelesi oluşturmaktadır. Bu hak arama sonucunda insan hakları, çalışan hakları (ücretli izinler, istirahat ve hastalık izinleri, çalışma saatlerinin kısaltılması vb.), sosyal güvenlik gibi kavramlar önem kazanmıştır (Eralp 1974: 274-275). Ayrıca, bu dönemde I. Dünya Savaşı’ndan sonra kurulmuş olan Birleşmiş

Milletler’in (Milletler Cemiyeti) kuruluş bildirgesi olarak kabul gören insan hakları evrensel bildirgesinin 13. maddesiyle insanlara bir ülkede özgürce dolaşma hakkı verilmiştir ([http://www.unicef.org/turkey/udhr/\\_gi17.html](http://www.unicef.org/turkey/udhr/_gi17.html)). Modern dönemde turizm, seyahatin temel bir insan hakkı olarak kabul edilmesiyle birlikte, insan hayatının temel unsurlarından biri olmuştur. Bu dönemde turizm, bireylerin ve toplumların kültürel sermayelerinin gelişiminde önemi sürekli artan bir olgu ve modern olmanın bir göstergesi haline gelmiştir (Shaw ve Williams 2004: 2). Bu durum sadece bireyler için değil, ülkelerin modern-gelişmiş ya da modern olmayan-gelişmemiş olarak tanımlanmalarında da bir gösterge olarak kullanılmıştır (Urry 1999: 181).

İngiltere’deki sendikal hareketler, çalışma şartları ve çalışan hakları konusunda gelişmelere öncülük etmiştir. I. Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkan ücretli izin talebi, sendikalar tarafından sloganlaştırılmış ve toplu yürüyüşler neticesinde 1,5 milyon işçi ücretli izin hakkına kavuşmuştur. Ayrıca, devletler, işveren-işçi ilişkilerinde işçilerden yana tavır koymuşlar ve çalışma şartlarını yasalarla düzenleyerek insanların daha çok boş zamana sahip olmalarını sağlamışlardır (Eralp 1983: 15-16). İşçilerin ücretli izin hakkına kavuşması kitle turizminin gelişmesi için önemli bir adımdır. Öyle ki İngiltere’de işçilerin ücretli izinlerini değerlendirmede onlara yardımcı olmak amacıyla kurulan “The Worker’s Travel Association” adlı birlik, 1937 yılında işçilerin tatil amaçlı seyahatleri için 24.000 adet rezervasyon yaptırmıştır (Sales 1959).

Modern toplumun temel öğelerinden biri de sosyal güvenlik kavramıdır. Sosyal güvenliğin esas amacı, çalışma gücünü veya beden ve ruh sağlığını sürdürmek için gelir kaynaklarını sürekli ya da geçici bir biçimde kaybedenlere toplum olarak yardım etmek yoluyla onları gereksinmelerinin tutsaklığından kurtarmaktır (Ülgener 1966 akt., Eralp 1974: 17). Sosyal güvenliğin sağlanması, modern turizm paradigmasının gelişmesine etki eden en önemli unsurlardan biridir. Çünkü turizm, bireylerin turistik mal ve hizmetleri satın alabilecek bir potansiyele sahip olmalarıyla ortaya çıkar (Sharpley ve Telfer 2002: 32-33). Sosyo-ekonomik açıdan ele alındığında sosyal güvenlik sistemleri, gittikçe genişleyen yaşlı ya da çalışmayan nüfusun gelirlerinden mahrum bırakılmaması ve geniş bir boş zamanı bulunan bu kişilerin turizm faaliyetleri içinde kalmalarına elverişli bir ortam yaratmaktadır.

Sanayi Devrimi'nden sonra hızlanan şehirleşmenin modern turizm paradigması içerisinde iki boyutta turizme yön verdiği görülür. Bunlardan ilki, şehirlerin birer iş ve kültür merkezi haline dönüşmesi, ulaşım ağlarının merkezinde bulunması, uzman sağlık kuruluşlarının ve eğitim merkezlerinin bulunmasının şehirlere turistik bir çekicilik katmış olması ve insanların şehirleri ziyaret etmeleridir. İkinci boyutu ise şehirleşmenin olumsuz yanlarını ön plana çıkarmaktadır. Nüfusun yoğunluğu, stres, çevre kirliliği gibi nedenler, insanları şehirlerden uzaklaştırmış ve insanların izin günlerinde ya da emeklilik dönemlerinde şehirlerden uzaklaşarak turizm faaliyetlerine katılımlarını sağlamıştır (Eralp 1983: 18-22; Berber 2003: 207-208).

Ulaşım alanında yaşanan gelişmelere bakıldığında ise bu dönemde Atlantik Ötesi (Transatlantik) seyahatlerde kullanılan, yüksek tonajlı kruvaziyerlerin yoğun bir biçimde seferler düzenlediği görülmektedir. Kruvaziyerlerin önemli olmasının nedeni hem ulaşım hem de konaklama sağlayan bir turistik ürün niteliği taşımasından kaynaklanmaktadır. Avrupa ve Amerika kıtaları arasında insanlara seyahat etme olanağı tanıdığından modern turizm paradigmasının önemli bir boyutunu oluşturan uluslararası seyahatlerin gelişimini de sağlamıştır. II. Dünya Savaşı'na kadar olan dönem ele alındığında, turizm kökenli para akışında artış olduğu ve uluslararası ekonomik ilişkilerde, özellikle Transatlantik gemi seyahatlerinin de etkisiyle, turizm önemli bir faktör haline geldiği görülmektedir (Yeoman 2008: 13-14). II. Dünya Savaşı, 1939-1945 yılları arasında, her ne kadar turizm hareketlerinde altı yıllık bir kesintiye yol açmış olsa da savaş için geliştirilen teknolojiler ve askerlerin dünya çapındaki seyahatleri daha sonraki dönemlerde turizm hareketlerine önemli etkilerde bulunmuştur. Uçakların geliştirilmesi, jet motorunun bulunması, askerlerin ve yakınlarının bu büyük savaşların yapıldıkları yerleri görmek istemeleri; farklı turizm çeşitlerinin gelişmesine ve uluslararası seyahatlerin büyük oranda artmasına neden olmuştur (Goeldner, Ritchie ve McIntosh 2000: 58). Savaş sonrasında turizm; döviz kazandırıcı etkisi ve iş ve gelir yaratma kapasitesiyle özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarının odağında yer almıştır (Roney 2011: 62-63). Bu dönem ayrıca, turizmde resmi ve özel örgütlenmelerin ortaya çıkmasıyla turizmin kurumsal bir kimlik kazanması açısından önem taşımaktadır.

