

Avrupa’da ve Türkiye’de Sosyal Turizm

Doç. Dr. Doğan BIÇKI

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İ.İ.B.F

Kamu Yönetimi Bölümü

E-posta: doganbicki@mu.edu.tr

Arş. Gör. Duygu AK

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İ.İ.B.F

Kamu Yönetimi Bölümü

E-posta: ak87.duygu@gmail.com

Arş. Gör. Serhat ÖZGÖKÇELER

Uludağ Üniversitesi İ.İ.B.F

Çalışma Eko. ve End. İlişkileri Bölümü

E-posta: serhat@uludag.edu.tr

Özet

Sosyal turizm, kökenleri geçmişe dayanmakla birlikte yakın dönemde anlamı ve önemi daha iyi anlaşılabilir ve günümüzde hızla gelişen bir turizm türüdür. Çalışan kitlelerin yoğun çalışma şartları nedeniyle sürekli etkisi altında buldukları psikolojik ve fiziksel baskı tatil olan ihtiyacı kuvvetlendirmektedir. Günümüzde turistik hareketler, satın alma gücü yüksek olan bireylerin, turizm hareketlerine katılmaları şeklinde gerçekleşen ayrıcalıklı yapıdan sıyrılarak, “dezavantajlı bireyler” in de çeşitli kolaylıklarla turizm hareketlerine katılmalarına imkân verecek araçlar peşindedir. Bu bağlamda, *sosyal turizm*, turizme katılım hakkının sağlanmasında ihtiyaç duyulan imkanlardan birisi olarak gözükmektedir. Nitekim, 1950’li ve 1960’lı yıllardan itibaren hız kazanmaya başlayan sosyal turizm, çerçevesi iyi belirlenmiş sosyal yöntemler sayesinde, nüfusun “düşük gelirli” kesimlerinin turizme iştirak etmesinden doğan tüm kavram ve olaylar olarak tanımlanabilir. Sosyal turizm kapsamında, *engelliler, gençler, çocuklar, yoksullar ve öğrenciler öncelikli hedef grupları oluşturmaktadır*. Bu çalışmada sosyal turizm, çocuklar ve gençler açısından ele alınmakta; Avrupa’da yürütülmekte olan başarılı örnekler tanıtılmakta ve ülkemizin bu alandaki pozisyonu tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Turizm, Çocuk ve Gençler, Avrupa-Türkiye’de Sosyal Turizm

Social Tourism in Europe and Turkey

Abstract

Social tourism is a type of tourism which has recently become much more important and it is growing fast today though its origins date back. Psychological and physical pressure that the working people are largely exposed due to hard working conditions increases the need for holiday. Today, touristic activities seek possibilities that facilitate ‘disadvantaged individuals’ participate tourism activities with various opportunities by leaving the exclusive structure in which only well off individuals can participate. In this context, *social tourism* appears to be one of the opportunities required for fair participation in tourism. Thus, social tourism, which started growing fast during 1950s and 1960s, by means of well-determined framework of social methods,

can be defined as all concepts and activities arising from participation of 'low income' people. Within the scope of social tourism, *the handicapped, teenagers, children, the poor and students* constitute primary target group. This study takes up social tourism from the point of children and teenagers; introduces successful examples in Europe and discusses the position of our country.

Keywords: Social Tourism, Children and Teenagers, Social Tourism in Europe-Turkey

1. Giriş

Sosyal turizmin büyük ölçüde kabul gördüğü Avrupa ülkelerinde tatil ve turizme katılma bir hak olarak görülürken, tatilin bir lüks ve isteğe bağlı yapılan bir faaliyet olarak görüldüğü ülkelerde sosyal turizm nispeten geri kalmıştır. Sadece çalışan kesim değil, satın alma gücü kısıtlı olan dar gelirli kesim de dahil olmak üzere herkesin dinlenmeye, işten izin almaya ve tatil faaliyetlerine katılmaya hakkı vardır. Bu bir kişisel gelişim hakkıdır. Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi de sosyal turizmi bir hak olarak görmektedir (EESC, 2006). Ülkelerin sosyal turizmi yorumlama biçimine göre, tesisleri, hedef kitlesi, finansman kaynağı vb. değişmektedir. Türkiye açısından sosyal turizm son yıllarda gelişme göstermekle birlikte henüz kurumsallaşmış değildir.

Çalışmanın birinci bölümünde sosyal turizm kavramı çeşitli yönleriyle ortaya konmuştur. Bu bağlamda, sosyal turizmin genel turizm içindeki konumu, gelişim süreci, amaçları, arz ve talep konusu açıklanmıştır. İkinci bölümde, Avrupa'da çocuk ve gençlere yönelik örnek sosyal turizm uygulamalarına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise Türkiye'nin sosyal turizm açısından durumu değerlendirilmiş; bu bağlamda, ülkemizde çocuk ve gençlere yönelik, sosyal turizm uygulaması sayılabilecek örneklerle yer verilmiştir.

2. Turizm, Sosyal Turizm, Amaçları, Tarihsel Gelişimi

Bir kavram olarak turizmin tanımlanması konusunda yazarların bakış açısına ve ele alınış amaçlarına göre farklı tanımlar yapılmıştır. Türk Dil Kurumu'na ait "Büyük Sözlük"te kavram, *dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla yapılan gezi; bir ülkeye veya bir bölgeye turist çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin, yapılan çalışmaların tümü* olarak tanımlanmaktadır (TDK). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'ne (UNWTO) göre iktisadî ve sosyal bir fenomen olarak değerlendirilen turizm, *insanların devamlı olarak yaşadıkları yerler dışında tüketici olarak iş, merak, din, sağlık, spor, dinlenme-tatil, eğlence, kültür ya da aile ziyareti, kongre, seminerlere katılmak gibi nedenlerle, bireysel veya toplu şekilde yaptıkları seyahatlerden ve gittikleri yerde yirmi dört saati aşan veya ülkenin bir konaklama tesisinde en az bir geceleme süresi ile konaklamalarından ortaya çıkan seyahat ve geçici konaklama hareketlerine* verilen addır (UNWTO).

Avrupa’da ve Türkiye’de Sosyal Turizm

Turizme katılım, günümüzde bir lüks tüketim olmanın ötesinde, temel bir insan hakkı olarak değerlendirilmektedir. Turizme katılımın bir “hak” olarak değerlendirilişinde, en önemli referans noktalarından birisini “*Turizmde Global Etik İlkeler Bildirgesi*” oluşturmaktadır (UNWTO) . Dünya Turizm Örgütü, 13. Genel Kurulu’nu gerçekleştirdiği Santiago-Şili’de, *turizmin toplum ve çevreye olumsuz etkilerini azaltmak, dünya turizminin sorumlu ve sürdürülebilir gelişimini bir dizi ilkeye bağlamak* amacıyla anılan Bildirge’yi kabul etmiştir. “Turizme Katılma Hakkı” başlığını taşıyan 7. Bölümün, ikinci, üçüncü ve dördüncü maddeleri, bu hakkın sosyal niteliğine vurgu yapmaktadır:

Madde 2: “Turizm hareketine katılmak, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi’nde belirtilen dinlenme, çalışma saatlerinin sınırlandırılması ve ücretli izin hakkının bir sonucu olarak değerlendirilmelidir”;

Madde 3: “*Sosyal turizm, özellikle de gruplar hâlinde yapılan turizm, kamu görevlilerinin desteğiyle geliştirilmelidir*”;

Madde 4: “Aile, gençlik, öğrenci, üçüncü yaş ve engellilerin turizm hareketine katılması kolaylaştırılmalı ve teşvik edilmelidir”.

Sosyal turizm, turizm türleri arasında az bilinen bir kategoriyi oluşturmaktadır. Nitekim, 2006 yılında İngiltere’de işçilerle yapılan bir anket çalışmasında, katılımcılardan %68’inin sosyal turizmi daha önce hiç duymadıkları belirlenmiştir (Minnaert vd., 2012: 19).

Sosyal turizme yönelik farklı tanımları biçimleri bulunmakla beraber; sosyal turizmin hedefinde olan bireyler konusunda görece bir uzlaşma olduğu söylenebilir: Sosyal turizme konu olan bireyler, iktisaden zayıf konumda olup desteklenmeksizin tatile çıkamayacak olan kimselerdir (Minnaert vd., 2012: 18).

2.1. Sosyal Turizm Kavramı

Genel olarak sosyal turizm bir şemsiye kavram olarak görülebilir. Birçok kamu, özel sektör ve üçüncü sektör paydaşını ve birçok farklı girişimi birleştirmektedir (Minnaert vd., 2012: 19). Sosyal turizm, iktisadi güçleri nispeten zayıf olan kitlelerin birtakım kolaylaştırıcılar yoluyla turizm hareketine katılmaları ve bundan doğan ilişkilerin tümüdür (Usta, 1982: 7). Bu tanım çerçevesinde, sosyal turizmin ilk özelliğinin iktisadi güçleri zayıf olan kitleleri kapsaması olduğu görülmektedir. Sosyal turizmin bir diğer özelliği, söz konusu kitlelerin turizme katılmaları güç olduğundan bu katılmayı özel önlem ve tesisler gibi birtakım kolaylaştırıcıların sağlamakta olmasıdır.

Uluslararası Sosyal Turizm Bürosu da, benzer bir sosyal turizm tanımı yapmaktadır (ISTO, 2003): “Sosyal turizm, iyi tanımlanmış sosyal yöntemler sayesinde, nüfusun düşük gelirli kısımlarının turizme iştirak etmesinden doğan tüm kavram ve olaylardır.” Bu tanım da sosyal turizmin yukarıdaki tanımıyla uyumludur: Sosyal turizm, nüfusun düşük gelirli kısımlarına hitap etmektedir ve bu kitlelerin turizme katılmaları iyi tanımlanmış sosyal yöntemler sayesinde gerçekleşmektedir.

Hunziker (1951: 1), sosyal turizmin ne olduğuna dair ilk tanımlamayı yapan kişilerden birisidir. Ona göre söz konusu kavram, “toplum içinde yaşayan dezavantajlı grupların ya da ekonomik açıdan zayıf kesimlerin turizm faaliyetine katılımları noktasında ortaya çıkan bir tür fenomen ve/veya ilişkiler”dir. Hunziker daha sonraki yıllarda, anılan kavramın içeriğini bir takım yorumlarla zenginleştirerek şöyle tanımlamıştır (Hunziker, 1957’den aktaran; Minnaert vd., 2012: 20): “Özel/moral hizmetlere bağımlı, düşük gelir sahibi bireylerin katılımları ile nitelik kazanan özel bir turizm türü”.

