



TURİZM SOSYOLOJİSİNE İLİŞKİN YENİ GELİŞMELER

THE NEW DEVELOPMENTS REGARDING SOCIOLOGY OF TOURISM

Şehriban KAYA

Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi,
Turizm İşletmeciliği Bölümü, Turizm ve Otel Yönetimi ABD,
sehriban.kaya@deu.edu.tr

10.33537/sobild.2021.12.2.15

Makale Bilgisi

Gönderildiği tarih: 29.03.2021
Kabul edildiği tarih: 24.06.2021
Yayınlanma tarihi: 30.06.2021

Article Info

Date submitted: 29.03.2021
Date accepted: 24.06.2021
Date published: 30.06.2021

Anahtar sözcükler

Otantiklik, Sosyoloji, Toplumsal
Değişme, Turizm, Turizm
Sosyolojisi

Keywords

Authenticity, Social Change,
Sociology, Sociology of Tourism,
Tourism

Öz

Turizm Sosyolojisi, 1970'li yılların başından itibaren gelişim gösteren bir disiplindir. Sosyolojinin diğer alt uzmanlık alanlarına kıyasla, biraz geç sayılabilecek bir tarihte ortaya çıkan Turizm Sosyolojisi, bugün yerel, ulusal ve küresel boyutlarda gittikçe önem kazanan bir dinamik olan turizm olgusunu toplumsal çerçevede analiz ederken, üzerinde çalıştığı nesnede yaşanan yeniliklere duyarlı olmak zorundadır. İlk önce, modern toplumun yerleşmesiyle birlikte bir "otantiklik arayışı" olarak ortaya çıkmış olan turizm olgusu, zamanla, önemli değişimler yaşamış ve bir bakıma dönüşmüştür. Bu dönüşen olguya ilişkin toplumsal analiz ortaya koyması gereken Turizm Sosyolojisinin perspektifini genişletmesi ve turizmde yaşanan yeniliklere odaklanması elzem görünmektedir. Bu makalede, öncelikle tarihsel olarak Turizm Sosyolojisinin ortaya çıkışı, çalışma konularında yaşanan değişim ve neticede bugün özellikle odaklanması gereken hususlar analiz edilecektir. Kısacası, turizm olgusunun modernliğin ilerleme sürecinde ortaya çıktığını, bu ortaya çıkan yeni olguyu çalışmak üzere sosyolojinin yeni bir alt uzmanlık alanı olarak Turizm Sosyolojisinin geliştiğini ve günümüzde de turizm olgusunda yaşanan değişimler üzerine odaklanması gerektiğini tartışacağız.

Abstract

Sociology of Tourism, as a scientific discipline, has developed since the beginning of 1970s. In comparison to other sub-fields of Sociology, it emerged somehow at a bit late date. In these days, Sociology of Tourism analyzes the fact of tourism as a very important dynamic in regional, national and global contexts, but it needs to be sensitive to new developments regarding the object of tourism itself. The fact of tourism, first of all emerged as a quest for authenticity, has changed over time and somehow transformed. It seems essential that Sociology of Tourism needs to provide an analysis of this transformed issue and for this to be achieved it must concentrate on changing characteristics of tourism. In this article, a brief history of Sociology of Tourism, change of its subject-matters and today on which subjects it should concentrate will be analyzed. In brief, we will discuss that the fact of tourism emerged as a part of modern development and in order to study this new phenomena the discipline of Sociology of Tourism emerged as a subfield of the science of Sociology and that finally this subfield needs to concentrate on the new developments regarding the fact of tourism.

Giriş

Sosyoloji biliminin alt uzmanlık alanlarından biri olan Turizm Sosyolojisi, nispeten yeni sayılabilecek bir alandır. Sosyolojinin diğer alt uzmanlık alanlarının pek çoğu daha uzun sayılabilecek bir tarihsel geçmişe sahipken, Turizm Sosyolojisi, ancak, 1970'li yıllardan itibaren gelişim göstermiştir. Karşılaştırmalı bir perspektiften baktığımızda, her ne kadar, oldukça geç sayılabilecek bir dönemde kendisini kurmuş olsa da Turizm Sosyolojisi, kısa sayılabilecek bir tarihsel aralıkta ciddi gelişmeler kaydetmiş bir alt uzmanlık alanıdır. “Niçin geç kalmıştır?” sorusu önemli bir sorudur ve bu soruya verilecek yanıt bize aslında turizmin toplumsal anlamda “orijinal” olarak neyi ifade ettiğini gösterebilir.

Sosyolojinin asıl çalışma nesnesi olan “modern toplumun” gelişiminin belirli bir aşamasında “turizme” yönelik sosyolojik çözümleme girişimlerinin baş gösterdiğini biliyoruz. Modernliğin bilimsel, teknolojik, ekonomik temellerinin atılması on yedinci yüzyıla kadar götürülebilir, fakat “toplumsal modernliğin” su yüzüne çıkışı çok daha yeni bir olgudur. Her ne kadar önemli sosyologların pek çoğu “modern toplumun” ortaya çıkışını oldukça eski bir tarihe atıfta bulunarak açıklama çabasında olsa da, toplumsal olarak modern dünyanın tarihi yenidir. Örneğin, Anthony Giddens'a göre modernlik: “17. yüzyılda Avrupa'da başlayan ancak zamanla bütün dünyayı etkisi altına alan yeni bir toplumsal yaşam ve örgütlenme biçimidir” (1991, s. 1). Halbuki yeni bir toplumsal yaşam ve örgütlenme biçimi olarak modernlikten bahsetmek için yirminci yüzyılı beklemek gerekecekti. Örneğin, modernliğin siyasal yönünü belirleyen demokratikleşme, ancak, yirminci yüzyılda kendisini gösterebilmiştir; siyasal modernliğin öncü ülkesi olarak kabul edilen Fransa'da kadınların eşit oy hakkına kavuştuğu tarih 1944 yılıdır.

Her ne kadar modern toplumu inşa eden süreç olarak modernleşme, Bilim Devrimiyle birlikte 17. Yüzyıl Avrupa'sında başlamış olsa da, modern toplumun tam anlamıyla ortaya çıkışı, ancak, 20. yüzyılda gerçekleşmiştir. Sekülerleşmenin sanayileşmenin, demokratikleşmenin ve bireyleşmenin şekil verdiği bir toplumsal yaşam ve örgütlenme biçimi olarak modernlik dolayısıyla oldukça yeni bir olgudur. Modernliğin toplumsal olarak temellerini rasyonelleşme ve özgürleşme süreçleri teşkil ettiğine göre, özgür yani kendi ayakları üzerinde durabilen, toplumdaki özerkliğini ilan eden bireylerin ve rasyonel biçimde organize edilen gündelik toplumsal hayatın su yüzüne çıkışı ancak yirminci yüzyılla birlikte gerçekleşmiştir.¹

Tam da bu sözünü ettiğimiz gelişmeye paralel olarak turizme ilişkin sosyolojik çözümleme girişimlerinin başladığını görüyoruz çünkü özgürlüğün ve rasyonelliğin tutunması ve toplumu önemli ölçüde nitelenebilir kılması ile birlikte “gelenekten kopuşun” ve buna bağlı

olarak “otantikliğin kaybedilişinin” konuşulmaya başlanması daha ziyade yirminci yüzyıl olgusudur. Kronolojik olarak da bu yirminci yüzyılın ikinci çeyreğinden sonraki tarihsel aralığa denk düşmektedir. Bir başka deyişle, artık ağırlıklı olarak “modern bireylerin” oluşturduğu toplumlar olgunlaşmaya başladığı için otantikliğin kaybedildiği yani gelenekten kopuşun gerçekleştiği tartışmaları başlamıştır. Bu sözü edilen “modern toplumlar” çoğunlukla Batı'daki toplumlardır. Batı'nın ve özelde de Avrupa'nın kendi geçmişiyle köprüleri attığının ve buna bağlı olarak otantikliğini kaybettiğinin “farkına varılması” “otantik olana” ilginin yükselişini getirmiş ve böylece toplumsal düzeyde bir olgu olarak turizme ilişkin çözümlemeye ilginin artışına tanık olunmuştur. Toplumsal bir olgu olarak turizm ve ona ilişkin sosyolojik çözümleme girişimi böylece tarihe adını atmış oldu.