Bu dönemde turizmin kitleleşmesini sağlayan iki temel faktör; ulaşımın ve iletişimin kitleleşmesidir. Turizm olgusunun varlığından söz edebilmek için insanların ikamet ettikleri yer dışına seyahat etmeleri gerekliliği ve turizm ürününün soyut yapısından dolayı satın alınma sürecinin temel belirleyicisinin bilgi toplama aşaması olmasından dolayı, bilgi ve iletişim teknolojilerinin ve ulaşımın kitleleşmesi, turizmin kitleleşmesi için elzem bir nitelik taşıyor. Modern döneme hâkim olan Fordist üretim anlayışının bir yansıması olarak ortaya çıkan kitle turizmi, o dönemin temel turizm ürünü olan paket turları üreten tur operatörlerinin hegemonyasında şekillenen ve ürün çeşitlendirmede tüketici tercihlerinden çok üreticilerin çıkarlarının belirleyici olduğu bir nitelik kazanmıştır. Bu dönemde kitle turizmi kapsamında üretilen turizm ürünleri, paket tur ya da paket tatil adı altında çok sayıda insanın tüketmesi için pazara sürülen kitleleşmiş bir tüketim ürünü haline gelmiştir (Roney 2002: 12). Bu nedenle, modern turizm paradigması kapsamında turizm işletmelerinin, Fordist üretim anlayışının da etkisiyle, büyük kapasiteli ve zincir işletmeler haline dönüştüğü görülmektedir (İstanbul 1994).

1950'li yıllardan sonra hızla artan turizm talebi, modern toplumun dinlenme ihtiyacını karşılamak üzere uygun iklimsel özelliklere sahip kıyı kesimleri üzerinde yoğunlaşmıştır. Turizm endüstrisi, deniz-kum-güneş üçlüsü üzerinde yoğunlaşan, dinlenme amacıyla seyahat eden kitlelere standartlaştırılmış ve ucuz ürün sunan, yüksek derece mevsimselliğe maruz kalan bir endüstri haline dönüştürmüştür. Bu durum, turizmin arz tarafının, deniz-kum-güneş üçlüsünden kaynaklanan mevsimselliğin ve kitleleşmiş turizm hareketlerinin olumsuz etkilerini gidermek ve turizm sezonunu yılın tamamına yayabilmek adına alternatif arayışlar içine girmesine neden olmuştur.

### Post-Modern Turizm Paradigması

Post modernizmin, temellerinin dayandığı sanat ve düşünce dünyasında ortaya çıkışı ve gelişimi yaklaşık 19. yüzyıl sonlarına rastlasa da toplumsal dönüşüme yol açan bir paradigma haline gelmesi 1960'lı yıllardan itibaren olmuştur. Feodalizme ve dogmacılığa karşı aklın üstünlüğünü savunan modern dönemde genel olarak evrensel çapta geçerli dogmaların aranışı hakimdir. Modern dönem, ama-

cına uygun olarak toplumsal yapının demokrasi, üretim ilişkileri, teknoloji gibi akla dayalı sistemlerle geliştirilebileceğini gösterirken, bir yandan da krizler, savaşlar, çevrenin hızla tahrip edilmesi gibi olumsuzlukları da beraberinde getirmiştir.

Sanayi devriminden sonra, özellikle Fordist üretim anlayışının etkisiyle, fosil yakıt tüketimi ve beraberinde getirdiği sera gazı emisyonları artış göstermiş, evre kirliliği had safhalara ulaşmış ve küresel ısınma süreci başlamıştır. Bu değişimler, küresel anlamda sıcaklıkların artmasına, deniz seviyelerinin yükselmesine, kuraklık ve ölleşmeye neden olmuştur. Turizmin gerçekleşmesinde doğal evre ve iklim koşullarının belirleyici ögeler olduğu düşünöldüğünde, bu değişimlerin turizmi etkilemesi kaçınılmazdır (Roney 2011: 102-103). Bu etki sonucunda, modern dönemin kitleselleşme olgusu eleştirilmeye başlanmış ve yeni bir turizm paradigması olarak post-modern turizm paradigması, turizmde alternatif arayışlar ve sürdürülebilirlik kavramı çerçevesinde şekillenmiştir. Sürdürülebilirlik, genel yaşam kalitesini koruyarak, doğal kaynaklara sürekli erişimin sağlanmasını, evre üzerinde kalıcı zararlar verecek etkinliklerin engellenmesini ve gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılayacak kaynakların tehlikeye atılmadan kullanılmasını öneren bir yaklaşımdır (Kozak ve Bahçe 2009: 92-93). Önceleri sadece imalat sanayisinde tartışılan sürdürülebilirlik, 1992 Rio Konferansı'nda tüm sektörlerin kendi iş kollarında sürdürülebilir faaliyetler gerçekleştirmesinin altının çizilmesiyle evrensel bir ilke haline dönüşmüştür. Sürdürülebilirlik ilkesi, birçok alana ve disipline uyarlandığı gibi turizme de uyarlanmış; turizmin kullandığı doğal, sosyal, kültürel ve beşeri kaynakların sürdürülebilir kalkınmayı destekleyecek şekilde planlanmasını gerekli kılmıştır (McIntyre 1993: 40-41). Son yıllarda Fordist üretim anlayışıyla gerçekleştirilen kitlesel turizm üretimi ve tüketiminin doğal, kültürel ve tarihi kaynaklara zarar vermesi ve turizmin ekonomik getirisinin yılın tamamına yayılması önünde engel teşkil etmesi gibi olumsuz etkileri açısından eleştirilmeye başlanmıştır. Ancak tüm bu eleştirilere rağmen bazı ölkelerin sürdürülebilir turizmi göz ardı edip "ne pahasına olursa olsun ekonomik büyüme" mantığı ile turizme yaklaştığı görölmektedir. Örneğin Yüksel, ulha ve Yüksel (2009: 79-80), Türkiye'de hükümet temsilcilerinin her fırsatta, kültür turizmi gibi daha sürdürülebilir turizm çeşitlerine yatırım yapılması gerektiğini be-