Bir faaliyetin sosyal turizm olarak addedilebilmesi için üç koşulun yerine gelmesi gerekmektedir (EESC, 2006):

- Kitlelerin içinde bulunduğu hayat şartlarının turizm hakkını kısmen veya tamamen kullanmayı imkansız hale getirmesi gerekir. Bu durumun; ekonomik koşullar, fiziksel veya akli yetersizlik, kişisel veya ailevi yalnızlık, düşük hareketlilik, coğrafi zorluklar ve gerçek bir engel teşkil eden çeşitli sebeplerden kaynaklanması gerekir.
- Bir kişi, bir kamu kurumu veya özel kuruluş, bir şirket veya en azından örgütlenmiş bir grup insanın, insanların turizm haklarını kullanmaları önündeki engelin ortadan kaldırılması için harekete geçmeye karar vermiş olmaları gerekir.
- Bu hareketin etkili olması ve bir grup insanın sürdürülebilirlik, erişilebilirlik ve dayanışma değerlerine saygı duyan bir şekilde turizme iştirak edebilmesine yardımcı olunması gerekir.

Tatile erişim hakkının evrensel olmasını engelleyen en genel unsur, maddi yetersizliktir. Tipik olarak Avrupa nüfusunun yaklaşık %20-30’u tatile çıkmak için yeterli maddi gücü olmayan kişilerdir. Bununla birlikte, istemedikleri için tatile çıkmayanlar, sağlıkları tatile çıkmaya elverişli olmayanlar ya da düşük hareketlilik nedeniyle tatile çıkmayanların oranı Avrupa’da daha düşüktür (Minnaert vd., 2012: 20).

Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi’nin sosyal turizm görüşüne göre, sosyal turizm bir haktır. Herkesin günlük, haftalık ve yıllık olarak işten izin almaya hakkı vardır. Bu boş zaman hakkı, kişilere kişiliklerinin her yönünü geliştirme fırsatı vermektedir. Turizm hakkı, bu genel hakkın somut bir ifadesidir ve sosyal turizm de bu hakkın evrensel olarak erişilebilir olmasını sağlama arzusundan beslenmektedir (EESC, 2006).

Avrupa’da sosyal turizm planlarında belirtilen dört farklı yorum mevcuttur (Minnaert vd., 2011: 404-7):

- *Katılımcı model (participation model)*, sosyal turizm, açıkça toplumsal olarak veya diğer nedenlerle dezavantajlı konumda bulunan grupları hedeflemektedir; ancak, uzmanlaşmış ürün ya da hizmetler ile karakterize edilmesi gerekli değildir. Yani ürün ya da hizmetler, sosyal

Avrupa’da ve Türkiye’de Sosyal Turizm

turizmle ilgisi olmayan diğer kullanıcılar için de standart şekilde mevcuttur.

- *İçer(il)me Modeli(Inclusion Model)* Sosyal turizm, ekonomik olarak ya da başka yollarla dışlanmış kesimleri de içine alarak toplumun tüm kesimlerinin turizme katılımlarını teşvik eder.
- *Uyarılma modeli (adaptation model)*, sosyal turizm bireylerinin ihtiyaçlarına özel olarak uyarlanmış ürün ve hizmetler sunmaktadır ve katılım dezavantajlı hedef gruplarla sınırlandırılmıştır.
- *Teşvik modeli (stimulation model)*, genel olarak sosyal turizm girişimleri, ev sahibi topluluk için ekonomik fayda sağlamaya odaklanır. Hedef gruplar, ölü sezon dönemlerinde çekilebilecek potansiyel müşteriler olarak görülür.

Günümüzde özellikle Avrupa’da sosyal turizm ile ilgili yukarıda ele alınan dört model de birlikte kullanılmaktadır. Fakat bazı ülkelerde, söz konusu modellerden biri, diğerlerinin önüne geçebilmektedir. Mesela *Belçika*’da yer alan “Tatile Katılım Merkezi” katılım modelini benimsemektedir. Bu Merkez, düşük gelirli grupların tatile/turizme katılımlarını artırabilmek için hem konaklama tedarikçileri hem de turizm cazibe merkezleri idarecileriyle müzakere etmekte ve sonuçta vergi/tarife oranlarının düşürülmesi sağlanmaktadır. Bu müzakere sürecinde, başta özel sektör olmak üzere pek çok kurum “gönüllülük” esası ile hareket etmekte ve ortak hedef “sosyal sorumluluğun teşvik edilmesi” olmaktadır. Bu modelin özgün karakteri ise; standart sınırlarının olmasıdır. Dolayısıyla bu modelde, sosyal turizm kullanıcılarına “sınırlı bir program” çizilmektedir (Minnaert vd., 2011: 406).

İkinci bir model olan *içer[il]me modeli* de standart turizm ürünleri ve hizmetleri üzerine kurulu olsa da (sadece dezavantajlı kesimleri değil; herkesi kapsar), yalnızca dezavantajlı hedef gruplara yönelik *sınırlı bir program sunmamaktadır*. Bu yaklaşıma örnek olarak *Fransa* gösterilmektedir. Burada “Chèques Vacances” ya da “Tatil/Seyahat Çekleri” adı verilen bir uygulama ile içerilme modeli işletilmektedir. Anılan uygulama ile spesifik tüketici kitlelerinin oluşturulması; Tatil/Seyahat Çekleri Ulusal Ajansı (ANCV) tarafından ilk kez tatile çıkacaklara yönelik tatil burslarının verilmesi öngörülmektedir. Buna ek olarak, devlet ve yerel kaynaklardan sosyal turizm tesislerinin yenilenmesi için *bütçe* ayrılmaktadır. Bu sistemin temel amaçlarından biri de gelir seviyesi farklılığına *bakılmaksızın* toplum içindeki her katmandan bireyin tatil etkinliklerine katılımının sağlanmasıdır. Ayrıca bu modelin benzerini Macaristan’da da görmek mümkündür (Minnaert vd., 2011: 406).

Adaptasyon modeli, dezavantajlarından ötürü tatil aktivitelerine katılmakta sorun yaşayan sosyal turizm tüketicileri için bir takım “özel hükümler”i uygulamaya koymaktadır. *İngiltere*’de kurulan “Break Hayırseverlik

Örgütü” söz konusu modeli esas almaktadır. Bu Örgüt, öğrenme güçlüğü çeken çocuklar ve ailelerinin kısa süreli tatil yapmalarına imkân veren bir yaklaşıma sahiptir. Break’in toplam dört tane merkezi bulunmakta ve bu merkezlerde, alanında uzman özel bakım personelleri (özellikle fiziksel engelli ve ağır bakım gerektiren engelliler için) istihdam edilmektedir (www.break-charity.org/). Bu merkezlerde dezavantajlı gruplar için indirimli tatil kampanyaları tertip edilmektedir. Sosyal turizmden ortaya çıkan maliyetlerin yarısını söz konusu gruplar; diğer yarısını da Örgüt -yardım toplama yöntemiyle- karşılamaktadır. Bunun dışında bu modelde farklı hedef gruplarına odaklanan başka programlar da yer almaktadır: *İngiltere*’de yaşlılara yönelik olarak “Yaşlılar İçin Ulusal İyilik Fonu” (National Benevolent Fund for the Aged); *Fransa*’da uzun-süreli hasta çocuklar için “Fransa Vakfı” (Fondation de France); *İngiltere*’de tek-ebeveynli aileler için “Tek Ebeveynli Aileler” (One Parent Families) ya da *Belçika*’da 13-19 yaş arasındaki genç ebeveynler için oluşturulan CRZ-Belgium (Minnaert vd., 2011: 406).

Teşvik modeli ise; yukarıda değinilen üç modelden esaslı bir biçimde ayrılmaktadır. Bu modelde, “toplumsal fayda” temel ilke olarak kabul edilmektedir. Buna göre, turizmin çok yoğun olmadığı dönemlerde âtil kalan turistik tesisler/merkezler, cazip kampanyalarla, sosyal turizm tüketicilerine kullanılabilmektedir. Böylece hem sosyal turizm tüketicileri için oldukça makul maliyetlerde tatil imkânı sağlanabilmekte hem de daha önceden yoğun olmayan turizm sezonlarında hizmet akitlerine son verilmek durumunda olan çalışanlar için “devamlılık” arz eden bir istihdam kapısı oluşmaktadır (Minnaert vd., 2011: 406-7). Dolayısıyla böylesi bir yaklaşım, diğer modellerden farklı olarak gerek ekonomik gerekse toplumsal yarar sağlama noktasında daha “bütüncül” bir yapı ortaya koymaktadır.

Teşvik modelini dünya genelinde başarıyla uygulayan ülkelerin başında *İspanya* gelmektedir. Burada IMSERSO (*Instituto de Mayores y Servicios Sociales-Institute for Older Persons and Social Services*) olarak adlandırılan Program aracılığıyla *İspanya*’nın kıyı bölgelerindeki turistik merkezlerde yoğun turizm sezonu ile sezon-dışı dönem arasında kalan dönemlerde *engelli* ve *yaşlı* bireyler için sosyal hizmetler ve sosyal turizm olanakları sağlanmaktadır. Bu Program’ın finansmanın %70’i sosyal turizm tüketicisi, kalan %30’lük kısım ise; kamu sektörü tarafından karşılanmaktadır. Bununla beraber, 2008-2009 dönemi içinde yaklaşık 1 milyon katılımcı, kıyı bölgelerinde toplam 300 otelde sosyal turizm faaliyetlerinde yer almış; toplam 79,300 adet iş imkânı ortaya çıkmış ve *İspanyol Hükûmeti* 2009-2010 yılları için 105 milyon € bütçe ayırmıştır (<http://www.imserso.es/>).

Uluslararası Sosyal Turizm Bürosu’na göre, sosyal turizm, beş kriter üzerine kuruludur (ISTO, 2006: 4-6): çoğunluğun turizmden yararlanma hakkı, sosyal turizmin sosyal entegrasyona katkısı, sürdürülebilir turizm yapılarının

Avrupa'da ve Türkiye'de Sosyal Turizm

oluşturulması, istihdam ve ekonomik kalkınmaya katkı ve sosyal turizmin küresel kalkınmaya katkısı.