Demek ki Batı'da kendi toplumlarının orijinalliklerini kaybettiği fikrine kapılan insanların sayısının artması, modern toplumun olgunlaşma ya da tam olarak ortaya çıkma anı olarak değerlendirilmek durumundadır. Bu sözü edilen an aynı zamanda Turizm Sosyolojisi disiplininin gelişmeye meylettği andır, çünkü modern insanların otantikliğe yönelik ilgileri onları her ne kadar öncelikle kendi ülkelerinin kırsal alanlarına yönlendirmiş olsa da, başka özellikle de “Doğu” toplumlarına seyahat etmeye yönlendirmiştir. Dolayısıyla, “farklı” olanı görme merakının turizmin bir toplumsal olgu olarak ortaya çıkışında çok önemli bir rol oynadığını söyleyebiliriz. Kendi toplumlarında otantikliğin yitirildiği, tarihsel olarak geriye dönmenin ve geleneği bulmanın olanaksız olduğu algısının Batılı modern bireylerin önce kendi ülkelerinin kırsal alanlarına ama daha önemlisi başka toplumlara olan ilgisini artırması, aynı zamanda, bu ilgiye ilişkin sosyolojik çözümleme girişimlerinin ortaya çıkması sonucunu doğurmuştur. Turizm, dolayısıyla, toplumsal anlamda yani toplumun yapısında önem arz eden bir olgu olarak 1970'li yıllarda dikkat çekmeye başlamıştır.

Kuşkusuz insanların başka coğrafyalara, medeniyetlere ilgisinden kaynaklanan seyahatler tarih boyunca hep var olagelmıştır, ama bu ilginin oldukça küçük bir azınlığın (aristokratlar içinde bir grubun) ilgisi olduğu da muhakkaktır. Demek ki, turizm, kitlesel olarak bir olgu şeklini, ancak, yirminci yüzyılda ve özellikle de 1970'lerde almıştır. Turizmin kitlesel/toplumsal bir olgu olarak ancak “modern” dönemde ortaya çıkmasının en temel sebeplerinden birisi de kuşkusuz ulaşımın gelişmesidir. Sanayi Devrimi'nin en önemli buluşlarından olan trenin yanı sıra İkinci Sanayi Devrimi'nin otomobili icat etmesi, insanların yer değiştirmesini yani seyahatini çok ciddi boyutta kolaylaştırmış ve turizmin kitleselleşmesinde son derece işlevsel olmuştur. Sadece otantikliğe yönelen ilginin artışı değil ama seyahatin

¹ Rasyonellik ve özgürlük olarak modernlik anlayışı açısından bkz. Wagner, 1996; Castoriadis, 1987; Kaya, 2004.

kolaylaşması da demek ki turizmin bir toplumsal olgu olarak yerleşiklik kazanmasında etkilidir.

Kitlesel bir olgu olarak turizmin ortaya çıkışı ve dolayısıyla bu olguyu çalışma nesnesi olarak benimseyen Turizm Sosyolojisinin doğuşu, sadece otantiklik arayışının ve seyahatin kolaylaşmasının bir sonucu değildi elbette. Aynı zamanda, Batı toplumlarında refah düzeyinin yükselmesi bu husustaki çok temel nedenler arasındadır. Turizm, muhakkak, bir ekonomik maliyet meselesidir ve refah düzeyi artan insanların turizm etkinliğine katılım oranı yükselmektedir. Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren Batı toplumlarında hem servet birikiminin hem de gelirin yükseldiği “altın” yıllar olarak bilinen bir dönem yaşanmıştır. Sosyal devlet uygulamalarının, özellikle Batı Avrupa’da, yaygınlık kazandığı ve ücretlilerin gelirinde belirli iyileştirmelerin yaşandığı bu dönem aynı zamanda turizmin toplumsal olgu olarak yükselişe geçtiği dönemdir. Yine sosyal devlet anlayışına paralel olarak çalışma saatlerinin kısılması ve izin uygulamasının bir hak olarak uygulamaya geçmesi turizmin toplumsal olgu olarak yaygınlaşmasında etkili olmuştur.

Ücretlilerin izinli sayıldığı günlerinde de maaşlarının ödenmesi, yani, bir bakıma insan hakkı olarak “tatil” olgusu modern dönemde ortaya çıktı. Yılın belirli bir döneminde, genelde bir aylık bir zaman zarfını kapsayan aralıkta, çalışanların izinli olması kuşku yok ki onların seyahat etmesine ve dolayısıyla turizm etkinliğine katılmasına yönelik bir teşviktir. Bilindiği üzere, bu teşvik sonuçları itibarıyla turizmin bir sektör haline gelmesinde de etkili olmuştur ve kitlesel olarak insanların seyahati, başka insan gruplarıyla karşılaşması Turizm Sosyolojisi disiplininin doğmasını sağlamıştır. İşte bu sebeptendir ki turizm olgusunu sosyolojik bir olgu olarak ele alan ve tartışmaya açan çözümlene girişimlerinin tarihi oldukça yenidir. Örneğin, Erik Cohen 1984 tarihli makalesinde şöyle demektedir: “Turizm Sosyolojisi, turistik motivasyonlar, roller, ilişkiler, kurumlar ve onların turistler ve ev sahibi toplumlar üzerindeki etkilerini inceleyen **yeni** bir disiplindir” (Cohen, 1984, s. 373).

Hal böyle olmasına rağmen, Turizm Sosyolojisi tarafından çalışılan nesnenin kendisinde kısa sayılacak sürede önemli değişimler yaşanmıştır ve artık turizme bir otantiklik arayışı olarak yaklaşmanın geçerliliği tartışmaya açılmak durumundadır. Aynı zamanda, son dönemlerde hakim anlayış olan küreselci ve bireyci anlayışın getirdiği bazı önemli sonuçlar turizmi de etkilemiştir ve sosyolojik olarak turizmi değerlendirmenin yeniden yapılması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Başka bir ifadeyle söyleyecek olursak, Turizm Sosyolojisi oldukça yeni bir disiplindir ama bizzat turizm olgusunda kısa sayılabilecek zaman aralığında yaşanan değişimler Turizm Sosyolojisinin üzerinde çalıştığı nesneye dair yeni bir perspektif geliştirmesini zorunlu kılmaktadır. Dolayısıyla, bu makalede, yukarıda bahsettiğimiz turizm olgusunun ve ona yönelik sosyolojik çözümlenmenin içeriğinde yaşanan değişimleri tartışacağız ve bugün için Turizm Sosyolojisinin ne anlam ifade ettiğini

değerlendireceğiz. Öncelikle, tarihsel olarak turizm ve Turizm Sosyolojisi üzerinde duracağız ve sonrasında yakın dönemde yaşanan değişimleri ele alarak, sonuçta Turizm Sosyolojisinin bugün ne çalışması ve nasıl çalışması gerektiği sorularına odaklanacağız. Bütün bunları yaparken sosyolojinin çalışma nesnesi modern toplumun nasıl olgunlaştığı ve dönüştüğü sorularını hep çözümlenmenin merkezinde tutacağız. Amacımız, dolayısıyla, sosyolojinin çalışma nesnesiyle ilişkisi çerçevesinde turizm ve Turizm Sosyolojisi açısından yaşanan değişimleri ortaya koymak ve yeni çalışmalara temel olacak bir perspektif önerisinde bulunmaktır.

Turizm Sosyolojisinin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Sosyolojinin yeni gelişen alt uzmanlık alanlarından biri olarak Turizm Sosyolojisinin ortaya çıkışına ve gelişimine ilişkin bir perspektif ortaya koymak için, önce bizzat sosyoloji biliminin temellerine kısaca bakma ihtiyacı duyuyoruz. Sosyoloji, bildiğimiz gibi, “modernliği” yaratan/yaratacak olan koşulların verdiği sonuçlardan birisidir. Kuşkusuz insan birlikteliği modernlikle birlikte ortaya çıkmadı; elbette insanlık tarihinin en başından itibaren insan birliktelikleri var ola geldi. Yani bir başka ifadeyle, tarihinin en başından bu yana insan toplu halde, gruplar içinde yaşamaktadır. Ancak, bu sözü edilen birlikteliğin araştırılması, bilimsel bilginin konusu olarak değerlendirilmesi oldukça yenidir ve bu nedenle sosyolojiyi modernliğin bilimlerinden biri olarak anlamak yerindedir. İnsanlık tarihinde “değişim” - ki sosyolojinin asli ilgisidir - her dönemde yaşanmıştır elbette, ama değişimin hızı, Giddens’in (1991) deyişiyle, sadece modern dönemde hesap edilemeyecek ölçüde arttı. Örneğin, Hobsbawm’ın (1998) ifade ettiği gibi, “Devrimler Çağı” tarihte daha önce eş-benzeri görülmemiş büyük dönüşümleri başlattı; büyük alt-üst oluşlar ve öngörülemediği değişimler ancak modernliği yaratan koşulların tarihsel sahnedeki yerini almasıyla gerçekleşti. Ekonomide, siyasette, kültürde ve nihayet toplumda yaşanan büyük alt-üst oluşlar, karmaşanın, farklılaşmanın, ilerlemenin, büyümenin çözümlenmesini gerekli kıldı ve sosyoloji bu temaların bilimi olarak 19. yüzyılda Devrim Sonrası Fransa’sında doğdu.