lirtmelerine rağmen, özellikle yabancı yatırımcılara "Turizm Geleşme Böğeleri" olarak sahil kesimlerini gösterdiklerini belirtmektedirler. Bu durum, sürdürülebilir turizm konusunda hükümetlerin hala büyük bir çelişki içinde olduklarını göstermektedir.

Turizmde sürdürülebilirlik ve alternatif arayışlar kapsamında, post-modern turizm paradigmasının turizme getirdiği en büyük yeniliklerden biri de ürün çeşitliliğidir. Bu sayede tur operatörlerinin pazarı istediği gibi manipöle etmesinin önüne geçilmiş, uluslararası büyük ve zincir işletmeler yerine küçük ve yerel işletmelerin turizm pazarından pay almasına imkân tanınmış, turizmin mevsimselliğinin azalması ve turizm gelirlerin dengeli dağılması sağlanmıştır. Talep yönlü incelendiğinde, modern dönemin sosyal değerler sisteminin oluşturduğu standart ve kitlesel talebin, post-modern dönemde bireyci düşünce ve davranış tarzları kapsamında yeniden şekillendiği, turistlerin ucuz paket turlar ve aynı özelliklere sahip tatiller yerine kültür turizmi, macera turizmi ve kırsal turizm gibi alternatif çekim alanlarına yöneldiği görölmektedir (Roney 2011: 20-21). Bu bağlamda gelişen alternatif turizmin, turistleri pasif katılımdan kurtardığı ve deniz, kum ve güneşten farklı ilgi alanlarına sahip kitlelerin aktif katılımına olanak verdiği ifade edilebilir. Bu yönüyle alternatif turizm, kitle turizminin üretim ve satış odaklı yaklaşımının aksine turizm paradigmasının tüketici odaklı olarak yeniden şekillenmesine neden olmuştur (Kozak ve Bahçe 2009: 116-117).

Sürdürülebilir turizm kapsamında turizm ürünlerinin çeşitlenmesi ve alternatif turizme geçiş süreci Fordizmden Post-Fordizme geçiş ile de açıklanabilmektedir. Modern öncesi dönemin sadece zengin ve aristokrat sınıfına yönelik seçkin ürün üretme ve modern dönemin toplumun geri kalanı için standartlaştırılmış kitle ürünü üretme anlayışı, post-modern dönemde geçerliliğini yitirmiştir. Post-modern dönemde tüm ürünler ve markalar, fonksiyonel faydalarının yanı sıra birer işaret ve sembol niteliği kazanmışlardır (Odabaşı 2012: 130). Bu durum, turistlerin kendi statülerini gösterecek, kendilerini ifade edecek ve kimliklerini yansıtacak turizm ürünleri talep etmelerine yol açmıştır. Bu nedenle, 1970'li yıllara kadar turizm pazarına hâkim olan kitlesel üretim anlayışının yerini, post-modernizmin de etkisiyle, daha özelleştirilmiş ve tüketici odaklı post-fordist üretim anlayı-



sına bıraktığı görülmektedir (Roney 2002: 12-13). Post-modern turizm paradigması kapsamında, Post-Fordist üretim anlayışının da etkisiyle, turizm işletmeleri tarafından turistlerin bireysel görüş ve beklentilerini yansıtan, onların isteklerine ve duyarlılıklarına cevap veren turistik ürünlerin üretildiği görülmüştür. Bugünün turistlerinin de çevre konusunda duyarlı, özgün ve bozulmamış doğal, kültürel ve tarihi kaynaklara değer veren ve turizm kaynakları üzerinde etkilerinin farkında olan kişiler olması; turizmin olumsuz etkilerini azaltma amacı güden sürdürülebilir turizm uygulamalarının turizm işletmeleri için daha da önemli hale gelmesine yol açmıştır. Buna bağlı olarak, turizm işletmelerinde enerji ve su tasarrufu ve atık yönetimi gibi uygulamalar popülerlik kazanmış, çevresel yönetim sistemleri uluslararası standartlar arasına girmiştir (ISO 14001, EMAS vb.) (Ayuso 2006: 208-209). Ayrıca acentalar, sivil toplum kuruluşları, kamu kurumları ve uluslararası örgütler de eko etiketleme, sertifikalama ve ödüllendirme uygulamalarıyla (yeşil küre 21, ekotel, mavi bayrak vb.) turizm işletmelerinin bölgelerindeki doğal, tarihi, kültürel ve finansal kaynakları kullanmaları konusunda daha duyarlı olmalarını teşvik etmişlerdir (Kınacı, Pehlivan ve Seyhan 2011: 99-100).