2.2. Sosyal Turizmin Amaçları

Sosyal turizmin temel amacı, ekonomik gücü zayıf bireylerin turistik etkinliklere katılıp bedensel ve zihinsel yıpranmalarını azaltmak ve çeşitli açılardan gelişmelerini sağlamaktır. Diğer amaçları ise şu şekilde sıralanabilir (Usta, 1982: 12):

- İnsanların, özellikle çalışan kesimin düşünce ve değer yargularının genişletilmesi,
- Sosyal kaynaşma sağlanması,
- Kendi ülke insanlarını tanıma olanağı sağladığı gibi, diğer milletler ile yakınlaşma ve dostluk duygularının geliştirilmesi,
- Sosyal eşitliğin sağlanması,
- Yaşlılar için yeniden aktif bir yaşam ortamının yaratılması.

Avrupa'da uygulanan sosyal turizm örneklerinde bahsi geçen amaçlar değişik şekillerde gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. Örneğin, Fransa'da uygulanan tatil çeki sistemi, bütün toplumda tatil faaliyetlerine katılan insan sayısını arttırmaya yöneliktir (Diekmann vd., 2012: 37). İspanya'daki IMSERSO programı yaşlıların yaşam kalitelerini iyileştirme amacının yanı sıra, turizm sektöründeki işsizlikle mücadele etmek gibi ekonomik bir amaca da sahiptir (Flanders Belgium Tourism Notebook, 2009: 80).

2.3. Sosyal Turizmin Tarihsel Gelişimi

Sosyal turizm faaliyetlerinin hangi tarihte ortaya çıktığı net olarak bilin(e)mese de, 20. yüzyılın başlarında rakımı yüksek yerlerde, beden egzersizlerine dayanan tatillerde uzmanlaşmış kurumlar ya da İsviçre ve Fransa'da yoksul ailelerin çocukları için kurulan tatil kampları ile başlamış olabileceği belirtilmektedir. Resmî makamlar ise; sosyal turizmin ilk formlarına İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra dâhil olmaya başlamıştır. Bu katılım, bazı ülkelerce (Birleşik Krallık, Hollanda gibi) müdahaleyi tercih etmeyen bir tutum altında sergilenmiş olsa dâhi, sosyal turizm faaliyetlerini organize eden bazı Avrupa ülkelerinde (Fransa, İtalya, Portekiz ve İspanya gibi) *işçi hareketleri* ile sıkı bir ilişki içinde gerçekleşmiştir. Sosyal turizmi teşvik etme çabaları özellikle 1950'li ve 1960'lı yıllarda hız kazanmaya başlamış ve merkezi Brüksel'de olan ve bugün hâlen geniş-çaplı tanıtım ve temsil işleriyle uğraşan *Uluslararası Sosyal Turizm Örgütü* (ISTO) de dâhil birçok kurum, birlik ve eşgüdüm sağlayan oluşum bu dönemlerde ortaya çıkmıştır (EESC, 2006).

1996 yılında Uluslararası Sosyal Turizm Bürosu *Sosyal Turizm Bildirgesi* yayımlayarak sosyal turizmin genel çerçevesini belirlemiş ve sosyal turizmi bir toplum biçimlendirici, ekonomik büyümeyi teşvik edici ve küresel kalkınma programlarında bir ortak olarak göstermiştir (ISTO, 1996).

Dünya Turizm Örgütü (WTO) tarafından onaylanan ve Birleşmiş Milletler tarafından 2001 yılında kabul gören *Turizmde Küresel Etik İlkeler*'in "Turizme Katılma Hakkı" başlıklı 7. bölümünde yerel ve uluslararası turizm hareketine katılmak, boş zaman değerlendirmesinin en iyi şekli olarak görüldüğünden, bu hareketi engelleyen unsurların ortadan kaldırılması gerektiği vurgulanmıştır. Turizm hareketine katılma, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nde belirtilen dinlenme, çalışma saatlerinin sınırlandırılması ve ücretli izin hakkının bir sonucu olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca bölümün devamında sosyal turizme de vurgu yapılmakta, sosyal turizmin kamu görevlilerinin desteğiyle geliştirilmesi gerektiği; aile, genç, öğrenci, özürlü vb. grupların turizme katılımının teşvik edilmesi gerektiği belirtilmektedir (Turizmde Küresel Etik İlkeler, 2001: 5).

2003 yılında sosyal turizme yeni bir yorum getiren ve değişen toplumsal koşullara karşılık olarak ortaya çıkan "*Herkes İçin Turizm*" (*Tourism for All*) yalnızca ticari hedeflere odaklanmış olmayan bir turizm biçimine gönderme yapmaktadır (Flanders Belgium Tourism Notebook, 2009: 10). Temelde mümkün olduğu kadar çok sayıda insanın turizm ve boş zaman faaliyetlerine katılmasını amaçlamaktadır. Gelişmiş bir sosyal turizm politikasına sahip olan Fransa gibi bir ülkede bile nüfusun %40'ı turizm faaliyetlerine katılamamaktadır; kaldı ki bu oranın az gelişmiş ülkelerde çok daha yüksektir. *Herkes İçin Turizm*; gençler, aileler, yaşlılar ve engelliler gibi grupları hedeflemektedir (Belanger and Jolin, 2011: 478).

Bunun yanı sıra *Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi Barselona Bildirgesi*'nde sosyal turizmin faydalarından şu şekilde bahsedilmektedir: Avrupa vatandaşlığı, kişisel ve topluluk refahı ve gelişimi, sağlığın iyileştirilmesi ve istihdam olanaklarının genişletilmesi (EESC, 2006).

Komite aynı zamanda Avrupa Birliği üye ülkelerini sosyal turizmin paydaşları olarak tanımlamaktadır (Minnaert vd., 2009: 317). Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi, her Avrupa ülkesinin ulusal bir sosyal turizm programı geliştirmesini ve ülkelerin sosyal turizm ile ilgili deneyimlerini paylaşımları için teşvik edilmeleri gerektiğini belirtmektedir (Flanders Belgium Tourism Notebook, 2009: 73).

Günümüzde merkezi Brüksel'de bulunan, geniş çapta tanıtım ve temsil alanında faaliyet gösteren *Uluslararası Sosyal Turizm Bürosu* ile birlikte Avrupa genelinde sosyal turizmde çalışan bir çok konsorsiyum, dernek, sendika ve ortak girişim bulunmaktadır (Barselona Bildirgesi, 2006: 7).

2.4. Sosyal Turizmde Arz ve Talep

Turizmde demokratikleşme sonucu olarak hem özel sektör hem de kamu sektörü yatırımlarında bir değişim yaşanmıştır. Artık sadece büyük ve lüks otellerin yapımı yerine, yatırımlar, orta sınıfı ve iktisadi güçleri nispeten daha zayıf olan sınıfları da kapsayacak şekilde çeşitlenmiştir. Böylece *sosyal turizm*

Avrupa’da ve Türkiye’de Sosyal Turizm

açısından arz deyimi, sosyal turizme sunulan konaklama ve ulaşım imkanlarını kapsamaktadır (Usta, 1982: 43).

Diğer yandan, sosyal turizmin gelişmesiyle klasik konaklama tesislerinin yetersizliği ortaya çıkmıştır. Çünkü geleneksel otelcilik, özellikle lüks oteller doğrultusunda bir gelişim süreci izlemiştir. Bu otellerdeki fiyatlar, sınırlı bir gelire sahip olan sosyal turizm bireylerinin ödeme güçlerinin üstünde olabilmektedir. Ucuz konaklama tesislerinin yetersizliği karşısında beliren boşluğu kapatmak amacıyla tamamlayıcı konaklama tesisleri gelişmiştir. Bu şekilde oluşan sosyal turizm, konaklama tesisleri, çadır köyler, karavan tatilleri, kamping alanları, aile tatil köyleri gibi tesislerdir (Usta, 1982: 45-49).

Sosyal turizm açısından talep, bireylerin turizme katılma talebidir. Sosyal turizm başlıca dört hedef grubu kapsamaktadır: gençler, engelliler, yaşlılar ve dar gelirli aileler (Diekmann vd., 2012: 36). Bu gruplar aynı zamanda Calypso projesinin de hedef grupları olarak belirtilmiştir. Yaşlılar, 18-30 yaş aralığındaki gençler, engelliler ve son olarak düşük gelirli ailelere yönelik olarak Calypso Projesi, söz konusu hedef kitlenin tatil imkanlarını arttırmak, Avrupa’da ekonomik büyüme yaratmak, sezona bağlılığı azaltmak, turizm sektöründe daha iyi ve kalıcı istihdam yaratmak gibi amaçlarla geliştirilmiştir (Minnaert vd., 2011: 411).

Bu hedef grupların seçimi iki şekilde belirlenebilir: İlk olarak, her genç, yaşlı, engelli ya da her aile turizmden dışlanmış değildir ve bu nedenle sosyal turizme konu değillerdir. İkinci olarak, hedef gruplar turizmden dışlanmış olan bütün toplumsal grupları kapsamaz. Örneğin, 30-65 yaş aralığındaki bekar bir kişi, ne aile ne de yaşlı tanımına uymadığı için bu kategorilerin dışında kalacaktır (Diekmann vd., 2012: 36-37).

Sosyal turizm açısından burada önemli olan konu, talebin finansmanı olacaktır. Çünkü sosyal turizme konu olan bireyler, iktisadi bakımdan zayıf olan ve bu nedenle mali açıdan desteklenmeleri gereken kimselerdir (Usta, 2012: 77). Sosyal turizmin farklı yorumlamalarına bağlı olarak, finansman yapıları da belli gruplara yönelik olabilir. Finansman mekanizmaları belirli hedef gruplara yönelik belirli çıktılar elde etmeyi amaçlar. Bu nedenle birçok ülkede bütüncül bir yaklaşım yerine belirlenmiş bir hedef gruba yönelik finansman mekanizması işlemektedir. Ayrıca bu mekanizmalar, doğrudan sosyal turizm bireyini destekleyebileceği gibi, konaklama tesisi sağlama gibi arz yönüyle de sosyal turizme destekte bulunabilir. Genel olarak finansman mekanizmaları şöyle sıralanabilir (Diekmann vd., 2012: 38);

- yerel, bölgesel ve ulusal düzeyde doğrudan devlet desteği,
- sağlık sigortası üzerinden dolaylı devlet desteği,
- sendikalar veya sosyal turizm örgütlerinden gelen destekler,
- öz finansmanı olan hayır kuruluşları ve dini örgütlerden gelen destekler.

3. Avrupa’da Sosyal Turizm

Avrupa’daki sosyal turizm sektörü, bazı ülkelerde bütünüyle sendikalar ve özel sosyal turizm örgütleri tarafından desteklenirken, bazılarında ise ticari turizm sektörüne dayanmaktadır. Örneğin, Birleşik Krallık’ta sosyal turizm politikaları büyük ölçüde hayır kuruluşları tarafından desteklenirken; Fransa ve Belçika’da kamu otoriteleri tarafından finanse edilmektedir (Diekmann and McCabe, 2011: 422-423).