Yeniliklerle ilgilenmek, sosyolojinin asli uğraşlarından olduğuna göre, modern toplumun oluşum ve değişim mekanizmaları insan birlikteliği üzerine söz söylerken merkeze alınması gereken meselelerdir. Hızla değişen ve bu değişimin getirdiği sıkıntılarla yüzleşen topluma bakarken sosyoloji demek ki “yeniliklere” odaklanmak zorundadır. Bu yeniliklere odaklanırken diğer taraftan da bu yeniliklerin toplumsal düzene olan etkilerine de odaklanmak, yani bir bakıma değişim-yapı, ya da aktör-yapı, ilişkisine odaklanmak zorundaki disiplini(r) sosyoloji! Turizm de bu yeniliklerden biri olduğu için yirminci yüzyılda sosyolojik çözümlenmenin kapsamına girdi. Yeni bir olgu olarak turizm, toplumu oluşturan insanların önemli bir bölümünün “bozulmamış doğaya”, başka coğrafyalara ve medeniyetlere ilgi duyarak seyahat etmeye başlaması anlamına gelmektedir. Tarih boyunca insanlarda “ötekine” ilgi vardı elbette ama bu

ilginin kitleselleşmesi ve bir bilimsel çalışmanın nesnesi haline gelmesi oldukça yeni bir olgudur. Turizmin şu tanımı oldukça yaygın ve kabul gören bir tanımdır: “Turizm; sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir getirici hiçbir uğraşta bulunmamak şartı ile bireylerin geçici süre konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tümüdür.” Dünya Turizm Örgütüncü yapılmış olan bu tanımda konumuz açısından dikkat çeken mesele; bireylerin geçici süre konaklamalarından doğan olay ve ilişkiler bütünü ifadesidir. Bireyler denirken kuşkusuz azınlıktaki bir gruptan değil kitlelerden bahsedilmektedir ve bu kitlelerin ilişkilerine işaret edilmektedir. İşte bu nedenle, yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren yükselişe geçmiş bir olgu olarak turizm önem arz etmeye başlamış ve 1970’lerin başından itibaren de bu yeni olguya ilişkin sosyolojik çözümleme girişimlerinde artış yaşanmıştır.

Demek ki Turizm Sosyolojisinin bir uzmanlık alanı olarak kendisini kurması, modern toplumdaki bir değişime paralel olarak gerçekleşmiştir. Ekonomik bir olgu olduğu kadar ve hatta daha önemlisi sosyolojik bir olgu olarak turizm böylece tartışmaya dahil olmuştur. Şimdi bu tartışmanın tarihsel olarak nasıl bir evrim yaşadığına odaklanmamız lazım. Turizme ilişkin ilk sosyolojik perspektif, turizmi “otantiklik arayışı”, “otantikliğe yönelme” olarak tanımlamıştır (bkz. MacCannell, 1973). Batıların - özellikle Batı Avrupalıların - kendi toplumlarında kaybettiklerine inandıkları geleneği ve bozulmamış doğayı başka ülkelerde, özellikle de, Batı-dışı ülkelerde bulacaklarına inançlarından dolayı seyahatlere başlaması, sosyolojik olarak otantikliğe yönelme şeklinde tarif edildi. Gezmek, etrafta dolaşmak, gidip görmek ve dönmek olarak tarif edilen turizmin elbette ilk biçiminde kentlilerin kıra yönelmeleri, hafta sonları doğanın bozulmadığına inanılan kıra geziler düzenlenmesi ağırlıklı bir yer tutuyordu. Örneğin, Londra’da yaşayan orta sınıf ailelerin hafta sonlarında Londra’ya yakın ormanlık alanlara gitmesi, doğayla iç içe vakit geçirmesi turizmin bu ilk biçimine örnek teşkil etmektedir. Ancak, yine de turizm toplumu oluşturan unsurlar içinde dikkat çekecek bir öneme sahip değildi. Kıra gezilerine çıkmak, taşrayı yeniden keşfetmek gibi hedeflerin güdülediği insanların kendi ülkelerinin kırsalına, taşrasına ziyaretleri elbette turizmin ilk görünümüdür, ama özellikle İkinci Dünya Savaşından sonra Batılı ülkelerdeki modern bireylerin kendi ülkeleri dışındaki ülkelere seyahatleri turizmi bir toplumsal olgu haline getirmede ana etken olmuştur.

Kuşkusuz turizme ilişkin ilk “sosyal bilimsel” sayılabilecek yazının tarihi oldukça eskidir: 1899 yılında İtalyan L. Bodio’nun yayınladığı makale bu husustaki ilk çalışmadır; Sosyolojik çalışma olarak kabul edilen ilk eser ise; L. von Wiese tarafından 1930 yılında kaleme

alınmıştır (Cohen, 1984). Ancak bu iki çalışmanın da derli-toplu veya tam anlamıyla sosyolojik çalışma olmadığı, alanın ilk kurucularından biri olarak kabul edilen Erik Cohen (1984: 373-92) tarafından ifade edilmektedir. 1960’larda da turizme ilişkin sosyolojik sayılabilecek bazı yayınlar ortaya konmuştur, ama Turizm Sosyolojisi olarak kabul edilebilecek ilk eser Erik Cohen tarafından 1972 yılında yayınlanmıştır. İşte bu tarihten itibaren Turizm Sosyolojisi disiplini kapsamında yer alan çalışmaların sayısında düzenli olarak artış yaşandı.² Demek ki yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren yaşanan toplumsal değişime, turizmi sosyolojik olarak çalışılacak bir konu haline getirmiştir. Şimdi bu meseleye yakından bakmamız lazım.

İkinci Dünya Savaşı sonrası Batı toplumlarında bazı temel gelişmeler yaşandığı ve bu gelişmelerin bir sonucu olarak turizmin kitlesel düzeyde anlam kazandığı söylenmelidir.³ Bu temel gelişmeler içinde iki gelişme turizmin toplumsal bir olgu halini almasında öne çıkan faktörlerdir: yaşam standardının yükselmesi ve çalışma zamanındaki kısalma; bu gelişmelere dayalı olarak da “boş zamanın” bu toplumların gündemine girmesi. Bu gelişmeler, turizmi öncelikle bir tür “modern eğlence aktivitesi” olarak gündeme oturttu. İnsanların yaşam standardı yükseldikçe ve boş zamanları arttıkça, bir eğlence olarak turizme başvurmaları adeta “doğal” bir eğilim olarak anlaşılıp vurgulanmaya başlandı. Bu anlayış her ne kadar sosyolojik bir hedefle ileri sürülmüş olsa da, esasında turizmi adeta “bireysel” bir eğlence olarak anlama riskini taşıyordu. Oysa turizm, bireysel boş zaman aktivitesini aşan kitlesel ve dolayısıyla toplumsal bir olgu halini almıştı. Demek ki, buradaki kilit mesele; turizmin ilk defa ortaya çıkışı değil elbette ama ilk defa “kitlesel” olarak ortaya çıkmasıdır. Örneğin, 1950 yılında dünyada 25.3 milyon uluslararası turist varken, bu sayı 1960 yılına gelindiğinde 75.3 milyona ve 1970’te 169 milyona ulaştı (Young, 1973, s. 52). Sadece uluslararası turist sayısındaki artış değil, aynı zamanda, ulusal düzeydeki turizm olgusunun büyümesi de turizme ilişkin sosyolojik çalışmaların sayısını artırdı.

Bozulmamış doğa, kültür ve toplum arayışı olarak yani otantiklik peşinde koşu olarak turizm, bu sözü edilen gelişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıktı.⁴ Ekonomik ve kültürel sahalardaki değişimlerin yansıdığı bir olgu olarak turizm, bu noktada bazı sosyologların ilgisini çekmeye başladı. Sosyoloji, “doğası gereği” turizmle toplumsal değişime arasındaki ilişkiye odaklandı. Toplumsal değişimin bilimi olarak, turizmin bu husustaki etkilerini anlamayı kendisine iş edinen sosyoloji böylece yeni bir alt uzmanlık alanına sahip oldu: Turizm Sosyolojisi. Önce iç turizmin ülke içindeki turizm beldesi olarak nitelenen bölgeler üzerinde yarattığı/yaratacağı değişime üzerine odaklanıldı ama

² Örneğin, MacCannell, 1973; Noranha, 1977; V. L. Smith, 1977.

³ Turizmin kitlesel anlamda yaygınlaşması ve dolayısıyla sosyolojik bir olgu halini alması gerçekten de yirminci yüzyılda gerçekleşti. Örneğin, Kumar, konuya ilişkin olarak, şunları ifade etmektedir: “... bugün bildiğimiz üzere, turizm belirgin biçimde yirminci yüzyıl olgusudur” (Kumar, 2018, s. 225).

⁴ Muhakkak, turizmin sosyolojik bir olgu olarak ortaya çıkışında otantiklik arayışı olarak turizm anlayışının dışında “organize edilmiş kitlesel bir olgu olarak turizm” anlayışının da önemli olduğu tartışmasını yapanlar da oldu (özellikle bkz. Cohen, 1979).