Çalışmada post-modern turizm paradigması içinde turizm çeşitlerinin ve turist tipolojilerinin anlamsızlaştığı da görülmüştür (Swarbrooke ve Horner 2007: 84). Örnek vermek gerekirse, Plog oluşturduğu tipolojide içe dönük ve daha az maceracı olan turistleri psikosentrik, risk almayı seven ve macera arayan turistleri ise alosentrik olarak nitelmiştir. Benzer şekilde Cohen de turistleri örgütlü kitle turisti, bireysel kitle turisti, kâşif turistler, başıboş turistler şeklinde sınıflandırmıştır (Roney 2011: 14-15). Ancak post-modern turizm paradigmasında basitleştirilmiş ve basmakalıp turist tipolojileri ve turist türleri anlamsızdır (Swarbrooke ve Horner 2007: 83-89). Çünkü post-modern turistler için turizm, hayatın içinde var olan bir oyundur. Turistler farklı tatil türleri arasında gidip gelmekte serbesttirler ve farklı deneyimler yaşamak isterler. Örneğin, bu yıl yağmur ormanlarında eko-turizm deneyimi yaşayan turist, bir sonraki tatilini kumsalda güneşlenerek geçirmek isteyebilmektedir.

Ayrıca post-modern turistler, turizm deneyimlerinden sadece fonksiyonel değil, sembolik anlamlar da çıkarmak istemekte ve mevcut gerçeklikten

daha fazlasını talep etmektedirler. Bu bağlamda, post-modern turizm paradigmasını niteleyen özelliklerden bir diğeri de üst-gerçeklik (Hyper-Reality) olarak karşımıza çıkmaktadır (Urielly 1997: 982). Üst-gerçeklik en basit tanımıyla, gerçek ile gerçek olmayan arasındaki farkın bulanıklaşması olarak ifade edilmektedir. Günümüzde insanlar mevcut gerçeklik yerine sanal gerçeklikte yaşamayı tercih etmektedirler. Las Vegas, Disneyland, Universal Stüdyoları, hayvanat bahçeleri, temalı parklar, oteller ve alışveriş merkezleri gibi birçok sosyal alan sanal gerçeklikler ve turlar ile üst-gerçeklik kavramının turizmdeki en çarpıcı örneklerini oluşturmaktadır. Örneğin, turistler, artık bir aslan görmek için Afrika'ya gitmek yerine, kendileri için yaşadıkları yerde yaratılmış bir üst-gerçeklik olan hayvanat bahçesine giderek bu ihtiyaçlarını tatmin edebilmekte ve bugünün turistleri tercihlerini bu yönde kullanmaktadır (Uriely 1997: 982-984; Uriely 2005: 202-203; Urry 2009: 219-220). Bugün sadece üç boyutlu olarak görme duyumuza hitap eden sanal gerçekliklerin, gelecekte oldukça gerçekçi bir yapıya bürüneceği ve yaratılan üst gerçeklik ile turizm faaliyetlerinin seyahat etmeksizin, evinizin konforunda yapılabileceği öngörülmektedir. Başka bir deyişle, post-modern turistin; farklı temaları, geçmişi ve geleceği herhangi birine bağlanmadan yaşayarak deneyim sahibi olabileceği düşünülmektedir (Kayaman ve Armutlu 2003: 139).

Post-Modern turistler üst-gerçekliğin yanısıra gerçek-üstü ya da fantastik deneyimler yaşamayı da istemektedirler. Post-modern turizm paradigmasının bir ürünü olarak hızla gelişen uzay turizmi bu duruma örnek olarak verilebilir. 2001 yılında Dennis Tito isimli bir iş adamının Soyuz 1657 ile Uluslararası Uzay Üssü'ne (International Space Station) yaptığı seyahatle başlayan uzay turizmi, bugün henüz gelişim aşamasındadır (Belfiore 2004). Bugüne kadar 10 kişi uzayda turistik seyahat gerçekleştirmiştir. Uzmanlar zaman içinde, bu turizm çeşidinin hava yolu taşımacılığı gibi hızlı bir biçimde canlanacağını savunmaktadırlar (Collins 2004; Otto 2010: 36).

Görüldüğü üzere bu paradigma, çevre duyarlılığı ve sürdürülebilirlik kavramlarının önem kazandığı, gerçek üstü ve sanal deneyimlere dayanan, turizm çeşitlerinin ve turist tipolojilerinin anlamsızlaştığı, teknolojiden son derece yüksek düzeyde faydalanıldığı ve aşırı derecede bireyselleşmiş bir



turizm olgusunu ifade etmektedir. İkamet edilen yer dışına seyahatlerin turizm için bir gereklilik olmaması, sanal ve üst gerçeklik olgusu, turizmin yok oluşuna giden bir yolun başlangıcı olarak da ele alınmaktadır (Urry 1999: 206-207). Ancak tüm gelişen sektörlerde olduğu gibi turizm sektörünün de değişime uğraması doğaldır. Uzay turizmi gibi olağanüstü deneyimler sunan ya da üst gerçeklikle zaman ve mekân bağımlılığını ortadan kaldıran turizm işletmelerinin (Temalı Parklar-Oteller gibi) ortaya çıkması, turizm sektörünün post-modern çağın gerekliliklerine göre yeniden şekillenebilen ve yüksek bir adaptasyon yeteneğine sahip olan bir sektör olduğunu göstermektedir.