Sosyal turizmin kamu otoriteleri tarafından desteklendiği Fransa, Belçika ve İspanya gibi ülkelerde tatiller düşük maliyetli yurt içi tatiller şeklinde gerçekleşmektedir. Sosyal turizm bu ülkelerde toplumdaki gruplar arasında eşitliği arttırıcı bir zemin sağlamaktadır. Buna karşılık Amerika’da sosyal turizm olgusu nispeten daha az bilinen ve nadiren kamu otoriteleri tarafından desteklenen bir olgu niteliği taşımaktadır. Turizm bir hak olarak değil, isteğe bağlı yapılan bir faaliyet olarak görülmektedir (Minnaert vd., 2009: 317).

Sosyal turizm, son zamanlarda, Avrupa Birliği’ndeki hakim turizm politikalarından biri haline gelmektedir. Sosyal bütünleşme, sürdürülebilirlik ve ekonomik yenilenmenin bakış açılarını da birleştiren sosyal turizme yönelik Avrupa’da proje ve programlar organize edilmektedir. Buna örnek olarak, Avrupa Komisyonu’nun “*Herkes İçin Turizm*” anlamına gelen ve üç yıllık bir dönemi kapsayan *Calypso Projesi* verilebilir. Proje dört temel grubu hedeflemektedir. Bu gruplar; *yaşlılar, 18-30 yaş aralığındaki gençler, engelliler ve son olarak düşük gelirli ailelerdir*. Program, özellikle ölü sezon dönemlerinde, bu dört hedef kitle için, yurt dışı tatil imkanlarını arttırmayı ve böylece bu grupların yeni kültürlerle tanışmasını ve kendilerini Avrupa vatandaşı hissetmelerini sağlamayı amaçlamaktadır (Calypso, 2011: 2).

Calypso’nun başladığı 2009 ve 2010 yılları arasındaki iki yıllık dönemde, 21 Avrupa ülkesi sosyal turizmde yer almıştır. 2010 yılında *Calypso*, Avrupa ülkelerine, sosyal turizm ofislerinin kurulması için nasıl yardım edileceği ve kamu otoriteleri arasında konu ile ilgili olarak işbirliğinin nasıl sağlanacağı hakkında öneriler getirmeleri için çağrıda bulunmuştur. Bu öneriler arasından Fransa, İtalya, Finlandiya ve Portekiz’in geliştirdiği öneriler, sayılan dört hedef kitleye yönelik modeller yaratmış ve bu modellerin diğer Avrupa ülkelerine de transfer edilebilir olduğu kabul edilmiştir (Calypso, 2011: 2-3). Kişisel gelişim, refah, Avrupa vatandaşlığı ve öğrenmenin sosyal amaçları vurgulanmıştır; ancak projenin ekonomik amaçları daha spesifik olarak tanımlanmaktadır: Avrupa’da ekonomik büyüme yaratmak, sezona bağlılığı azaltmak, turizm sektöründe daha iyi ve kalıcı istihdam yaratmak, programın ekonomik amaçları arasındadır (Minnaert vd., 2011: 411).

Barselona’da 4-5 Mayıs 2006 tarihinde yapılan oturumda ve Uluslararası Sosyal Turizm Bürosu ile Komisyon’un düzenlediği “Herkes için Turizm” isimli konferansta, Avrupa’da başarılı olduğu kabul edilen ülkelerin sosyal turizm ile

Avrupa’da ve Türkiye’de Sosyal Turizm

İlgili bazı deneyimlerine yer verilmiştir. Buna göre, Avrupa’da iki ana sosyal turizm programı bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, Fransa’da 1982 yılında endüstriyel ve ticari nitelikli bir kamu organı olarak kurulan *Fransız Ulusal Tatil Fişleri Acentesi*’dir. Bu programa bağlı olarak her yıl 2,5 milyon işçi tatil fişi almaktadır (ISTO, 2006: 9-10). Tatil fişi uygulamasına göre işçiler düzenli olarak maaşlarından bir miktar biriktirmekte, bu miktara işveren ve/veya toplumsal örgütler tarafından ilave yapılmakta ve bu fişler sadece Fransa’da geçerli olmaktadır. Fransa’daki bu uygulamaya benzer uygulamalara İsviçre, Polonya, Kıbrıs, İtalya ve Macaristan’da da rastlamak mümkündür (Flanders Belgium Tourism Notebook, 2009: 80). Çok sayıda işçi için bu sistemin geçerli olmasının altında yatan motivasyon, tatil fişlerinin yurt içi turizm endüstrisi üzerinde önemli ekonomik etkileri olmasıdır (Minnaert vd., 2011: 406). Tatil fişlerine benzer bir uygulama da *seyahat pulları*dır. Seyahat pulları kullanıcılara %30 oranında bir ek tüketim gücü kazandırmakta ve kullanıcılar bu pulları istediği dönemde kullanabilmektedir. Verilen pulların, yılın istenilen döneminde kullanılabilmesi turizmin belli mevsimlerde yoğunlaşmasını önlemektedir (Usta, 2012: 81).

İkinci program ise İspanya’daki IMSERSO Sosyal Turizm Programı’dır. Bu program, yaşlı kişiler başta olmak üzere, yılda bir milyondan fazla kişinin, sezon dışı dönemlerde, grup olarak düzenlenen gezilere katılmasını sağlamaktadır. Böylece yaşlılar ilk defa seyahat etme ve sosyal ilişkilerini geliştirme fırsatını yakalamaktadır (Barselona Bildirgesi, 2006: 10). Yaşlıların yaşam kalitelerini iyileştirme amacının yanı sıra, program, turizm sektöründeki işsizlikle mücadele etmek gibi ekonomik bir hedefe de sahiptir (Flanders Belgium Tourism Notebook, 2009: 80). Programa göre, tatillerin %70’i katılımcılar tarafından ödenirken %30’u kamu otoriteleri tarafından finanse edilmektedir. Tatil fırsatı yalnızca yaşlı vatandaşlara sunulmakta; ulaşım, yemek ve aktiviteleri kapsamaktadır. 2008-2009 sezonunda 1 milyon civarında yaşlıların programdan faydalandığı bildirilmektedir (Minnaert vd., 2011: 407).

4. Avrupa’da Sosyal Turizm Uygulamaları

Çocuklar ve gençler, sosyal turizmin temel hedef gruplarından birisidir. Gelişmiş ülkelerde gençlerin tatil hareketine katılmaları, onlar için özel ürün ve hizmetlerin tasarlanması anlamına gelmektedir (Dumitru vd., 2009: 90-91). Avrupa’da çocuklar ve gençlere yönelik sosyal turizm uygulamalarına sahip olan pek çok ülke ve kurum bulunmaktadır. Bu kurumlardan bazıları şunlardır:

4.1. Family Holiday Association

Birleşik Krallık’ta sosyal turizm bir devlet politikası değildir. Bu görev, en büyüğü *Family Holiday Association* olan yardım kuruluşları tarafından yürütülmektedir (Flanders Belgium Tourism Notebook, 2009: 80).

1975’ten beri Birleşik Krallık çapında faaliyet gösteren ve merkezi Londra’da bulunan Family Holiday Association (Aile Tatil Birliği) Birleşik

Krallık'taki çocuklar ve ebeveynleri için aile hayatının kalitesini yükseltmek ve yoksulluk nedeniyle erişemedikleri tatil ve diğer rekreasyonel aktivitelere erişme imkanlarını arttırmak amacını taşımaktadır. Birliğin ailelere sağladığı olanaklar; konaklama, eğlence biletleri ve tatil sağlık sigortasıdır. Aileler üç, dört veya yedi gecelik kendin pişir kendin ye şeklindeki karavan tatillerine gitmekte; gidecekleri yerleri ve tarihleri kendileri belirlemektedir (Joldesma, 2012: 48-49).

Birliğin finansal kaynağı şirketlerden, bireylerden, vakıflardan ve yerel gruplardan toplanan bağışlara dayanmaktadır. Birliğin "aile" kavramı çocuklar ve onların bakımını üstlenmiş olan ebeveynlerden oluşmaktadır. Bu ebeveynler, anne-baba, büyükanne-büyükbaba ya da büyük kardeş olabilir. Birliğin faaliyetlerinden faydalanacak olan ailede şu koşullar aranmaktadır (Joldesma, 2012: 49-50);

- ailenin 3-18 yaşları arasında en az bir çocuğu olmalı,
- dar gelirli olmalı,
- ailenin koşullarını iyi bilen doktor, öğretmen gibi kişiler tarafından da önerilmeli ve
- bu aile son dört yıl içinde tatile çıkmamış olmalıdır.

Aile Tatil Birliği her yıl 1.600 aile için tatil yapma hakkını kullanılabılır hale getirmektedir. Birlik aynı zamanda sosyal turizmi hükümetin gündemine yerleştirmek için girişimlerde bulunmaktadır (Flanders Belgium Tourism Notebook, 2009: 80).

4.2. Labour Market Holiday Fund

Avrupa'da başarılı bir sosyal turizm uygulaması olarak Labour Market Holiday Fund (İşgücü Piyasası Tatil Fonu) sosyal turizme çocukların katılımı konusunda çalışmalar yapmaktadır. Danimarka çapında örgütlenmiş olan ve bir merkezi Malta'da bulunan fonun yönetim merkezi Kopenhag'tadır (Hjalager, 2012: 71).

Fon, yoksulluk içinde yaşayan çocuklar ve onların bekar anneleri, alkol ve madde bağımlıları ve engelliler gibi çeşitli dezavantajlı gruplara tatil imkanı sağlayan sivil toplum kuruluşlarını desteklemektedir. Ayrıca Danimarka hükümeti, çalışanların tatil imkanlarından yararlanmaları için çalışanlara tatil pulları vermektedir. Danimarka'da işçiler tatil boyunca ücret almamaktadır; fakat maaşlarından %12.5 oranında bir tatil parası almaktadır. İşçilerin aldıkları bu tatil parası, işveren tarafından İşgücü Piyasası Tatil Fonu'na ödenmektedir (Denmark Company Laws and Regulations Handbook, 2008: 257).

4.3. Floreal

Diğer bir başarılı örnek, Belçika'da kamp alanlarında ve tatil merkezlerinde kırsal tatiller ve sahil tatilleri sunan Floreal'dır. Beş tatil merkezi ve dört kamp alanında faaliyet gösteren Floreal, otel odaları, bir veya iki yatak odalı daireler, karavan ve çadırlar gibi geniş konaklama seçenekleri sunmaktadır.