1970'lerin sonlarına doğru ilgi önemli ölçüde uluslararası turizme yöneldi. Uluslararası turizm üzerine yapılan çalışmalar ise ağırlıklı olarak turistlerin ev sahibi toplumların yapısında yarattığı/yaratacağı “toplumsal değişmeye” odaklanmıştır.

Turizm Sosyolojisi, en başından buyana turistlerle ev sahibi yerel topluluklar arasındaki ilişkileri çözümlenmeyi hedefledi ve bu çözümlenme ağırlıklı olarak ev sahibi toplumlar üzerinde misafir turistlerin etkilerini konu aldı. Örneğin, Lindberg ve Johnson (1997) turizm ve toplumsal yapının değişmesinin konu üzerinde çalışan sosyal bilimcilerin odaklanmaları gereken asli konu olduğunu söylemektedirler. Yukarıda bahsettiğimiz aktör-yapı ilişkisini çalışan genel sosyolojinin alt uzmanlık alanlarından olan Turizm Sosyolojisinin de turist ve ev sahibi toplum arasındaki ilişkiyi çalışması açıkça şaşırtıcı değildir. Toplumsal yapı olarak ev sahibi toplumun yapısını veyahut yerel halkın yapısını ele alan Turizm Sosyolojisi, turisti de değişimin aktörü olarak değerlendirmektedir. Bu çerçevede, kuşkusuz, turizm gelirleri olarak nitelenen bir mesele çözümlenmenin merkezine oturdu; ev sahibi toplumlar ve turistik beldeler turizm sayesinde yeni bir gelir elde etmeye ve bu gelir toplumsal değişimde etkili olmaya başladı. Bu ekonomi-merkezci bakış açısı, aynı zamanda, turizmin ulusları birbirine yakınlaştıracak ve ülkeler arasında hoşgörü ve dostluk kurulmasında köprü olacağını öngören siyasal bir yaklaşımla da desteklendi. Dolayısıyla, turizm olgusunun, bir yandan yeni bir ekonomik sektör olarak ev sahibi toplum için büyük bir olanak yarattığı ve diğer taraftan da uluslararası ilişkilerde barış ve dostluk köprüleri kuran bir “aktör” olduğu vurgusu yapılmaya başlandı.

Bir ekonomik sektör veya endüstri olarak turizme bakılmasının elbette rasyonel nedenleri bulunmaktadır. Turizmin turist kabul eden yani ev sahibi olan toplumlara ciddi bir ekonomik zenginlik kazandırdığı vakadır. Bu hususta turistik olarak nitelenen İtalya, İspanya ve Türkiye gibi ülkelerin bir bakıma aralarında yarışması, birbirleriyle ciddi düzeyde rekabete girmesi kuşkusuz şaşırtıcı değildir. Sadece turizm şirketlerinin, turistik beldelerdeki “toprak” ve mekan sahiplerinin değil ama aynı zamanda yerel halkın ekonomik refahında turizm önemli roller oynamaktadır. Yerel halktan özellikle gençlerin ve kadınların istihdamı, turizmin getirdiği önemli kazanımlar arasındadır. Dolayısıyla, turizme ekonomi-merkezci bir perspektifle bakmanın rasyonel nedenleri bulunmaktadır ama bu perspektifin turizm olgusunu açıklamada yetersiz kaldığı ve açmazlara sahip olduğu da bir vakadır.

Turizmin hızla modern toplumların yaşamında yerleşiklik kazanan önemli bir olgu haline gelmesi, aynı zamanda “modernleşme” aşamasındaki toplumların ilerlemesindeki can alıcı bir manivela olduğu tartışmasını gündeme soktu. Yani bir bakıma turist gönderen toplumlarla ev sahibi toplumları modernleşme skalasında birbirlerine yakınlaşmasının aracı olarak okunan turizm, turistlerle yerel halkın karşılaşması,

iletişime geçmesi ve nihayet etkileşmesi olgularının açıklanması için Turizm Sosyolojisini adeta göreve çağırıştır. Bu sebeple, Turizm Sosyolojisinin özellikle turizmin ev sahibi toplumlar üzerine yarattığı etkiler üzerine odaklanması şaşırtıcı değildir. Demek ki, otantikliğe yönelik ilgi, yani kültürel ve doğal olarak “bozulmamış” ülkelere ve bölgelere yönelik kitlesel turist akını, Turizm Sosyolojisinin bir alt uzmanlık alanı olarak doğmasında temel işlev üstlenmiştir ve bu sürecin getirdiği bir sonuç olarak, ikinci aşamada, Turizm Sosyolojisi, turizmin toplumsal değişimde oynadığı rol üzerine odaklanmıştır.

Turizm sosyolojisinin ilk evresinde “ekonomi-merkezci” tutum nasıl etkili olduysa, ikinci evresinde de olgu üzerinde “kültürel” perspektif ağırlığını koymuştur. Turist-ev sahibi karşılaşması çoğunlukla iki “yabancı” karşılaşması olarak düşünülmektedir. Ev sahibi olan yerel halkın kültürel değerlerinin turistlerin kültürel değerlerinden farklı olduğuna yönelik vurgu bu perspektifin merkezi özelliğidir. Bu iki farklı kültürel yapının insanların karşılaşması daha ziyade turistlerin kültürünün yerel halkın kültürünü etkilemesi ve değiştirmesi tartışmasına temel olarak sunulmaktadır. Bir bakıma “gelenekselleşmiş” olan bu yaklaşım, turistlerin “bozulmamış” yani otantik kültüre ilgi duyduklarını ve bu nedenle turizm olgusunu açıklarken “kültür” etkisinin merkezi öneme sahip olduğunu tartışmaktadır. Hem yerel halkın kültürünün turist kültürü tarafından etkilendiği ve değiştirildiği tartışması hem de turistlerin kültürel otantikliğe ilgi duydukları için turizm etkinliğine katıldıkları tartışması, “kültürel turizm” konseptinin temellerini oluşturmaktadır.

Hem ekonomi-merkezci hem de kültürel perspektiflerin kesiştiği asli nokta; Turizm Sosyolojisinin ev sahibi toplum, yerel halk üzerinde turistlerin yarattığı etkilere ve sonuçta ortaya çıkan toplumsal değişimlere odaklanmasıdır. Sosyolojik olarak demek ki bir *yapı* ve *aktör* ilişkisi merkezde yer almakta ve aktörün yapı üzerindeki etkileri araştırılmaktadır. Yani daha açık bir ifadeyle, turist aktörü, ev sahibi toplum da yapıyı işaret etmektedir. Örneğin, Türkiye’de turizmle ilgili yapılan saha çalışmalarının büyük bir çoğunluğu, turistik belde halkı üzerinde turizmin yarattığı etkileri ölçmeye yönelik çalışmalardır. Demek ki, turistler toplumsal değişimin aktörü olarak ve yerel halk da değişime uğrayan yapı olarak değer bulmaktadır. Her ne kadar bu tür çalışmalar turizmin toplumsal olarak önemli bir yönünü temellendirmede işlevsel roller üstlenmiş olsalar da, bugün geldiğimiz aşamada turizme sosyolojik bakışın hala bu sözü edilen turist-ev sahibi toplum ilişkisi çerçevesinde kendisini sabitlemesi epey bir zamandır süregelen değişimlere gözünü kapatması anlamına gelir.

Son yıllarda hem toplumların yapısında, yani gündelik yaşam pratiklerinde ve kültürlerinde meydana gelen önemli değişimler, hem de turizm olgusunun kendine içkin mahiyetinde meydana gelen değişimler, meseleye ilişkin yeni yaklaşımları devreye sokmayı zorunlu kılmaktadır. Üzerinde çalışılan nesnede

yaşanılan değişim, kuşkusuz nesneye ilişkin perspektifte ve çalışmada da değişimi gerekli kılmaktadır. Dünya değişim geçirmektedir ve toplumlar bu değişimden muaf olmadığına göre, turizmin ve turizme ilişkin sosyolojik perspektifin sabit kalması yani değişime direnmesi mümkün değildir. Şimdi sözü edilen değişimlere paralel olarak turizme ilişkin nasıl bir sosyolojik perspektifin günümüz koşullarında işlevsel olabileceğini ele alacağız.

Turizme İlişkin Yeni bir Sosyolojik Perspektif

En başta belirttiğimiz üzere, toplumsal bir olgu olarak turizmin ortaya çıkışı, modern toplumun belirli bir aşamasında gerçekleşti. Toplumsal bünyede yerleşik hale gelen bir olgu olarak turizm, modern döneme özgü değişimlerin getirdiği bir sonuçtur, ama zamanla bu sonucun kendisi bizzat modern toplumun temel belirleyici yapılarından biri haline geldi. Bu süreçte hem modern toplumda hem de turizmde belirli değişimler yaşandı ve Turizm Sosyolojisi bu değişimlere odaklanarak yeni bir perspektifi ortaya koymakla yükümlüdür.