## DEĞERLENDİRME

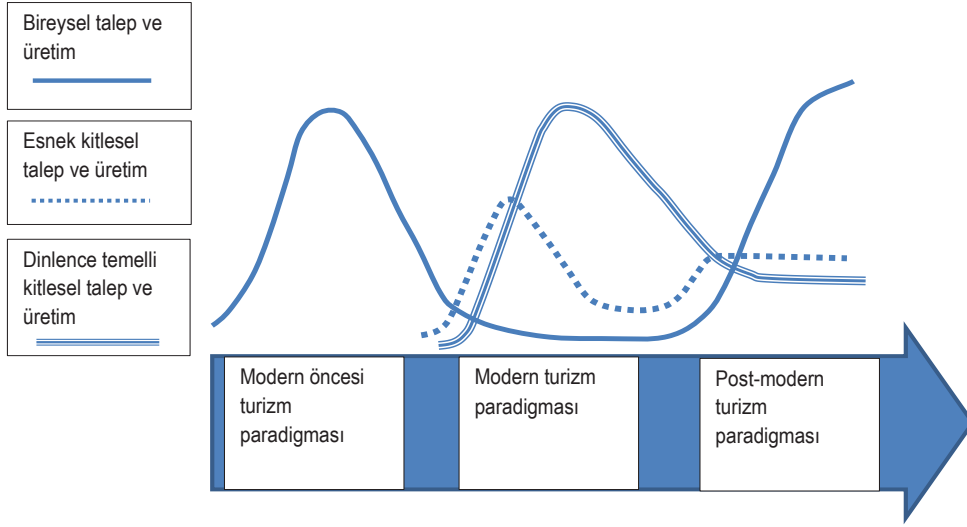
Turizm tarihsel süreç içerisinde değerlendirildiğinde, bireysel talepleri karşılama noktasında ortaya çıktığı, daha sonrasında ise toplumların refah seviyelerinin artması ve zengin ve aristokrat sınıfların ortaya çıkmasıyla esnek kitlesel bir nitelik kazandığı görülmüştür. Modern öncesi turizm paradigması kapsamında değerlendirildiğinde, önceleri temel turizm motivasyonunun din, ticaret, sağlık gibi unsurlarla şekillendiği bilinmektedir. Bu açıdan modern öncesi turizm hareketlerinin bireysel talep ve bunu karşılama yönelik üretime dayalı olduğu söylenebilir. Daha sonraları ise dinlence ve eğlence amaçlı seyahatler soylu, zengin ve aristokrat sınıflar tarafından talep edilmiş ve turizm yine bu sınıfların tekelinde kitlesel bir nitelik kazanmaya başlamıştır (Tataroğlu 2006: 19-22). Modern dönemde metalaştırma, homojenleştirme (Rojek 1995: 4) ve Fordizmin de etkisiyle sınıf farklılıklarına dayalı turistik talep yerini daha çok sosyal nitelik taşıyan kitlesel talebe bırakmıştır (Roney 2002: 11). Aynı zamanda, teknolojik gelişmeler ve artan talep doğrultusunda turistik ürünler standartlaşmış ve modern öncesi dönemde sosyal statü sembolü olan turizm, Urry'nin (2009: 16) tabiriyle demokratikleşmiş ve temel motivasyonu dinlence olan kitlesel bir hal almıştır. Ancak post-modern dönemde insanların turizme katılımda kendini gerçekleştirme arzusunu tatmin etme isteklerinin öne çıkması (Urry 2009), Fordist üretim anlayışının bu arzularını tatmin etmek isteyen turist topluluklarının taleplerini karşılayamaması ve çevre bilincinin artmasına paralel olarak ortaya çıkan sürdürülebilir kalkınma baskısı nedeniyle turizmin tekrar esnek kitlesel arz

ve talebe doğru bir seyir izlediği görülmüştür. Bu durum, kitle turizminin yanında alternatif turizm türlerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Turizm, böylece nispeten daha küçük kitlelere hitap eder hale gelmiştir. Post-modern turizm paradigmasının temellerini atan bu değişim ile turizm talebi ve üretimi; özel ilgi turları, sanal turlar ve uzay turizmi vb. ile tekrar özel ilgiye dayalı ve bireyselleşmeye doğru bir seyir izlemiştir. Tarihsel süreç içinde farklı paradigmlar çerçevesinde ortaya çıkan bu çok yönlü değişim, Şekil 1'de görselleştirilmiştir. Şekil 1'de görüldüğü gibi, modern öncesi dönemde bireysel talep ve üretime dayalı turizm paradigması, modern dönemde oldukça azalırken, post-modern dönemde tekrar yükselişe geçmektedir. Buna karşın esnek kitlesel talep ve üretime dayalı turizm paradigması modern dönemde ortaya çıkmakta, ancak yerini daha çok dinlence temelli kitlesel talep ve üretime bırakmaktadır. Post-modern dönemde ise esnek kitlesel talep ve üretim yeniden artışa geçse de bireysel talep ve üretimden daha az belirleyici olmaktadır. Dinlence temelli kitlesel talep ve üretimin turizm paradigmasındaki etkisi modern dönemle birlikte ortaya çıkıp hızla yükselirken, post-modern dönemde oldukça azalmakla birlikte, varlığını devam ettirmektedir.

Gelecekte post-modern turizm paradigmasıyla başlayan bu bireyselleşme sürecinin had safhalara ulaşacağı, turistlerin üst-gerçeklik ya da sanal gerçeklik temelinde kendi tatillerini, kendi tercihleri ve özel ilgileri doğrultusunda şekillendirebileceği öngörülmektedir. Günümüzde, üç boyutlu olarak tasarlanmış sanal ortamlarda kişilerin gezinti yapabileceği sistemler gelişmiş durumdadır. Bu bağlamda, gelecekte turistlerin evlerinden ayrılmadan sanal ortamda üç boyutlu olarak farklı şehirleri ve farklı zamanları deneyimleyebilecekleri bir turizm olgusunun oluşacağı düşünülmektedir (Uriely 1997: 982-984; Urry 2009: 219-220).