Avrupa’da ve Türkiye’de Sosyal Turizm

Floreal’in müşterilerinin büyük çoğunluğunu Sosyalist İşçiler Sendikası üyeleri oluşturmaktadır. Bu üyeler dışında Floreal’in hedef kitlesi çoğunlukla tek ebeveynli genç aileler, dar gelirliler, farklı toplumsal, kültürel ve ekonomik temellerden gelen gençler ve engelli gençlerdir (Beuten, 2012: 89-90).

Tatilciler gittikleri tatil merkezlerinde ya da kamp alanlarında geniş açık hava eğlence imkanlarına sahip olmakta, ayrıca restoran ve kafeteryaları rahatlıkla kullanabilmektedir. Bu imkanların yanı sıra, Floreal aynı zamanda, yıl boyunca açık olan tatil merkezleri ve kamp alanlarında, yaklaşık 300 işçiye kalıcı ve güvenli istihdam olanağı da sağlamaktadır. Belçika nüfusunun yaklaşık %40’ının maddi yetersizliklerden dolayı turizme katılmadığı düşünüldüğünde, en düşük maliyetle yıl boyunca bu dezavantajlı gruplara tatil imkanı sunan Floreal’in sosyal turizme yaptığı katkı açıkça görülmektedir (Beuten, 2012: 90-91).

4.4. The Sunshine Fund

7-11 yaş aralığında ve toplumda dezavantajlı konumda bulunan çocuklara yüksek kalitede turizm aktiviteleri sağlamayı amaçlayan bir kuruluş olan The Sunshine Fund (Güneş Işığı Fonu) İrlanda’nın başkenti Dublin’dedir. Öncelikle Dublin ve çevresinde yaşayan çocuklara odaklanan fon, çocukların okullarındaki ya da yaşadıkları yerlerdeki diğer çocuklarla, kardeşleriyle veya kuzenleriyle birlikte tatil yapmasını sağlamaktadır. Tatillerde çocukların ebeveynleri çocuklara eşlik etmemektedir. Çocukların birbirleriyle kaynaşmalarını ve bütünleşmeyi kolaylaştırmak için her hafta farklı gruplar birbirine karıştırılmaktadır. Fonun kurulduğu yıldan günümüze kadar yaklaşık olarak 100.000den fazla çocuğu ağırladığı tahmin edilmektedir (Macmahon, 2012: 104-106).

Fonda çocuklar için diğer çocuklarla birlikte katılabilecekleri futbol, go-kart ya da film izleme gibi aktiviteler düzenlenmektedir. Çocuklar uygun hava koşullarında dışarıda hazine avlama, deniz kabuğu ve yengeç toplama gibi aktivitelerin yanında soğuk ve yağmurlu hava koşullarında içeride örneğin Playstation oynama, tırmanma duvarına tırmanma veya jimnastik salonunda spor yapma imkanlarına sahip olmaktadır (sunshine-fund.org/).

Fon öncelikli olarak başka yollardan tatile çıkma olanağı olmayan 7-11 yaş aralığındaki bu çocuklara Mayıs ayından başlayarak Ağustos’a kadar 8 günlük deniz tatilleri organize etmektedir. Ayrıca, yıl boyunca çocuklara yönelik hafta sonu tatilleri organize edilmekte ve her sene Aralık ayında çocukların eğlenmesi amacıyla Noel partileri düzenlenmektedir. Bu aktivitelerle çocukların sosyal ufukları genişlemekte, yeni beceriler öğrenme ve kazanma fırsatları artmakta ve olumlu davranış değişiklikleri yaşamaları teşvik edilmektedir (Macmahon, 2012: 106-107).

4.5. Polish Tourist and Country Lovers' Society

Sosyal dışlanma riski taşıyan dar gelirli çocuk ve gençler ile engelli çocuk ve gençlere yönelik projeler sürdüren Polish Tourist and Country Lovers' Society (Polonya Turist ve Ülkeyi Sevenler Topluluğu), Polonya'da yurt içi turizmi canlandırmak amacıyla faaliyet gösteren derneklerinden birisidir. 1950'den bu yana Varşova'da faaliyet gösteren Topluluk, Polonya'da doğal ve tarihi güzelliklerin korunması ve yurt içi turizmin canlandırması amacına yönelik, bireysel ve grup seyahatlerini desteklemektedir. 2010'da 18.625 çocuk ve genç topluluğa üye olmuş ve sosyal turizm alanında 30.000'den fazla organizasyon düzenlenmiştir (Zan, 2012:122-123). Topluluk, çocuk ve gençler için dağa tırmanma, kano, deniz yolculuğu, bisiklet, at binme, motor ve kayak gibi çeşitli spor ve aktiviteler organize etmektedir (english.pttk.pl/).

Topluluğun düzenlediği 1-2 haftalık geziler genellikle tarihi alanlar, milli parklar, tabiat parkları gibi doğal çevre ve kültürel mirasın tanınmasına yöneliktir. Bu aktiviteler çocuklar ve gençler üzerinde yaşadıkları bölgeyi tanıma ve yaşadıkları yere bağlılık hissetme gibi önemli eğitici işlevlere sahiptir. En iyi uygulama örneklerinden birisi, her sene artan sayıda katılımcı ile düzenlenen Çocuk Yarışı (*Kids Rally*)'dir. 2010 yılında Çek Cumhuriyeti, Almanya, Norveç, İngiltere ve Avusturya'dan gelen 2000'in üzerinde çocuk, aileleri ile birlikte yarışa katılmıştır. Diğer bir örnek, 1959'dan bu yana yine her sene düzenlenen Polonya'dan öncelikle çocukların ve gençlerin katıldığı *Youth Main Rally In Palmiry*'dir. Her sene farklı bir tema ve Polonya tarihi ile bağlantılı farklı bir yerde başlayan bu yarışlara 2010 yılında 2500'e yakın çocuk ve genç katılmıştır (Zan, 2012:123-125).

4.6. The Family Fund

Sosyal turizme yönelik Birleşik Krallık çapında faaliyet gösteren başka bir kuruluş, *The Family Fund* (Aile Fonu)'dur. Aile Fonu, 17 ve daha küçük yaşlarda engelli çocukları olan ailelere araba kullanma dersleri, bilgisayar dersleri ve tatiller vererek bu çocukların hayatlarını daha kolay ve daha yaşanabilir kılmayı amaçlamaktadır. Bu sayede engelli çocuklar, gençler ve onların bakımını üstlenen aileleri tatil yapma imkanına sahip olmakta; sosyal becerilerini geliştirmekte ve böylece pozitif deneyimler yaşayabilmektedirler (Kassa, 2012: 142-144).

Aile Fonu, Aile Tatil Birliği'ne benzer şekilde Birleşik Krallık'ta sosyal turizm alanında faaliyet gösteren başlıca ulusal kurumlardandır. Doğrudan hükümet bağışları tarafından finanse edilmektedir. Birleşik Krallık çapında her yıl yaklaşık 37.000 aileye ve çocuklarına tatil bağıışı sağlamaktadır (McCabe, 2009: 671).

4.7. European Union Federation of Youth Hostel Associations

Sosyal turizme yönelik Belçika'da faaliyet gösteren diğer bir kuruluş, *European Union Federation of Youth Hostel Associations* (Gençlik Hostel

Avrupa’da ve Türkiye’de Sosyal Turizm

Derneği Avrupa Birliği Federasyonu)’dur. Her milletten gencin ülkelerine yönelik bilgi, sevgi ve dikkatlerini arttırarak eğitimlerini teşvik etmek; köken, milliyet, din, cinsiyet, sınıf veya siyasi görüş farkı gözetmeksizin gençlere hostel ve diğer konaklama imkanları sunmayı amaçlamaktadır. Dünya çapında gençlere yönelik en fazla üyeye sahip olan Federasyon, 3,5 milyonu aşkın üyeye 4.000’den fazla konaklama imkanı sunmaktadır. Gençler sürdürülebilir kalkınma, çevre koruma, biyo-çeşitlilik, sosyal içermeye, kültürler arası diyalog ve çeşitlilik, takım çalışması ve çatışma yönetimi, yeni teknolojiler, tarihi, kültürel ve politik miras gibi konularda çeşitli programlara katılabilmektedir (Adolph, 2012: 178- 180).

Federasyonun en iyi uygulama örnekleri şöyle özetlenebilir (Adolph, 2012: 181- 182):

- Almanya Gençlik Hostel Derneği (*Germany Youth Hostel Association*), üç veya daha fazla sayıda çocuğa sahip olan düşük gelirli ailelere ve tek çocuklu bekar ebeveynlere yönelik yaz tatili kampanyaları düzenlemektedir.
- 1999 yılında Kosova ve Makedonya arasındaki çatışmalar nedeniyle yerlerinden edilen ve sosyal dışlanmaya maruz gençlere yönelik yaz kampı düzenleyen Makedonya Gençlik Hostel Derneği (*Macedonian Youth Hostel Association*), gençlerin özgüvenlerini yükseltmek için kültürler arası yöntemleri araç olarak kullanmaktadır. Sanatsal ve sportif faaliyetler ile toplumsal bütünleşmeyi sağlamayı amaçlamaktadır.
- 2004’ten bu yana 45.000’den fazla gence yaz kampı düzenleyen Gençlik Hostel Derneği (*Youth Hostel Association*), sosyal dışlanma riski altındaki çocuk ve gençleri tanımlamayı ve onların potansiyellerini arttırmayı amaçlamaktadır.

Minnaert ve arkadaşları, sosyal turizmin aile sermayesi üzerindeki etkilerini araştıran çalışmalarında, sosyal turizme katılan çocukların bu faaliyetler sonucunda okullarında daha başarılı olduklarını; ailelerin de çocuklarına daha pozitif yaklaştıklarını kaydetmişlerdir (2009: 324-325). Bu durum, sosyal turizmin katılımcıların yaşamlarında dikkate değer değişimler yaratabildiğini göstermektedir.

1 Temmuz 1982’de Avrupa Komisyonu tarafından Avrupa Konseyi’ne turizmin öneminin ortaya konması, turizm politikasının oluşturulması ile ilgili problemleri açığa çıkarmak bakımından “Topluluk Turizm Politikası için Temel İlkeler” adlı rapor sunulmuştur. Bu raporda turizm politikası ile ilgili konular; orta ve dar gelirli kesime mevsim dışı fiyatlarla tatil imkanı yaratılması, turizm tüm mevsime yayılması için alternatif turizm çeşitlerine öncelik verilmesi, gençleri ve gelir düzeyi düşük insanları sezon dışında tatil yapmaya teşvik ederek sosyal turizmin geliştirilmesi şeklinde belirlenmiştir (Dinçer, 1997: 97-98).