1980'lerden itibaren dünya, genel anlamda, radikal değişimler yaşadı ve bu dünyanın önemli bir parçası olarak turizmin sabit kalması da mümkün olmadı. Amerika ve İngiltere'de başlayan yeni liberalleşme süreci kısa sayılabilecek bir zaman aralığında dünyanın büyük bölümünde etkisini gösterdi. Kamuculuğun ve devletin öneminin ve nüfuzunun özelleştirme hamlesiyle sınırlandığı, serbest piyasacılığın devreye sokulduğu bu dönem, Sovyet imparatorluğunun çöküşüyle birlikte yeryüzünde herhangi güçlü bir engelle karşılaşmadı. Hem totaliter sosyalizmin hem de müdahaleci kapitalizmin sonunu işaretleyen bu sürecin ortaya çıkardığı kanımızca iki önemli sonucu oldu: bireyciliğin tüm dünyada şaha kalkması ve küreselleşme.

Hem küreselcilik hem de bireycilik turizme yeni yönler verdi ve onun mahiyetinin önemli ölçüde değişmesine sebep oldu. Uluslararası ticaretin önündeki engellerin önemli ölçüde kalkması, ulaşımın ve iletişimin deyim yerindeyse yeni bir devrim yaşaması, turizm olgusunu yeniden yapılandırdı. Küreselci ve bireyci anlayışın hakimiyet kurmasının turizm açısından getirdiği sonuçlar son derece önemli olduğu kadar vahim sonuçlardır. Örneğin, sorumluluk etiğinin ve dayanışma değerinin ikincilleştiği ve bir bakıma kibrin ve narsistliğin yükselişe geçtiği bu dönemde turizmin sürdürülebilirliği tartışması zorunlu olarak gündeme geldi. İnsanın neredeyse tek değerinin özgürlük olduğu vurgusunun yüksek sesle yapıldığı bu dönem, turistik beldelerin doğal ve kültürel zenginliklerinin dikkate alınmadığı hızlı bir yapılaşmaya tanıklık etti. Dolayısıyla, turizm olgusundaki hem yapının hem de aktörün, dünyada genel ölçekteki değişimin sonucu olarak, önemli ölçüde değişikliğe uğradığı bir gerçektir. Bu sebeple, Turizm Sosyolojisi sözü edilen değişime odaklanmak

durumundadır. Şimdi Turizm Sosyolojisinin sözü edilen yenileşme üzerine nasıl bir perspektifle odaklanması gerektiğini ele almamız yerinde olacaktır.

Öncelikle, yukarıda bahsettiğimiz aktör ve yapı ilişkisinin yeniden değerlendirilmesi kaçınılmaz görünüyor. Klasik Turizm Sosyolojisi aktörü turist ve yapıyı da yerel halk olarak ele alıyordu, ama bugün turizm hususunda değişimin aktörü sadece turist olmadığı gibi değişen yapı da sadece yerel halk veya ev sahibi toplum değildir. Turistlerin yerel halkla kurduğu iletişim ve yaşadığı etkileşim tek yönlü sonuçları olan bir iletişim ve etkileşim değildir. Ev sahibi toplumun kültürel değerleri, gündelik yaşam pratikleri turistlerin üzerinde etki bırakmakta ve neticede turistler de değişim yaşayabilmektedir. Demek ki, iki yabancıların karşılaşması olarak değerlendirilen turistle ev sahibinin karşılaşmasında değişimin aktörü olarak çoğunlukla turistin gösterilmesi anlayışının üzerinde yeniden düşünülmesi gerekir. Turist, turizm etkinliği sonucunda kendi evine döndüğünde artık önceki kişi olmayabilir; yenilenmiş, değişmiş biri olabilir. Dolayısıyla, turistlerin ev sahibi toplum üzerindeki etkileri kadar ev sahibi toplumun turistler üzerindeki etkileri de Turizm Sosyolojisinin çalışmalarına dahil edilmek durumundadır. Etki her zaman tek yönlü ve tek taraflı bir etki değildir.

Küreselleşmenin hız kazandığı yıllar, diyalektik olarak, yerelleşme adı verilen başka bir gelişmeye de yol açmıştır. Küreselin güç kazanması, aynı zamanda, yerelin yeniden keşfi ve güç kazanması anlamına gelmiştir. Yerelliğin küreselleşmeye karşıtlığından ziyade, küreselliğe katkısı üzerinde durulmuş ve küreselleşmenin yerelliklerin zenginleştirdiği bir toplam olduğu algısı güç kazanmıştır.⁵ İşte bu noktada yerel halkın turist üzerinde bıraktığı etkinin önceki döneme göre daha net olduğu ve toplumsal değişimin tek yönlü olmadığı aşikar olmaya başlamıştır. Turizm olgusu, dolayısıyla, sadece turistlerin ev sahibi toplumlar üzerindeki etkilerini ve bu etkiler sonucunda ortaya çıkan toplumsal değişimi yaratmamakta, fakat, yerel halkın turist üzerindeki etkilerini ve sonuçta onun değişimini de yaratmaktadır.

Turizmin yerel halk/ev sahibi toplum üzerindeki etkileri, uzunca bir süre, genelde olumlu etkiler olarak çalışıldı. Yukarıda bahsettiğimiz gibi, hem ekonomik hem de kültürel açılarından turizmin ev sahibi toplumda değişim yarattığı ve bu değişimin ekonomik anlamda kalkınma ve kültürel anlamda modernleşme olduğu vurgulandı. Ancak, küreselci ve bireyci anlayışın egemenliğindeki son süreçte bu etkilerin olumlu olmaktan ziyade olumsuz sonuçları net biçimde ortaya çıkmaya başladı. Yani iki yabancıların karşılaşması, her zaman, olumlu sonuç vermemekte, zaman zaman "düşmanlık" düzeyinde karşıtlık üretebilmektedir. Yerel halkın kültürel değerlerinde aşınmalar yaşandığı gibi

⁵ Küreselleşme sürecinin aynı zamanda bir yerelleşme sürecine yol açtığı hususundaki sosyolojik bir tartışma için bkz. Robertson, 1994.

doğal ve tarihsel kaynaklarında ciddi bozulmalar ortaya çıkmaktadır. Örneğin, kumar, fuhuş, suç, uyuşturucu ticareti gibi olumsuzluklar turizm aracılığıyla yerel halkın temel meseleleri haline gelebilmektedir. Turizm beldelerinde karşılaştırmalı olarak suç oranlarının ve kültürel bozulmaların araştırılması Turizm Sosyolojisinin muhakkak temel çalışmaları arasına girmek durumundadır. Demek ki sadece turist-ev sahibi toplum arasındaki ilişkinin aktör-yapı bağlamının yeniden düşünülmesi yetmiyor, ama aynı zamanda turistin yerel halk ve doğa üzerindeki etkisinin de çalışmaya dahil edilmesi gerekiyor.

Doğal ve tarihsel kaynakların turizm etkinliği sebebiyle zarar görmesi, turizmin geleceği açısından yaşamsal bir aşamaya gelmektedir. Tarihsel ve doğal kaynakların korunması turizmin sürdürülebilir kılınmasının dayanağıdır. Demek ki, Turizm Sosyolojisi sürdürülebilir turizm üzerine ayrıntılı çalışmalar yapmalıdır. Ev sahibi toplumların doğal ve kültürel kaynakları ciddi anlamda turizmden zarar görmektedir ve turizmin geleceği bu kaynakların sürdürülebilir olmasını şart koşmaktadır (Demir ve Çevirgen, 2006). Küreselci ve bireyci anlayışın hakimiyeti ev sahibi toplumun hem doğasının hem de kültürünün ve tarihinin korunmasını zorunlu hale getirmiş bulunmaktadır. Mümkün olduğu kadar kolay ve hızlı bir yoldan yeni turizm beldelerinin yaratılması, hem doğanın hem de tarihin ve sonuç olarak yerel kültürün bozulmasına yol açmaktadır. Bireyci anlayış bu hususta hem dayanışmadan hem de sorumluluk etiğinden uzak, duyarsız turistlerin doğaya ve kültüre kayıtsız kalmalarını, olumsuz sonuçlar yaratmalarını neredeyse zorunlu kılmaktadır. Bu durumda turizmin uzun bir süre devam edemeyeceği, eğer önlemler alınmazsa ve başka türde bir turizm politikası devreye sokulmazsa turizmin sürdürülebilirliğinin mümkün olmayacağı apaçık ortadadır.