## SONUÇ

Tarih boyunca farklı sosyal ve ekonomik sınıflardan insanlar farklı nedenlerle turizm hareketlerine katılmışlardır. Toplumun yapısı, üretim ilişkileri gibi temel dinamiklerine bağlı olarak, bu toplumun üyesi olan insanlar bazı ortak algılar oluştururlar ve bu algılar günlük hayatlarındaki çeşitli etkinliklerini doğrudan etkiler. Tarih akışı içinde, toplumun söz konusu temel dinamiklerini etki-



Şekil 1. Talep ve Üretim Açısından Turizm Paradigmaları

leyen çeşitli gelişmeler ortaya çıkarak toplumsal dönüşüme neden olabilmektedir. İnsanların yaşamında çeşitli biçimlerde varolan turizm olgusunun da toplumsal dönüşümlere paralel bir değişime uğradığı görülmektedir. Bu anlamda, turizm paradigmasını “Modern Öncesi Turizm Paradigması”, “Modern Turizm Paradigması” ve “Post-Modern Turizm Paradigması” şeklinde ele almak mümkündür. Turizm paradigmasının tarihsel süreç içerisindeki gelişiminde sosyal yapı, teknolojik gelişmeler, üretim biçimleri ve turizm pazarının niteliği'nin etkili olduğu görülmüştür. Modern öncesi turizm paradigmasının şekillendiği dönemde, sosyal yapının sınıf farklılıklarına dayalı olduğu, üretimin zanaatkarlık kapsamında şekillendiği, teknolojik gelişmelerin oldukça sınırlı olduğu ve turizm pazarının üst sınıfın bireysel talepleri doğrultusunda şekillendiği görülür. Bu dönemde, toplumda henüz turizm bilincinin oluşmamış olması, refah seviyesinin düşük olması ve zorunlu sebepler dışında seyahat etmenin soylu ve aristokrat sınıflara ait bir hak olarak görülmesi gibi nedenlerle, turizmin demokratik yapıdan yoksun bir şekilde sınıfsal farklılıklara dayalı bireysel taleplerle şekillendiği tespit edilmiştir. Modern öncesi dönem diğer yandan, günümüz kültürel mirasının oluşumu ve turizm etkinliğinden ilk olarak söz edilmesi açısından da önem taşır.

Feodal ve dini dogmacılığa karşı ortaya atılan ve insan aklının üstünlüğüne dayanan aydınlanma döneminde temelleri atılan modern düşünce ise sanayileşme ile birlikte köklü bir dönüşüme neden olmuştur. Kitleliliğin düşüncesinin öne çıktığı modern dönemin varsayımları toplum hayatının gelişmesinde önemli bir aşamadır. Modern dönem, turizm arzı ve talebini yoğun biçimde etkileyerek günümüze kadar etkileri devam eden dönüşümlere neden olmuştur. 19. yüzyılın sonlarına doğru şekillenen modern dönemde seyahat etme özgürlüğü, refah artışı, çalışan haklarındaki gelişmeler, sosyal güvenlik hakları, teknolojik gelişmeler, kentleşmenin hızlanması ve Fordist üretim anlayışına paralel olarak turizm ürünleri giderek standartlaştırılmış ve kitlelere hitap eder bir hale dönüşmüştür (Roney 2002). Modern turizm paradigmasının şekillenmesinde, özellikle seyahatin demokratikleşmesi, bilgi ve ulaşım teknolojilerindeki gelişmelerin turizme kitlelilik kazandırması gibi gelişmelerin etkili olduğu ifade edilebilir. II. Dünya Savaşı ve sonrasındaki ulaşım ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler turizm hareketlerinin uluslararası çapta ivme kazanmasında önemli rol oynamıştır. Modern dönemde turizm hareketlerinde artış ve turizmin kurumsallaşması gibi gelişmeler, turizmin nicel açıdan büyümesini sağlamıştır.

Buna karşın bu büyümenin kitle turizmine yoğunlaşması nedeniyle belirli bir alanda sınırlı olduğu da dikkati çekmektedir.

Post-modern döneme gelindiğinde, düşünsel odak noktasında kitleselleşmenin yerini bireyin aldığı, evrensel geçerli ilke veya doğrular yerine, bireyin özgürlüğü ve refahının öne çıktığı görülmektedir. Diğer yandan kitlesel üretim ve tüketimin olumsuz etkilerinin yoğun olarak hissedilmeye başlanması, buna yönelik çözüm arayışlarının artmasına yol açmıştır. Post-modern bireylerin ihtiyaçları artık standartlaştırılmış kitlesel ürünlerle karşılanamamaktadır. Post-modern turizm paradigması böylece esnek kitlesel talep ve üretimden bireysel talep ve üretime doğru hızla yol almaya başlamıştır. Bunun sonucu olarak, post-modern dönemde çevre duyarlılığı ve sürdürülebilirlik kavramlarının önem kazandığı, gerçek üstü ve sanal deneyimlerin ön plana çıktığı, bilgi ve iletişim teknolojilerinden en üst düzeyde faydalandığı ve aşırı derecede bireyselleşmiş bir turizm endüstrisinin şekillendiği görülmüştür. Ayrıca, post-modern dönemde, sanal gerçeklik ve üst-gerçeklik uygulamalarıyla turizm olgusunun oluşması için insanların ikamet ettikleri yer dışına seyahat etmelerinin artık bir gereklilik olmaktan çıktığı ve bunun sonucunda turizm olayının yok olacağı fikri de ifade edilmeye başlanmıştır (Urry 1999: 206-207). Ancak geleneksel turizm tanımındaki ikamet edilen yerden ayrılış ve geri aynı yere dönüş mantığına aykırı olduğu fikrine dayanılarak, turizm alanında yaşanan bu gelişmelerin turizmi yok edeceği düşünülmemelidir. Çünkü tarihsel süreç içerisinde değerlendirildiğinde, turizm endüstrisinin değişimlere adaptasyon yeteneğinin oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Öyle ki modern öncesi dönemin sınırlı teknoloji ve bireysel taleplerle şekillenen yapısından, modern döneminin hızlı teknolojik gelişmeleri ve kitlesel yapısına geçişte yaşanan süreçte ve post-modern dönemin ileri teknoloji ve bireyselleşme sürecinde de turizm endüstrisi adaptasyon yeteneğini benzer şekilde ortaya koymuştur. Bu sonuçlara bağlı olarak, turizm paradigmasının daha önceki dönemlerle paralellik göstermekte olduğu ve post-modern turizm paradigmasının da sosyal yapı, teknolojik gelişmeler, üretim biçimleri ve pazar yapısında ortaya çıkan gelişmelere bağlı olarak bir gelişim süreci içinde olduğu görülmüştür. Yaşanan bu değişimlerle günümüzde turizm, uzay turizmi gibi olağanüstü deneyimler sunan, üst ger-