5. Türkiye’de Sosyal Turizm

Türkiye’de sosyal turizmin 1960 yılında ücretli yıllık izin hakkının yürürlüğe girmesiyle başladığı söylenebilir (Demir, 2012). Türkiye’de sosyal turizm ortamını belirleyen olumlu etkenlerin başında ücretli izinlerin yasallığa kavuşmuş olması gelmektedir. Çünkü ücretli izin hakkı, çalışanların boş zamanlarının artmasını sağlamaktadır. Bunun yanı sıra, Türkiye’de doğal zenginliklerin çokluğu, kitlelerin merakını cezbeden tarihsel ve arkeolojik zenginlikler de sosyal turizm için elverişli bir ortam yaratmaktadır. Ancak ücretli yıllık izin, haftalık izin, bayram tatili gibi hakların yürürlüğe girmiş olması ya da doğal zenginliklerin elverişliliği turizme katılan insan sayısını arttırsa da ülkemizde sosyal turizmin gelişmesi için yeterli olmamıştır. Zira, geçim sıkıntısı çeken, işsiz veya çalışan yoksul kategorisinde bulunan kitlelerin önceliğinin turizm faaliyetine katılmak olmadığı aşıkardır. Önceliği temel ihtiyaçlarını karşılamak olan yoksul nüfus için tatil yapmak bir ihtiyaç olarak değil, bir lüks tüketim olarak değerlendirilmektedir. Bu da toplumumuzda tatil yapma alışkanlığının üst gelir gruplarına özgü bir faaliyet alanı olarak kalmasına neden olmaktadır.

Türkiye’de Master Card tarafından Temmuz 2009’da MasterIndex Yaz Tatili Araştırması gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma, Türkiye’nin kentsel nüfusunu temsil eden 11 il merkezinde 1000 kişi üzerinde yapılmıştır. 2009 yılı için geçerli olan araştırma bulguları kısaca şu şekildedir (Turizm Araştırmaları Derneği MasterIndex Araştırması, 2009):

- Türk halkının %64’ü tatil yapmıştır.
- Yaz tatiline çıkanların öncelikli tercihi akraba/tanıdık yanına gitmektir (%35). Bu oranı, yaz tatilini evde oturarak geçirenler izlemektedir (%25).
- Ortalama yaz tatili süresi 12 gündür (Yalnızca %8’lik bir azınlık bir ay ya da daha fazla tatil yapmaktadır).
- Yaz tatili için en çok tercih edilen ulaşım aracı otobüstür.

Araştırma 11 il merkezinde yapılması nedeniyle küçük ölçekli ve sınırlı bir araştırma olsa da sonuçları açısından dikkat çekicidir. Araştırma bulguları ülkemizde turizme katılanlarının oranının düşük olduğunu göstermektedir. Çünkü tatil yapmak turizme katılmak ile eş anlamlı değildir. Turizme katılma sonucunda ziyaret edilen yere ve dolayısıyla ülkeye belli bir ekonomik katkı sağlanmalıdır. Söz konusu araştırmada bir yaz tatilini akrabasının/tanıdığın yanında geçirenler (%35) ile evde oturanlar (%25) çoğunluğu oluşturmaktadır. Öyleyse ülkemizde %60’lık bir kesimin turizm hareketine katılmadığını söylemek mümkündür. Bu durum yukarıda bahsedildiği üzere ekonomik durum, sosyo-kültürel yapı ve alışkanlıklar ile açıklanabilir.

1973-1977 yıllarını kapsayan 3. Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda sosyal turizmden ilk defa bahsedilmektedir. Planda turizm faaliyetlerinin bütünü içinde

Avrupa’da ve Türkiye’de Sosyal Turizm

sosyal turizmin gelişmesine önem verileceğinden, kamu personelinin sosyal turizm faaliyetlerine iştirak eden konaklama tesislerinde geçirecekleri tesislerin maliyetinin düşürüleceğinden söz edilmektedir (Kalkınma Bakanlığı).

Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın hazırlamış olduğu *Türkiye Turizm Stratejisi 2023* Belgesi’nde iç turizme yönelik **toplumun farklı kesimleri için uygun kalite ve fiyatta turistik ürün alternatiflerinin sunulması** strateji olarak belirlenmiştir. Dünyada en fazla turist çeken ülkelerin aynı zamanda iç pazar potansiyellerinin de yüksek olduğu görüldüğünden, Türkiye’de de dış pazar kadar iç pazarın da gelişmesinin önem taşıdığı vurgulanmıştır. Plana göre bu hedefe yönelik olarak kamu, özel sektör, turizm sektöründeki kuruluşlar ve STK’lar arasında güçlü bir işbirliği ve eşgüdüm sağlanması, tanıtım faaliyetlerinin artırılması ve yerli turistlerin tatile özendirilmesi sağlanacaktır. Ayrıca planda iç turizmden başta dezavantajlı gruplar (engelliler, düşük gelirliler, kadınlar vb.) ve genç nüfusun daha fazla yararlanmasına yönelik çeşitli sosyal turizm projelerinin, kamu ve özel sektör işbirliği ile geliştirileceği belirtilmiştir (Türkiye Turizm Stratejisi 2023, 2007: 9-10).

Toplumdaki dezavantajlı grupların ve genç nüfusun tatil faaliyetlerine katılmalarını sağlayacak sosyal turizm projelerinin geliştirilmesinin bir hedef olarak belirlenmesi konumuz açısından önemlidir. Bu hedefin yanı sıra planda yer alan seyahat alışkanlığı olmayan vatandaşların tercihlerine uygun farklı turistik ürünlerin pazara sunulması ve tanıtılması, turizmde marka kentlerin oluşturulması gibi çalışmalar sosyal turizmin ülkemizde gelişmesi açısından önem taşımaktadır.

Türkiye’de iç turizm çoğunlukla kriz dönemlerinde dış turizmin alternatifi olarak gündeme gelmektedir. Oysa Avrupa’da iç turizme dış turizmin alternatifi olarak değil, bütünleyeni olarak bakılmaktadır. Fransa ve İspanya gibi ülkelerde tatilin bir ihtiyaç olduğunun anlaşılması ile geliştirilen sosyal turizm programları iç turizmi destekleyen önemli bir unsurdur. Bu farklılıklara karşın, hem Türkiye’de hem Avrupa’da, turizmin mevsime bağlılığının azaltılması, turizmin çeşitlendirilmesi, dezavantajlı grupların da tatil faaliyetlerine katılmasının sağlanması gibi ortak hedefler geliştirilmektedir (www.euractiv.com.tr/).

6. Türkiye’de Sosyal Turizm Uygulamaları

Türkiye’de doğrudan sosyal turizm uygulamalarına rastlamak güç görünmektedir. Ancak dolaylı da olsa, sosyal turizm benzeri uygulamalar olduğunu söylemek mümkündür.

Turizm Bankası A.Ş.’nin 1975-1984 yılları arasında uyguladığı ve sonradan yanlış uygulama kriterinden dolayı vazgeçilen tatil kredisi uygulaması, sosyal turizm bağlamında değerlendirilebilir (Kozak, 2012: 25). Ancak, tatil kredisi uygulaması, kullanıcılar için bir borç bitmeden yeni tatil sezonunun

başlaması ve yolculukta hesaba katılmayan masrafların çıkması gibi nedenlerden dolayı Avrupa’da da uygulama alanı bulamamıştır (Usta, 1982: 79).

1984 yılında T.C. Turizm Bankası A.Ş.’nin kapanması ile artık bazı işletmelerin ve kamu bankalarının tatil kredileri vermeye başlaması söz konusu olmuştur. Örneğin 2013 yılının Ocak ayında kamu kurumlarına ait olan 799 tesisin yılın 10 ayı boyunca atıl kaldığının anlaşılması ile turizmcilerden uygun koşullu tatil kredisi önerisi gelmiştir. Kamuya ait bankaların uygun koşullu tatil kredisi vermesi ile tatil faaliyetlerine katılan insan sayısında artış sağlanması ve ülkeye önemli ekonomik katkılar getirmesi hedeflenmiştir (ekonomi.haberturk.com/).

Bilindiği gibi ülkemizde birçok kamu kuruluşunun ülkenin değişik yerlerinde kamu kampları bulunmaktadır. Kurum çalışanlarına ve ailelerine dinlenme, konaklama ve eğlence hizmetleri sunan bu kampların bir sosyal turizm uygulaması olarak değerlendirilmesi mümkündür. Ancak bu durumda da sadece o kurumlarda çalışan grupların bu kamplardan yararlanması kullanıcı sayısını kısıtlamaktadır (Kozak, 2012: 21).

1993 yılında Turizm Bakanlığı kamu kamplarını turizme açmayı amaçlayan çalışmalar yapmış ve kamu kamplarının envanteri çıkarılmıştır. Ancak daha sonraki yıllarda özelleştirme kapsamına alınan kamu kamplarının artık işlevselliğinden uzaklaştığını söylemek mümkündür (Kozak, 2012: 21-22). Ayrıca şunu da belirtmek gerekir ki; önceleri sadece o kurumda çalışanların yararlanabileceği ve kurum kimliği ile giriş yapılabilen bu kamplar, son yıllarda özelleştirilmekte ya da yerini lüks otellere bırakmaktadır. Bu durum da kampların sunduğu hizmetlerin pahalılaşmasına neden olmakta ve dezavantajlı grupların bu hizmetlere erişmesi güçleşmektedir.

Çalışmanın konusunu oluşturan çocuklar ve gençlere yönelik uygulamalara bakacak olursak, ülkemizden sosyal turizm niteliği taşıyan örnekler vermek mümkündür. Örneğin, Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları (TCDD) “Uluslararası Gençlik Taşınması”, “Grup Taşınmaları”, “Euro Mini Grup”, “Interrail”, “Euro Domino” ve “Öğrenci İndirimi” gibi birtakım örnekler ile gençlere yönelik sosyal turizm uygulamaları sunmaktadır. Ayrıca son yıllarda TCDD’nin yılın belirli bölümlerinde düzenlediği ve büyük ilgi gören *Trenle Anadolu Turları* da konuya örnek olarak verilebilir (Kozak, 2012: 57). Bu uygulamaların kullanıcılara ucuz ulaşım olanağı sağlaması, sosyal turizmin gelişmesini olumlu yönde etkilemektedir.