Üçüncüsü, kültürel turizme eklenen gastronomi turizminin özellikle günümüzde hijyenik koşullar çerçevesinde yeniden düşünülmesi gerekmektedir. Korona Salgını'nı yaşadığımız bu süreçte yaşamımızın merkezine yerleşen olgular arasında hijyen çok öncelikli bir yere sahiptir. Gastronomi turizmi olarak ifade edilen turizmde, dolayısıyla, hijyene çok daha ciddi bir önem atfedilmesi gerektiği ortadadır. Bu durum sadece turizm beldelerinin, merkezlerinin, restoranların, hotellerin salgın nedeniyle bundan sonra daha hijyenik olmalarını gerektiren bir durum değildir. Ancak, kanımızca, daha önemlisi, bu durumun, turizm ve kültürel kimlik ilişkisinin yeni bir perspektifle ele alınmasını gerektiriyor olmasıdır. Daha önce yukarıda ifade edildiği üzere turizm olgusu ev sahibi ve turistin iki yabancı olarak karşılaşması üzerinden değerlendirilmektedir. Buradaki iki yabancı metaforu esas itibarıyla ev sahibinin ve turistin iki farklı hatta özgün kültürün üyeleri olduğunun varsayılmasıdır. Bu nedenle, turizm üzerine çalışanların

farklı kültürleri hatta karşıt kültürleri dikkate alması, bu kültürlerin yakınlaşmasında turizm faktörünün rolünü gözlemlemesi beklenmektedir. Ancak, son dönemlerde yaşanan gelişmeler ve özellikle hijyen ve sağlık ilişkisinin Korona Salgını ile yeniden temellendirilişi, sözü edilen “kültürel kimliklerin” özgünlüğünden ziyade “evrensel standartlarda buluşulması” hususunun öne çıkacağını haber vermektedir.

Genel olarak dünyada bu husustaki dönüşüm oldukça dikkate değerdir. Farklılığın tanınması olarak çok-kültürcü kimlik siyasetinin sınırlarına ulaştığını söylememizi gerektiren bir süreci gözlemliyoruz.⁶ İnsan davranışlarındaki çoğulluğun kültürel göreceliğin gereği olduğu şeklindeki kanının yanlışlandığı bir dönemdeyiz. Bu durum özellikle hijyen kuralları açısından öne çıkan bir durumdur. “Bizim kültürel özelliklerimiz böyle” diyebilme şansının kalmadığı, davranışlarda evrensel standartların yükselişe geçtiği bir süreci deneyimliyoruz. Bu süreçte “her kültür değerlidir”, “kültürler eşittir” türündeki çok-kültürcü kimlik siyasetinin mottoları eskimiş durumdadır ve evrensel standart sağlık ve eşitlik için esastır mottosu tarafından ikame edilmektedir. Turistler dünyanın her yerinde standart hijyenik şartlar beklentisi içindedir. Kültürel görecelilik ile meşruiyet bulabilen “farklı” tutumların ve hizmet sunumlarının “evrensel” hijyen ve sağlık koşullarını karşıladığı müddetçe ancak kabul göreceği açıklığa kavuşmaktadır.

Toplum halinde birlikte yaşamın temel kuralları bulunmaktadır ve bu kurallar aslında toplumsal değerlerle doğrudan ilişkilidir. Turizm, söylendiği üzere, eğer iki yabancıların karşılaşmasıyla ortaya çıkan etkileşim olarak tanımlanıyorsa, buradaki yabancı kavramının bugünkü koşullarda yeniden üzerinde durulmasına ihtiyaç vardır. Gittikçe daha uzun süreli tatillerin ve konaklamaların yerleşiklik kazandığı günümüz turizm etkinliğinde turistlerle yerel halk üyelerinin etkileşimi kuşkusuz daha derin ve daha uzun süreli gerçekleşmektedir. Kendi içine kapanan ve dolayısıyla özgün olduğu varsayılan kültürel kimlik anlayışının sorgulanması ve birlikte yaşamın turizm etkinliği açısından da ortak değerleri ve en azından davranışta evrensel standartları gerekli kılacağı üzerinde durulmalıdır.

Dördüncü olarak, turizme ilişkin yaklaşımların ve araştırmaların muhakkak dikkat etmek zorunda oldukları yeni gelişmelerden birisi, uluslararası turistlerin büyük çoğunluğunun Batılı olduğu anlayışının artık geçersiz oluşudur. Dünyanın muhtelif bölgelerinden ve ülkelerinden turizm etkinliğine katılan insanların sayıları gittikçe artış göstermektedir. Demek ki, “yabancı turist” olgusunun Batılı turist olarak algılanmasının yanlışlığı üzerinde durulması gerekmektedir. Artık yeryüzünde turistik etkinliklere katılanların çoğunluğu Batılı değildir. Uzak Asya ülkelerinin insanları turizm etkinliğinde gittikçe başat konuma yükselmektedir. Bu

⁶ Farklılığın tanınması olarak çok-kültürcü kimlik siyaseti hakkında bkz. Taylor, 1992.

değişim aslında turizm üzerine sosyolojik çalışmaların çok kilit bir meseleye yeni bir gözle bakmalarını gerektirmektedir. Turizm, yukarıda da ifade ettiğimiz üzere, orijinal olarak Batılı modern toplumlarda bir kitlesel olgu olarak ortaya çıktı. Batı modernliğinin gelişiminin belirli bir aşamasında yani koşulların olgunlaşmasıyla turizm olgusu gün ışığına çıktı, ama bu orijinallik bugün gerçekten tersine çevrilmiştir. Refah düzeyi yükselen, boş zaman olgusu yaşamında yerleşik hale gelen pek çok Batılı olmayan ülkenin insanları kitleler halinde turizm etkinliğine katılmaktadır. Demek ki ev sahibi toplumu veya yerel halkı etkileyen hatta onu değiştiren Batılı turisttir anlayışının sorgulanması ve turizmde Batılı turist egemenliğinin son bulduğu tartışmasının yapılması gereklidir.

Bu tartışma birçok açıdan önem taşımaktadır ama en önemlisinin Batı-merkezci düşünmenin ve tutumun ikincilleşme sürecini yaşadığının farkına varılması olduğunu söyleyebiliriz. Örneğin, tarihsel ve kültürel turizm etkinliğine dünyada son zamanlarda Çinlilerin ağırlıklı olarak katılması, “farklı tarihe ve kültüre” ilginin Batılı turist tarafından duyulduğu şeklindeki klasik anlayışı yerinden etmektedir. Dolayısıyla, turizm ve Batılı arasında kurulan pozitif bağ üzerinde düşünülmesi ve uluslararası turist tanımının yeniden yapılması elzemdir.

Beşincisi, turizm ve otantiklik arayışı arasındaki ilişkinin sorgulanması zamanı çoktan gelmiştir ve hatta geçmekte olduğu söylenmelidir. Uluslararası turizmin merkezindeki tartışma olarak otantiklik meselesi, bizzat otantikliğin anlamını ve tanımını tartışmaya açmaktadır. *Nesnel* anlamda bir otantikliğin kalmadığı ama otantiklik arayışına cevap olarak *inşa edilmiş otantiklik* meselesinin devreye girdiği tartışması önem arz etmektedir (Wang, 1999). Artık neyin otantik olup olmadığının kararına varmak pek mümkün değildir. Bu sebeple, otantiklik arayışı olarak turizm perspektifinden uzaklaşmak ve turizme yeni bir gözle yaklaşmak önem taşımaktadır. Bu hususta sosyolojik perspektifin Anthony Giddens’in geliştirdiği “gelenek-dışlaşma” anlayışından yararlanabileceği öğeler bulunduğunu tartışmak mümkündür (Giddens, 2011). Giddens’in modernliğin ilk veya alt döneminde geleneği sürekli biçimde yeniden inşa ettiği ama bugün yüksek modern dönemde artık gelenek-ötesi toplumlara geçiş yaşandığı tartışması, turizm ve otantiklik ilişkisi açısından pekala değerlendirmeye alınabilir.

Bildiğimiz üzere, Klasik Sosyoloji gelenek ile modernliği karşıt iki kategori olarak çalışmıştır ve sosyoloji disiplininin ortaya çıkışında ve olgunlaşmasında bu karşıtlık önemli bir işlev üstlenmiştir. Marx, Durkheim, Weber, Tonnies ve diğerleri sosyolojinin ortaya çıkışında ve kurumsallaşmasında rol oynarken esas itibarıyla geleneksel toplumun çözülüşünü ve modern toplumun inşasını çalışmışlardır. Hal böyle olmasına rağmen gelenek bir şekilde kendisini modernleşme sürecinde de var kılabilmiş ve adeta değişime ve zamana meydan okumuştur. Yani tam anlamıyla bir gelenek-sonrası toplumdan söz etmek,

modernleşmenin uzun deneyimine rağmen son zamanlara kadar pek mümkün olmamıştır. Bu hem geleneğin modern siyasaların meşruiyetinde işlevsellik arz etmesinden hem de geleneğin ısrarcılığından kaynaklanmıştır. Ancak, küreselciliğin ve bireyciliğin egemen hale gelmeye başladığı 1990’lardan itibaren ama özellikle bugünlerde artık geleneğin yeniden inşasından veya ısrarcılığından söz etmek mümkün değildir.