çeklik ve sanal gerçekliklerle zaman ve mekân bağımlılığını ortadan kaldıran farklı uygulamaların denendiği bir endüstri haline gelmiştir.

## KISITLILIKLAR VE GELECEK ÇALIŞMALAR İÇİN ÖNERİLER

Bu çalışmada, turizm paradigmaları literatürdeki mevcut çalışmalar kapsamında incelenmiş, turizmin bugüne kadar geçirdiği değişimler sistematik bir biçimde ortaya koyulmuş ve geleceğe yönelik bazı öngörülerde bulunulmuştur. Bu öngörülerin ikincil veri kaynaklarına dayanması, çalışmanın en önemli kısıtlılığını teşkil etmektedir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda turizm profesyonellerinin ve akademisyenlerinin mevcut turizm paradigmasını nasıl değerlendirdiği ve turizmin geleceğine ilişkin öngörülerinin neler olduğunun ampirik olarak test edilmesi, bu çalışmada ortaya koyulan turizm paradigmasının geçerliliğini kanıtlaması açısından önemli görülmekte ve paradigmalara ilişkin ampirik çalışmaların yapılması önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Ayuso, S. (2006). Adoption of Voluntary Environmental Tools for Sustainable Tourism: Analysis the Experience of Spanish Hotels, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 13: 207-220.
- Baransel, A. (1993). *Çağdaş Yönetim Düşüncesinin Evrimi*. İstanbul: Avcıol Basım Yayım.
- Belfiore, M. (2005). The Five Billion Star Hotel, *Popular Science*, 266 (3): 50-57.
- Berber, Ş. (2003). Sosyal Değişme Katalizörü Olarak Turizm ve Etkileri, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9: 205-222.
- Böwering G. (2003). Zulme Uğrayan ve İlahla Suçlanan İlk Süfiler, *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 12 (2): 361-384.
- Casson, L. (1994). *Travel in the Ancient World*. Baltimore-Maryland: The John Hopkins University Press.
- Chadwick, R. (2005). *First Civilizations: Ancient Mesopotamia and Ancient Egypt*. Londra: Equinox Yayınevi.
- Cebecioğlu, E. (1992). Güney Asya'da İslamın Yayılmasında Süfilerin Rolü, *A.Ü.İ.F. Dergisi*, 33: 157-178.
- Cohen, J. (2002). The Contemporary Tourist: Is Everything Old New Again? *Advances in Consumer Research*, 29: 31-35.
- Collins, P. (2004). Space Tourism: Recent Progress and Future Prospects, *Space Technology and Applications International Forum*, (STAIF-2004).
- Çakırkaya, M. E. (1994). İstanbul'daki 5 Yıldızlı Lüks Şehir Otellerinde Tasarımın Gelişimi Üzerine Bir Araştırma (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Çoruh, S. (1979). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Güven Matbaası.
- Dinsmoor, W.B. (1950). *The Architecture of Ancient Greece: an Account of its Historic Development*. New York: Biblo and Tannen.

- Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları.
- Eralp, Z. (1974). *Turizmin Toplumsal Değişme Sosyo-Ekonomik Et-kisi, Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Feiffer, M. (1985) *Tourism in History: From Imperial Rome to Present*. New York: Stein and Day.
- Gartner, W. C. (1996). *Tourism Development: Principles, Process and Policies*. New York: John Wiley & Sons.
- Goeldner, C. R. Ritchie, J. R. B. ve McIntosh, R. W. (2000). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Göksan, E. (1978). *Turizmoloji*. İzmir: Uğur Ofset.
- Heal, F. (1990). *Hospitality in Early Modern England*. New York: Clarendon Yayınları.
- Hudman, L. ve Jackson, R. (1999). *Geography of Travel & Tourism*. New York: Delmar Yayınları.
- İçli, G. (2002). Türk Modernleşme Sürecinin Günümüzdeki Yön-elimi, *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (2): 245-254.
- İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi. Unicef-Türkiye [http://www.unicef.org/turkey/udhr/\\_gi17.html](http://www.unicef.org/turkey/udhr/_gi17.html), Erişim tarihi: 29.11.2011.
- İstanbullu, F. (1994). *Ağırlama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yö-netimi*. Ankara: Türkiye Kalkınma Yayınları.
- İşevi, A. S. ve Çelme, B. (2005). Bilgi Çağında Yeni Hazine: Entellektüel Sermaye ile Rekabeti Yakalamak, *Bilgi Dünyası*, 6 (2): 251-257.
- Jafari, J. (2003). *Encyclopedia of Tourism*. New York: Routledge.
- Jain, T. R ve Ohri, V. K (2006). *Development Economics*. Delhi: V.K. Yayınları.
- James, T. G. H. (2005). *The British Museum Concise Introduction to Ancient Egypt*. Michigan: Michigan Üniversitesi Yayınları.
- Jovane, F., Koren, Y. ve Boer, C. R. (2003) Present and Future of Flexible Automation: Towards New Paradigms, *CIRP Annals*, 52 (2): 543-560
- Kayaman, R. ve Armutlu, C. E. (2003). Post-modern Tüketici Davranışının Pazar Bölümleme Kavramına Etkileri: Post-modern Klanlar, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1: 133-145.
- Kennedy, D., Singleton, J. ve Geneo, M.R. (2006). History of Recreation. İçinde G. Kassing, M. Feld, M. Rivera ve D. Campbell (Editörler) *Introduction to Recreation and Leisure* (ss. 17-37). New York: Human Kinetics.
- Kelly, R. J. ve Freysinger, J. V. (2000). *21st Century Leisure*. Needham Heights. MA: Allyn & Bacon.
- Kınacı, B., Pehlivan, N. A. ve Seyhan, G. (2006). *Turizm ve Çevre (Çevre Koruma)*. Ankara: Pegem Akademi.
- Kocacık, F. (2003) Bilgi Toplumu ve Türkiye, *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27 (1): 1-10.
- Kozak, M. A. ve Bahçe, A. S. (2009). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, A.M. ve Kozak M. (2011). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lickorish, L. J. ve Jenkins, C. L. (1997). *Introduction to Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Kaliforniya: Kaliforniya Üniversitesi Yayınları.
- Marx K. ve Engels F. (2006). Communist Manifesto. [http://www.slp.org/pdf/marx/comm\\_man.pdf&pli=1&chrome=true](http://www.slp.org/pdf/marx/comm_man.pdf&pli=1&chrome=true), Erişim tarihi: 25.08.2012.
- McIntyre, G. (1993). *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*. Madrid: WTO Yayınları.
- McLean, D. J. Hurd, A. R. ve Rogers, N. B. (2008). *Kraus' Recreation and Leisure in Modern Society*. Boston: Jones and Bartlett Yayınları.
- Nicholson R. A. (1998). Tasavvufun Kaynağı ve Gelişimi Üzerine Tarihi Bir Araştırma, *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7 (7): 689-708.
- Odabaşı, Y. (2012). *Post Modern Pazarlama*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Otto, M. (2010). *Feasibility Study and Future Projections of Sub-orbital Space Tourism at the Example of Virgin Galactic*. Hamburg: Diplomatic Yayınları.
- Rızaoğlu, B. (2004). *Turizm ve Toplumsallaşma*. Ankara: Detay Yayınları.
- Rojek, C. (1995). *Decentring Leisure: Rethinking Leisure Theory*. Londra: Thousand Oaks, New Delhi: Sage Yayınları.
- Roney, S.A. (2002). Fordizmden Post Fordizme Geçiş Sürecinin Turizme Yansımaları: Kitle Turizmi ve Alternatif Turizm, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13 (1): 9-14.
- Roney, S.A. (2011). *Turizm: Bir Sistemin Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sales, H. P. (1959). *Travel and Tourism Encyclopaedia: With Special Reference to Travel Agency Operation*. New York: Blandford Yayınları.
- Sharpley, R. ve Telfer, D. J. (2002). *Tourism and Development: Concepts and Issues*. New York: Channel View Yayınları.
- Shaw, G. ve Williams, A. M. (2004). *Tourism and Tourism Spaces*. Londra: Sage Yayınları.
- Standeven, Y. ve De Knop, P. (1999). *Sport Tourism. Champaign. II: Human Kinetics*.
- Swarbrooke, J. ve Horner, S. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism*. İkinci Baskı, Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Şenel, A. (2001). *İlkel Topluluktan Uygur Topluma*. Ankara: Bilim ve Sanat.
- Tataroğlu, E. G. (2006). Conceptual Analysis of Tourism: The Case of Marmaris Town in Turkey. (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Thompson, J. (2008). *History of Egypt: From Earliest Time to the Present*. Kahire: Amerikan Üniversitesi Yayınları.
- Toffler, A. (2008). *Üçüncü Dalga*. Çeviren: S. Yeniçeri, İstanbul: Koridor Yayıncılık.
- Toskay, T. (1970). Turizm Olayı ve Tarihsel Gelişimi, *İktisat Dergisi*, 12 (72): 13-17.
- Toskay, T. (1983). *Turizm: Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul: Der Yayınları.
- Touati H. (2004). *Ortaçağda İslam ve Seyahat*. Çeviren: Ali Berkay, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Uriely, N. (1997). Theories of Modern and Postmodern Tourism, *Annals of Tourism Research*, 24 (4): 982-984.
- Uriely, N. (2005). The Tourist Experience: Conceptual Developments, *Annals of Tourism Research*, 32 (1): 199-216.
- Urry, J. (2009). *Turist Bakışı*. Çeviren: E. Tataroğlu, İ. Yıldız. İstanbul: Bilgesu Yayıncılık.
- Urry, J. (1999). *Mekânları Tüketmek*. Çeviren: R. G. Ögdül. İstanbul: Mart Yayıncılık.
- Ülgener, S. F.(1966). *Milli Gelir, İstihdam ve İktisadi Büyüme*. İstanbul: Der Yayımevi.
- Yeoman, I. (2008). *Tomorrow's Tourist*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Yüksel, A. 2000. The Quest for Quality and Competitiveness: A Case of Turkish Tourism, *Journal of Vacation Marketing*, 7 (2): 153-168
- Yüksel, A., Çulha, O. ve Yüksel, F. (2009). Siyasi Partiler Gözüyle Turizm, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 6 (3): 78-81.a.