Turizm Bakanlığı, 1992 yılından başlayarak turizm faaliyetlerini gençler üzerinde yoğunlaştırmıştır. Bakanlık tarafından her sene düzenli olarak basılan “Gençlik Turizmi Rehberi” buna örnek olarak verilebilir. Bu rehberde o yıl içinde gençlere yönelik indirimlerde bulunmayı taahhüt eden tesislerin adresleri ve uygulayacakları indirim hakkında verilen bilgilerin yanı sıra, Kredi ve Yurtlar Kurumu Genel Müdürlüğü’ne bağlı yurtlardan yararlanma koşulları ve fiyatları

Avrupa’da ve Türkiye’de Sosyal Turizm

da yer almaktadır. Gençlik Turizmi Rehberi Bilgi Formu’nda 15-26 yaş grubundaki gençlere uygulanacak indirim oranlarını belirtilmektedir. Ayrıca indirim uygulanacak alan (konaklama, yeme-içme, ulaşım, diğer vb.) ve indirim süresi (yıl boyu, yaz sezonu vb.) gibi bilgiler de yer almaktadır (TURSAB). Bakanlığın sosyal turizm uygulamalarında gençlere verdiği önem, gençlik turizmi açısından umut verici görünmektedir.

Gençlik turizmi, ülkemizde olduğu gibi birçok ülkede, gençlerin çoğunlukla aile gelirine bağımlı olması ve sınırlı öğrenci bütçesiyle seyahat etmeleri nedeniyle sosyal turizm kapsamında ele alınmaktadır. Ülkemizde yaz aylarında öğrenci yurtlarının turizm amaçlı olarak öğrencilere açılması ve demiryollarının belirli dönemlerde öğrencilere uyguladığı özel indirimler, konuya örnek olarak verilebilir (Kozak, 2012: 23).

Yerel yönetimler içinde sahip olduğu görev ve sorumluluklar yönünden turizm ile ilişkisi en kuvvetli olan organın belediyeler olduğu söylenebilir. Belediyelerin tanıtım, kültür, spor, sanat ve rekreasyon gibi turizme yönelik hizmetlerinin yanı sıra, peyzaj, park, temizlik ve çevre düzenlemesi gibi turizmi etkileyen hizmetleri de bulunmaktadır (Baş vd., 2007). Belediye sınırları içinde yaşayan ekonomik gücü zayıf olan insanların rekreasyon, dinlenme ve eğlenme ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla, belediyeler, sosyal turizm kapsamında değerlendirilebilecek türden kısa süreli ve geniş katılımlı geziler düzenlemektedirler (Kızılırmak ve Ertuğral, 2012: 50).

Çocuklara yönelik bir sosyal turizm uygulaması olarak güncel örnekler vermek mümkündür. 2013 yılının Haziran ayında, okulların tatile girmesinden sonra tatil yapma imkanı olmayan çocuklara İzmir Gaziemir Belediye Başkanı ‘*Bu Çocuklar Bizim*’ projesi kapsamında tatil fırsatı sunmaktadır. Her gün farklı bir mahalleden 9-14 yaş arası 25 çocuk Özdere’deki Arkadaş Plajı’na götürülerek denize girmekte ve tatil yapmaktadır (www.gaziemir.bel.tr/).

Gaziemir Belediyesi’nin yanı sıra, Karabağlar Belediyesi de yaz boyunca ilçede yaşayan ve tatile gitme imkanı bulamayan kadın ve çocukları 150 kişilik gruplar halinde her Perşembe Çeşme Ilıca Plajı’na götürmektedir. Çiğli Belediyesi de benzer şekilde tatile gitme imkanı bulamayan kadın ve çocuklar için haftada iki gün etkinlik düzenleyerek Gümüldür Orman Kampı’na tur düzenlemekte ve her tura yaklaşık 400 kadın ve çocuğun katılımını sağlamaktadır. Günübürlük tatilcilere aynı zamanda belediye yemek ve içecek hizmeti de sunmaktadır.

İstanbul’daki bazı belediyeler ise günübürlük İstanbul’un tarihi mekanlarına ya da Çanakkale, Edirne ve Bursa gibi yakın illere kültür gezileri düzenlemektedir. Ayrıca kısa süreli konaklamaları içeren Ürgüp, Kapadokya ve Konya gezileri de İstanbul’daki belediyeler tarafından yılın belirli dönemlerinde ve mevsim şartlarına bağlı olarak gerçekleştirilmektedir. Bu örnekler, sosyal turizm açısından sadece merkezi yönetimin değil yerel yönetimlerin de bir şeyler

yapması gerektiğini göstermesi ve bu doğrultuda ülkemizdeki diğer yerel yönetimlere örnek olması açısından değerlendirilmesi gereken örneklerdir (Kızılırmak ve Ertuğral, 2012: 50).

Bu örneklerin yanı sıra okul çağındaki çocuklara yönelik gerçekleştirilen okul gezileri de sosyal turizm bağlamında değerlendirilebilir. İlköğretim ve lise çağındaki çocuk ve gençlerin, Türkiye'nin çeşitli yerlerine, okullarının düzenledikleri, öğretmenleri ve arkadaşlarıyla birlikte katıldıkları okul gezileri grup faaliyeti şeklinde ve makul fiyatlarla gerçekleşmektedir. Aksi takdirde belki de aileleriyle hiçbir zaman kendi ülkesini dahi gezme fırsatı bulamayacak olan çocuklar bu sayede hem ülkelerini ve kültürlerini tanıma hem de sosyalleşme fırsatı elde etmektedir.

Avrupa Birliği üyesi 27 ülke ile İzlanda, Norveç, Lihtenştayn ve Türkiye'nin katılımıyla gerçekleştirilen Comenius Okul Ortaklıkları Programı, Lizbon hedeflerine ulaşabilmek için Avrupa ülkelerinde eğitimle ilgili kurumlar arası işbirliğini sağlamaya çalışmaktadır. Okullarda uluslararası değişimi teşvik eden, eğitimde dışlanma ve okulda başarısızlıkla mücadele eden, eğitimde fırsat eşitliğini ve değişik kültürlere yönelik farkındalığın gelişmesini teşvik eden bir programdır. Bu amaçlara ulaşmak için 2008'den itibaren Bölgesel Comenius ve Bireysel Öğrenci Hareketliliği gibi destekleyici faaliyetler hayata geçirilmiştir (MEB). Söz konusu program, sosyal turizmin “farklı kültürleri tanıma, diğer milletler ile yaklaşma ve dostluk duygularının geliştirilmesi, sosyal eşitliğin sağlanması” amaçları ile örtüşmesi bakımından önemli bir örnek teşkil etmektedir.

Türkiye'de gençlik turizmine yönelik Gençlik Servisleri Merkezi (GSM) adını taşıyan sivil toplum kuruluşunun düzenlediği Uluslararası Gençlik Kampları, doğrudan bir sosyal turizm örneği olmasa da sosyal turizme katkıda bulunan bir uygulama olarak düşünülebilir. GSM'nin düzenlediği Uluslararası Gençlik Kampları düşük bir kamp ücretinin ödenmesi ile gençlere yurt dışında gönüllü çalışma ve tatil imkanı sunmaktadır. Gençler, kampa gideceği ülkeyi kendisi seçmektedir. Gençler, Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde ikişer-üçer haftalık kamplarda gönüllü olarak toplum yararına hizmetlerde bulunmakta (engelli bakımı, çevre düzenleme, festival düzenleme vb.) ve kampta dünyanın farklı yerlerinden gelen diğer gençler ile tanışma, kaynaşma ve birlikte çalışma imkanı bulmaktadır. Kamp boyunca gençlerin barınma ve beslenme gibi tüm ihtiyaçları, çalışma saatleri dışında ve hafta sonu yapılan gezi ve kültürel aktiviteler hiçbir ücret ödenmeden organizasyon tarafından karşılanmaktadır. Yapılan bu geziler grup faaliyeti şeklinde gerçekleşmektedir. Gençler yurt, misafirhane, hostel ve çadır gibi konaklama seçeneklerine sahiptir. Bugün yurt dışında 3 hafta geçirmenin maliyeti, bir genç için oldukça yüksek olacaktır. Bu nedenle belki de hiçbir zaman yurtdışında 3 hafta geçirecek maddi imkana sahip olmayan gençler için sunulan bu kamp fırsatları, sosyal turizm bağlamında değerlendirilebilir.

7. Sonuç ve Öneriler

Sosyal turizm, turizmi özel gereksinimleri olan bireyler (engelliler, gençler, çocuklar, yaşlılar, tek ebeveynli aileler vb.) için daha “erişilebilir” hâle getiren tüm girişimleri ihtiva eden; çeşitli sektörler, aktiviteler ve gruplar için sosyal ve ekonomik faydalar üreten bir turizm türüdür. Sosyal turizmin mottolarından birisi *herkes için sosyal, sürdürülebilir turizm*dir. Bu doğrultuda, sosyal turizmin temel hedeflerinden biri, vatandaşların seyahate ulaşmalarını kolaylaştırmak; diğeri ise; turizmi bir araç konumuna getirerek, bireysel gelişimi, aile bütünleşmesini, nesillerarası buluşma ve sosyal entegrasyonu sağlamaktır.

Ülkemizde ücretli yıllık izin; haftalık izin, bayram tatili gibi hakların uygulanması, kamu kuruluşlarının kullanıcılara sunduğu kamu kampları, erken rezervasyonlarda ulaşım ve konaklama hizmetlerinde uygulanan indirimler, taksitli tatil fırsatları, ulaşım altyapısının iyileştiriliyor olması, sosyal turizmin gelişmesi için uygun alanları yaratmakla beraber yeterli olmamaktadır. Ülkemizdeki sosyo-ekonomik düzeyinin düşüklüğü göz önüne alındığında, tatil bir ihtiyaç olarak değil bir lüks olarak algılanmaktadır. Önceliği temel gereksinimlerini karşılamak olan yoksullar için; hastalığı ya da engellilik hali nedeniyle turizm faaliyetine katılamayanlar için tatil kavramı evde kalmak anlamına gelmektedir. Oysa ki dezavantajlı grupların da tatile çıkma, diğeri insanlarla kaynaşma ve yeni yerler görmeye hakkı vardır. Ayrıca turizm faaliyetine katılan insan sayısının artması ülkeye de önemli ekonomik katkı sağlayacaktır.