Otantiklik tartışması bir şekilde bozulmamışlık, sahicilik üzerine inşa edildiğinden, bugünlerde gelenek-ötesi toplumlarda böylesine bir otantiklikten bahsetme olanağı kalmamaktadır. Dolayısıyla, bir tür inşa edilmiş otantiklikten söz edilebileceği vakadır ama nesnel anlamda bir otantiklik tartışmasının temellendirilmesi olanaklı değildir. Turizm Sosyolojisinin bu bahiste yaşanan değişime duyarlı olması ve turizm-otantiklik tartışmasına yeni bir gözle bakması kaçınılmaz hale gelmektedir. İnşa edilmiş otantikliğe neredeyse bütün turistik beldelerde rastlanmaktadır. Örneğin, bir yörük evi veya Osmanlı şark köşesi gibi mekanlara üstün körü bakıldığında derhal fark edilmektedir ki herhangi bir sahicilik söz konusu değildir. Tamamıyla inşa edilmiş bir otantiklik söz konusudur ve bu sebeple turizm-otantiklik ilişkisinin bozulmuş olduğu bir vakadır. Turizm Sosyolojisinin otantiklik ve turizm ilişkisinin yanı sıra veya ondan ziyade organize bir etkinlik olarak turizm, eğlence dünyasının merkezi enstrümanı olarak turizm gibi konulara odaklanması gerektiği açıkça ortadadır. Organize bir etkinlik olarak turizm elbette yeni bir olgu değildir. Ancak, hem iletişim teknolojisindeki muazzam ilerleme hem de ulaşımdaki rahatlık, kolaylık ve hızlilik, insan gruplarının seyahat için organizasyonunu eskiye oranla çok daha mümkün kılmakta ve topluluklar, gruplar halinde insanların turizm etkinliğine katılmasını sağlamaktadır. Keza eğlence dünyasının merkezi enstrümanı olarak turizm olgusu da çok yeni bir olgu değildir. Ancak, eğlencenin turizmle ilişkisinin yeniden kurulduğu bir süreçte olduğumuz da apaçık ortadadır. Sadece görmek için gezmek, dolaşmak ve eve dönmek anlamında bir turizm olgusu deyim yerindeyse demode olmuştur ve artık eğlenmek, mutlu olmak hatta yeni başlangıçlar yapmak amaçlı turizm etkinliği öne çıkmaktadır.

En önemlisi, kuşkusuz, liberal model ve turizm ilişkisinin sorunsal hale gelmesidir. Sürdürülebilir turizm için liberal modelin sunduğu/sunabileceği pek bir tartışma kalmamış görünmektedir. Bireyci liberalizmin teşvik ettiği turizm çok çabuk biçimde sınırlarına ulaşmış görünmektedir. Yukarıda bahsettiğimiz turizmin sürdürülebilirliği meselesinin liberal politikalarla çözülmesi mümkün değildir. Doğanın ve kültürün korunması, esas itibarıyla, planı şart koşmaktadır. Planlama ile ancak sürdürülebilirlik sağlanabilir ve bu durumda “serbestlik” ilkesi üzerinde tartışılması gereken mesele haline gelmektedir. Hem bireyci, narsist anlayışın hem de planlamaya düşman yeni liberal ekonomik modelin turizmin sürdürülebilirliğine katkıda bulunması olası görünmemektedir. Liberal modelle turizmin özünde

çelişmediği, insanların seyahat özgürlüğünün ve serbest takas ilişkisinin belirlediği liberal ekonominin turizm için en uygun model olduğu elbette tartışılmak istenebilir. İlk bakışta bu tartışma oldukça rasyoneldir ve temellendirilmesi mümkün görünmektedir. Öyle ki turizm özünde insanların gönüllü olarak görmek istedikleri turistik bölgelere seyahati ve o bölgelerdeki konaklamalarıyla ilişkili bir olgudur. Bu olguya temel sunacak olan ekonomide şeffaflığı ve takası önemseyen, insanların müdahale edilmeden özgürce gezmelerini sağlayan liberalizmdir. Ancak, bu modelin sınır tanımaması, narsist bireyleri öne çıkarması, sorumluluğu ve dayanışmayı ikincil değerler olarak görmesi, neticede, hem doğaya hem de tarihsel ve kültürel kaynaklara zarar vermektedir.

Özellikle Korona Salgını'nın getirdiği yenilikler arasında insanların davranışlarının kontrolü önemli bir yer tutmaktadır ve bu liberal modelin ötesinde kamu otoritesinin yönlendirmesine bağlı olarak işleyen bir süreçtir. Salgınların insanların kontrollü bir yaşamı benimsemelerini zorladığı ve bu hususta öne çıkan aktörün devlet olduğu aşikardır. Bu noktada narsist ve kibirli bireyciliğin üstesinden gelmenin, dayanışmayı ve sorumluluğu önemli toplumsal değerler olarak yeniden keşfetmenin gerekli olduğu bir yeni toplumsal sürece geçiş yapmakta olduğumuzu belirtebiliriz. Bu yeni süreçte kuşkusuz turizmin aktörlerinin de "kibirli" bireycilikten ziyade toplumun müşterek değerlerine ve kaynaklarına saygı duyan aktörlere evrilmesi beklenen önemli yeniliklerden olacaktır. Kısacası, liberal modelin yeniden üzerinde durulması, alternatif modeller tartışmasının yapılması bu yeni sürecin merkezi tartışma alanlarını belirleyecektir. Ancak, alternatif model hususu da bazı sorunsallıklar arz etmektedir. Liberal kapitalizmin deyim yerindeyse başarısız olmuş alternatiflerinin tekrar gündeme getirilmesi, genel anlamda modernlik deneyiminin kazanımlarını heba edebileceği gibi turizmi de hedeflerinin dışında tümüyle kolektivist mekanizmalarla kontrol altında tutacak bir "sapma" yaşanması riskini barındırmaktadır. Turizm Sosyolojisinin bu önemli hususa dair tartışmada katılımcı olmaması düşünülemez, çünkü sürecin en çok etkileyeceği alanlar içinde turizm bulunmaktadır.

Tüm dünyada kamuculuğun tartışmaya başlandığı bir süreci tetikleyen Korona Salgını, turizm etkinliğine katılımı "adalet" perspektifini de yeniden canlandırma potansiyeline sahip görünmektedir. Turizm neticede maliyetli bir etkinliktir ve dünyada insanların önemli bölümü bu maliyeti karşılayacak pozisyonda değildir. Her ne kadar bazı tatil paket programlarla varlıklı olmayanların da turistik etkinliklere katıldığı görülse de, genel anlamda, yoksulluğun ve işsizliğin turizm etkinliğine katılımı çoğu insanı engellediği vakadır. Bu hususta da bireyci liberal model üzerine tartışmaların önem kazanacağını varsayabiliriz. Demek ki, Turizm Sosyolojisi değişen dünyaya paralel olarak değişen turizm olgusu çerçevesinde bireyci liberalizmi tartışma konusu yapmak zorundadır. Örneğin, Türkiye'de turizm

sektörüne kamu desteği, sadece işletme sahiplerine yönelik olmaktan ziyade turizm faaliyetinde bulunacak olan yurttaşları da kapsamak zorunda kalacaktır. Çünkü salt bireyci liberal modelle turizm sektörünün sürekli kılınması zor görünmektedir.

Turizm Sosyolojisinin değişen günümüz koşullarındaki en önemli yöneliminin "post-modern" dünyaya duyarlı bir perspektifin geliştirilmesi olduğu iddiasının temelsizliğini ortaya koyarak bu husustaki tartışmamızı sonlandırabiliriz. Bu sözü edilen iddia en güçlü biçimde S.A Cohen ve E. Cohen'in birlikte kaleme aldıkları 2017 tarihli makalede ifadesini bulmaktadır (Cohen, S.A. ve Cohen. E., 2017). Bu yaklaşımın genel olarak sosyal bilimlerde ve özelde sosyolojideki gelişip-geçici olmuş bir trendi çok sonradan turizm olgusunu anlamada işe koymak olarak anlamamız yerinde olacaktır. Bilindiği üzere, 1979 yılında Lyotard'ın "Post-modern Durum" başlıklı kitabıyla gündeme oturmuş olan post-modernist tartışmalar kısa süre içinde kendisini tüketmiştir (Lyotard, 1984). Jürgen Habermas (1987), Alain Touraine (1994), Anthony Giddens (1991), Ulrich Beck (1986) gibi önemli düşünürler ve sosyologlar, modernliğin ötesine geçilmediğini, modernliğin henüz tamamlanmamış proje olduğunu, ikinci modernliğin ortaya çıktığını, yüksek modern koşullar altında yaşamaya başladığımızı yaptıkları önemli çalışmalarla göstermişlerdir (Bkz. Kaya, 2014).

Bugün sosyolojide üzerinde durulan nesne daha ziyade modern toplumun yeniden yapılanması ve yeniden modernlik meselesidir. Bu hususta ise; düşünümsel modernleşme veya başka bir ifadeyle modernliğin yeniden modernleşmesi esas oluşturan tartışmadır. Turizm Sosyolojisinin dolayısıyla üzerinde ana hatlarıyla odaklanacağı mesele düşünümsel modernlik çağında turizm olgusudur. Modernliğin sonuçları üzerine eğilen ve bu hususta eleştirel yaklaşım ortaya koyan günümüz modernleri turizm hususunda da geline nokta sapmalar ve aksaklıklar üzerine düşünümsel bir pratik geliştirmektedirler. Doğal ve kültürel kaynakların turizmi ne derece sürdürülebilir kılacağı ve doğayla insanın yeniden nasıl bir ilişki kuracağı meseleleri yine sonuçta modern bilimsel uğraşı içinde kendisini konumlamaktadır. Modernliğin ötesine geçildiği değil fakat gelenek-sonrası ilk toplumların ortaya çıktığı yeni modern dönem, sosyolojinin bugün anlamakla yükümlü olduğu ana meseledir ve Turizm Sosyolojisinin de bu hususa duyarlı olması ve üzerinde çalışacağı nesneyi bu bağlamda yeniden gözden geçirmesi gerekmektedir.

Sonuç

Gördüğümüz üzere, Turizm Sosyolojisi, modern toplumun ilerleme sürecindeki bir aşamada doğmuş ve hızlı bir şekilde gelişim göstermiş bir uzmanlık alanıdır. Sosyolojinin diğer pek çok alt uzmanlık alanına kıyasla geç sayılabilecek bir dönemde ortaya çıkması, esas itibarıyla, toplumsal anlamda turizm olgusunun ortaya çıkmasının yirminci yüzyılda gerçekleşmesinden kaynaklanmıştır. Modern bireylerin kendi içinde

yaşadıkları “kentlerin” otantikliğini kaybettiğine ilişkin algıları kitlesel anlamda otantiklik arayışı olarak turizm olgusunun ortaya çıkmasında etkili olmuştur.

Aynı zamanda, sosyal devlet ilkesinin benimsenmesi ve uygulamaya geçmesi, insanların boş zaman olgusuyla tanışmalarını, tatilin bir insan hakkı olarak telaffuz edilmesini sağlamıştır. Sosyo-ekonomik koşullarda yaşanan değişim, turizm olgusunun kitlesel bir olgu biçiminde yaygınlık kazanmasını sağlamış görünmektedir. Toplumun önemli olgularından birisi haline gelince, üzerinde çalışılacak bir alan olarak kavranması Sosyolojinin bir alt uzmanlık alanı olarak Turizm Sosyolojisinin doğuşuna ve gelişimine yol vermiştir. İlk aşamada turizmi bir ekonomik sektör veya endüstri olarak anlayan ekonomi-merkezci tutum yön gösterici olmuş ve turizmin ev sahibi toplumların ekonomik kalkınmasına ciddi bir katkı sunduğunu ortaya koyacak çalışmalar ön planda olmuştur. Aynı zamanda, kültürel bir perspektifin gelişmesi, turizmi iki yabancıların karşılaşması ve etkileşimi olarak değerlendirmiş ve turizmin yerel halk üzerindeki etkilerini konuyla ilgili bilimsel çalışmanın merkezine yerleştirmiştir. Kültürel turizm olgusu üzerinde duran bu perspektif, turisti toplumsal değişimin aktörü olarak anlarken, ev sahibi toplumu da değişime uğrayan yapı olarak analiz etmiştir.

Modern toplumun yapısında son zamanlarda yaşanan yenilikler Turizm Sosyolojisinin bu yeniliklere odaklanmasını ve perspektifini değiştirmesini gerekli kılmaktadır. Modernliğin yeni bir evresinde yaşadığımızı her açıdan söylememizi mümkün kılan emareler her yerdedir ve Turizm Sosyolojisi bu yeni evreye duyarsız kalamaz. Bu yeni evrede “düşünümsellik” merkezi önem arz etmektedir. Yani modernliğin geldiği bugünkü aşamada modern toplumların kendilerine ilişkin eleştirel yaklaşımları harekete geçirdiği, modernlik deneyiminin getirdiği sonuçlar üzerinde ayrıntılı ve derinlemesine düşününsel bir aşamasının başladığı apaçık ortadadır. Örneğin, turizm olgusunda da uzun zaman yerleşiklik arz etmiş olan Batı-merkezçiliği önemli ölçüde yerinden edilmektedir. Uluslararası turistlerin Batılı turistler olarak algılanmasının sonuna işaret eden bu süreçte Batılı olmayan toplumlardan çok sayıda uluslararası turist küresel anlamda seyahat ettiği vakasının dikkate alınmaması, görmezden gelinmesi mümkün değildir.

Otantiklik peşinde bir koşu veya otantiklik arayışı olarak turizm anlayışını önemli ölçüde geçersiz kılan yeni gelişmeler, turizmi çok boyutlu bir olgu olarak yeniden sosyolojik olarak değerlendirmemizi gerektirmektedir. Geleneğin önemli ölçüde tüm dünyada çözüldüğü, deyim yerindeyse, gelenek-sonrası modern dönemin yerleşiklik kazandığı günümüzde bozulmamış geleneğin bulunduğu toplum veya yerel halk arayışı karşılığı olmayan, anlamsız bir arayıştır. Turizm Sosyolojisi, dolayısıyla, bizzat olgunun kendisinde yaşanan bu önemli değişimi değerlendirmek ve bu hususta çalışmalar yapmak durumundadır.

Çok-kültürcü kimlik siyasetinin gözden düştüğü, insan davranışında evrensel standartlar anlayışının öne çıktığı günümüz koşullarında Turizm Sosyolojisinin bu değişimlere gözünü kapaması olanaklı değildir. Küreselciliğin ve bireyciliğin özellikle Korona Salgını ile birlikte sorgulandığı, dayanışma ve sorumluluk etliğinin öne çıkmaya başladığı bu yeni toplumsal evrede turizmin bütün bu gelişmelerden muaf ve bağımsız olacağını düşünmenin temeli bulunmamaktadır. Liberal bireyci modelin tartışmaya açıldığı ve tartışmanın gittikçe büyüyeceği son günlerde Amerika Birleşik Devletleri başta olmak üzere Batı ülkelerde açıkça kendisini göstermektedir. Devletin tekrar önemli aktör olarak toplumsal yaşamın merkezine geri döneceği, kamuculuğun yükseleceği işaretlerinin güçlü biçimde hissedildiği günümüzde liberal bireyci model çerçevesinde turizmin sürdürülebilirliği mümkün görünmemektedir. Dolayısıyla ve sonuç olarak, dünyanın önemli dönüşüm yaşadığı süreçte, bu sürecin çok temel unsurlarından olan turizmin bu dönüşümden muaf olmadığı/olmayacağı kesindir. O halde Turizm Sosyolojisinin çalışma nesnesini yeniden gözden geçirmesi ve kendisini de yenilemesi oldukça önemli ve acil bir ihtiyaç olarak ortada durmaktadır.

Kaynakça

- Beck, U. (1992). *Risk Society: Towards a New Modernity*. Londra: Sage.
- Castoriadis, C. (1987). *The Imaginary signification of Society*. Londra: Polity Press.
- Cohen, E. (1984). The Sociology of tourism: approaches, issues, and findings. *Annual Review of Sociology*, 10, 373-392.
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13 (2), 179-201.
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39 (1), 164-182.
- Cohen, S.A. ve Cohen, E. (2017). New directions in the sociology of tourism. *Current Issues in Tourism*, 22 (2), 153-172.
- Demir, C. ve Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve Çevre Yönetimi: Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı*. İstanbul: Nobel.
- Giddens, A. (2011). *Sosyolojinin Savunusu*. İstanbul: Say Yayınları (çev. İbrahim Kaya).
- Giddens, A. (1991). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity press.
- Habermas, J. (1987). *The Philosophical Discourse of Modernity*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Hobsbawm, E. (2008). *Devrim Çağı*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

- Kaya, İ. (2004). *Social Theory and Later Modernities: The Turkish Experience*. Liverpool: Liverpool University Press.
- Lindberg, K. ve Johnson R. L. (1997). The economic values of tourism's social impacts. *Annals of Tourism Research*, 24 (1), 90-116.
- Lyotard, J. F. (1984). *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. Manchester: Manchester University Press.
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: space in tourist settings, *American Journal of Sociology*, 79 (3), 589-603.
- Noronha, R. (1977). *Social and Cultural Dimensions of Tourism: Review of Literature in English*. Washington: World Bank.
- Robertson, R. (1994). Globalization or glocalization?. *The Journal of International Communication*, 1 (1), 33-52.
- Smith, V. L. (ed.) (1977). *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Taylor, C. (1992). *Multiculturalism and Politics of Recognition*. Princeton: Princeton University Press.
- Touraine, A. (1994). *Modernliğin Eleştirisi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Wagner, P. (1994). *A Sociology of Modernity: Liberty and Discipline*. Londra: Routledge.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26 (2), 349-370.