Bu nedenle sosyal turizmin ülkemizde daha fazla dezavantajlı grubu kapsamaması ve öncelikli bir turizm politikası haline getirilmesi gereklidir. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Belgesi’nde de söz edildiği üzere, toplumun farklı kesimlerinin ve özellikle dezavantajlı kesimin daha fazla turizm faaliyetine katılmasını sağlayacak sosyal turizm proje ve programlarının geliştirilmesi ve bu kesimlere uygun turistik ürünlerin sunulması büyük önem taşımaktadır. Bu konuyu hem merkezi hem yerel yönetim öncelikle ele almalı ; turizm sektörü ve STK’lar ile işbirliği yapmalıdır.

1982 Anayasası’na göre Türkiye Cumhuriyeti sosyal bir hukuk devletidir. O halde devlet, turistik ürün ve tesisleri bedelsiz ya da makul bir bedelle dezavantajlı grubun kullanımına açmalıdır. Ya da yeni tesisler kurmak yerine var olan özel tesisler ile anlaşma yoluna gidilebilir. Merkezi bir rezervasyon sistemi ile konaklama ve ulaşımında indirimler sağlanabilir. Turizm Bakanlığı tarafından her yıl basılan “Gençlik Turizmi Rehberi” bu ihtiyacı karşılayabilir.

Ayrıca hayat şartları nedeniyle (maddi imkansızlıklar, hastalık, fiziksel ve/veya zihinsel yetersizlik vb.) turizm faaliyetlerine katılamayan çocuk ve gençlerin turizme katılma olanakları genişledikçe küçük yaşlardan başlayarak

kişisel gelişimleri hız kazanacak, dışlanma duyguları giderilecektir. Bu amaçla örneğin, tamamı engelli gençlerden oluşan bir kamp ve onların ihtiyaçlarına yönelik hazırlanmış konaklama imkanları ile, gençlerin yurt dışından gelen engelli gençlerle birlikte çalışmalarını onların özgüvenlerini arttırıcı bir deneyim oluşturacaktır. Türkiye’de Engelsiz Turizm Protokolü çerçevesinde turizm bölgelerinde bulunan otellerin engelli misafirlerin konaklayabilmesi için gerekli düzenlemeleri yapması, engelli dostu işletmelerin kurulması ve yaygınlaştırılması da işlevsel bir öneri olarak düşünülebilir.

Ayrıca Türkiye’de kadınlar ve tarım sektöründe çalışanlar dezavantajlı gruplar arasında değerlendirilmektedir. Tarım sektöründe çalışanlar için tarımsal faaliyetlerin yaz döneminde yoğun olması nedeniyle sezon dışı dönemlerde tatil yapabilmelerinin sağlanması ve bu tatillerin mümkün olduğunca düşük maliyetlerle gerçekleştirilmesi sağlanmalıdır. Bu anlamda tarımsal alanda faaliyet gösteren kooperatiflerin kendi konaklama tesislerini kurmaları gibi bir öneri düşünülebilir. Sosyal turizm bireylerinin dar gelirli oldukları ve dar gelirli ailelerde en fazla yükü kadınların taşıdıkları düşünüldüğünde kadınlar açısından da tatilin bir gereklilik olduğu söylenebilir. Kadınların çocukları ile birlikte katılacakları kamping ya da ‘kendin pişir kendin ye’ türü tatiller, dar gelirli olmaktan kaynaklanan sosyal dışlanma algılarını azaltacak ve sosyal bütünleşmelerini kolaylaştıracaktır.

Bu bağlamda, Avrupa’daki başarılı sosyal turizm uygulamaları incelenmeli ve bu uygulamalar Türkiye’nin ekonomik ve sosyo-kültürel yapısını da göz önüne alarak Türkiye’ye uygun bir şekilde düzenlenmelidir.

Sonuç olarak, sosyal turizm, ülkemiz için, bir lüks olarak değil, ihtiyaç ve önemli bir insan hakkı olarak düşünülmelidir.

8. Kaynakça

- Adolph, C. (2012). European Union Federation of Youth Hostel Associations (EUFED). *Social Tourism In Europe: Theory and Practice* (s. 178-184). Toronto: Channel View Publications.
- Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi Barselona Bildirgesi (2006).
- Baş, M., Kılıç, B. ve Güçer, E. (2007). Türkiye’de Yerel Yönetimler ve Turizm. Erişim Tarihi: 29.07.2013, <http://www.mevzuatdergisi.com/2007/11a/01.htm>
- Belanger, C. E., Jolin, L. (2011). The International Organization of Social Tourism (ISTO) working towards a right to holidays and tourism for all. *Current Issues In Tourism*, 14 (5), 475-482.
- Beuten, K. (2012). *Floreal (Joie et Vacances)*. *Social Tourism In Europe: Theory and Practice* (s. 89-92). Toronto: Channel View Publications.

Avrupa'da ve Türkiye'de Sosyal Turizm

- Calypso (2011). European Commission Enterprise and Industry. Erişim Tarihi: 15.10.2013, <http://bookshop.europa.eu/en/calypso-means-tourism-for-allpbNB3011121/CatalogCategoryID=82cKABstbqMAAAEjs5EY4e5L>
- Demir, E. Ö. (2012). Sosyal Turizm. Erişim Tarihi: 10.11.2013, http://www.turizmdebusabah.com/yazar_detayhaber
- Denmark Company Laws and Regulations Handbook (2008). Volume 1 Strategic Information and Basic Law. USA: International Business Publications.
- Diekmann, A., McCabe, S. (2011). Systems of Social Tourism in the European Union: a critical review. *Current Issues In Tourism*, 14 (5), 417-430.
- 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.
- Dinçer, F. (1997). Avrupa Birliği'nde Turizm ve Uygulanan Politikalar. İstanbul: Der Yayınları.
- Dumitru, N., Negricea, C., Slapac, A. (2009). Social Tourism-A Factor In Cultural, Social and Economic Change. *Romanian Economic and Business Review*, 4 (2), 89-94.
- European Economic and Social Committee (2006). Opinion of European Economic and Social Committee on Social Tourism and Europe, Official Journal of the European Union, 2006/C, 318/12.
- Flanders Belgium Tourism Netbook (2009). Tourism Flanders & Brussels Holiday Participation Center.
- Hjalager, A. (2012). Labour Market Holiday Fund (Arbejdsmarkedets Feriefond). *Social Tourism In Europe: Theory and Practice* (s. 69-72). Toronto: Channel View Publications.
- Hunziker, W. (1951). Social Tourism: Its Nature and Problems. Geneva: International Tourists Alliance Scientific Commission.
- ISTO (2003). Statutes, Brussels: ISTO.
- Joldesma, T. (2012). Family Holiday Association. *Social Tourism In Europe: Theory and Practice* (s. 48-52). Toronto: Channel View Publications.
- Kassa, C. (2012). The Family Fund. *Social Tourism In Europe: Theory and Practice* (s. 142-144). Toronto: Channel View Publications.
- Kızıllırmak, İ., Ertuğral, S. M. (2012). Sosyal Turizmin Gelişiminde Yerel Yönetimlerin Rolü ve Yapılan Uygulamalar. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1 (2), 33-53.
- Kozak, N. (2012). Genel Turizm Bilgisi. M. Akoğlan Kozak (Ed.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2472.
- MacMahon, T. (2012). The Sunshine Fund. *Social Tourism In Europe: Theory and Practice* (s. 104-107). Toronto: Channel View Publications.

- McCabe, S. (2009). Who Needs a Holiday? Evaluating Social Tourism. *Annals of Tourism Research*, 36 (4), 667-688.
- Minnaert, L., Maitland, R., Miller, G. (2006). Social Tourism and its Ethical Foundations. *Tourism, Culture and Communication*, 7 (12), 7-17.
- Minnaert, L., Maitland, R., Miller, G. (2009). Tourism and Social Policy: The Value of Social Tourism. *Annals of Tourism Research*, 36 (2), 316-334.
- Minnaert, L., Maitland, R., Miller, G. (2011). What's Social Tourism. *Current Issues In Tourism*, 14 (5), 403-415.
- Minnaert, L., Diekmann, A., McCabe, S. (2012). Defining Social Tourism and its Historical Context. *Social Tourism In Europe: Theory and Practice* (s. 18-30). Toronto: Channel View Publications.
- TURAD Turizm Araştırmaları Derneği MasterCard MasterIndex Araştırması (2009).ErişimTarihi:05.12.2013,http://www.turad.org/uploads/master_index_09_yaz_arastirma_raporu.pdf
- Turizmde Küresel Etik İlkeler (2001). Birleşmiş Milletler ve Dünya Turizm Örgütü, Santiago.
- Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara.
- Usta, Ö. (1982). Sosyal Turizm. İzmir: İstiklal Matbaası.
- Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1973-1977.
- Zan, P. (2012). Polish Tourist Country-Lovers' Society (PTTK). *Social Tourism In Europe: Theory and Practice* (s. 122-125). Toronto: Channel View Publications.
- <http://www.break-charity.org/>, Erişim Tarihi: 31.08.2013.
- <http://ekonomi.haberturk.com/tatil/haber/812726-memura-tatil-kredisi>, Erişim Tarihi: 03.09.2013.
- <http://english.pttk.pl/statut.php>, Erişim Tarihi: 10.10.2013.
- <http://ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/turkey.pdf>, Erişim Tarihi: 14.08.2013.
- <http://www.euractiv.com.tr/turizm/link-dossier/turkiyede-ic-turizmin-canlanmasina-yonelik-oneriler-ve-ab-uygulamalarindan-ornekler-000073>, Erişim Tarihi: 31.08.2013.
- http://www.festtravel.com/download/bits_barcelona.pdf, Erişim Tarihi: 30.08.2013.
- <http://www.gaziemir.bel.tr/haber/445/karne-hediyeleri-baskan-amcadan.html>, Erişim Tarihi: 22.07.2013.
- <http://www2.unwto.org/en/>, Erişim Tarihi: 12.08.2013.
- <http://www.sunshinefund.ie/>, Erişim Tarihi: 12.08.2013.
- <http://www.tdk.gov.tr>, Erişim Tarihi: 12.08.2013.
- http://www.tursab.org.tr/tr/tursabdan-haberler/genclik-turizmi-rehberi_1773.html, Erişim Tarihi: 22.08.2013.
- http://www.imsero.es/imsero_01/index.htm, Erişim Tarihi: 01.09.2013.

Avrupa'da ve Türkiye'de Sosyal Turizm

[http://www.meb.gov.tr/duyurular/duyurular/AvrupaBirligi2004/ABEgitimProgT
urkiyeninKatilimi.htm](http://www.meb.gov.tr/duyurular/duyurular/AvrupaBirligi2004/ABEgitimProgT
urkiyeninKatilimi.htm), Erişim Tarihi: 14.01.2014