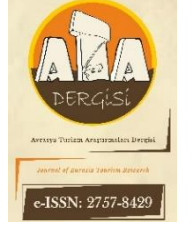


Dergi Anasayfası: [ATA Dergisi](#)

Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

Journal of Eurasia Tourism Research

Journal Homepage: [JETouR](#)

Turist Bakışı

The Tourist Gaze

Arzu TOKER^{1,*}¹Res. Asst. Phd., Department of Tourism Management, Faculty of Tourism, Anadolu University, Eskişehir, Turkey

MAKALE BİLGİSİ

Kitap İncelemesi

Makale Süreci:

Gönderim : 14 Kasım 2021
 Düzeltme : 23 Aralık 2021
 Kabul : 23 Aralık 2021
 Yayınlanma : 31 Aralık 2021

Anahtar Kelimeler:

Sosyoloji
 Turist Bakışı
 John URRY

ÖZ

Sosyolog John Urry'nin turizm sosyolojisi araştırmalarının en etkili kitaplarından bir tanesi olan Turist Bakışı ilk olarak İngilizce dilinde 1990 yılında yayımlandı. Türkiye'de ise ilk baskısı 2009 yılında Enis Tataroğlu ve İbrahim Yıldız'ın çevirisiyle Bilgesu Yayıncılık tarafından yapıldı. Temelde Michel Foucault'un "Tıbbi Bakış" kavramını, turizme "Turist Bakışı" olarak uyarlamasıyla ortaya çıkan kitapta, turist bakışının tıbbi bakışın ciddi doğasıyla ortak bir anlamı olmadığı ve bakış kavramının zevk, seyahat ve turizm ile ilgili olduğu ayrımı da peşinen yapılmıştır. Turist bakışı bir kavram olarak, turistlerin mekânları ve insanları görme biçiminin ve manzaraların nasıl seçileceğinin turizm endüstrisi tarafından inşa edildiğini ve düzenlendiğini ifade etmektedir. Kitap, farklı toplum ve sosyal grupların sahip olduğu turist bakışının, nasıl değişip geliştiğini tarihsel bir bakış açısı üzerine temellendirmiştir. Bu bağlamda kitapta; turist bakışının nasıl oluştuğu, nasıl önem kazandığı ve turistik mekanlar için ne gibi sonuçlar yarattığı ve diğer toplumsal uygulamalarla nasıl bir ilişki içerisinde olduğu tartışılmıştır.

[Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi](#) yayıncı [Bayram KANCA](#) tarafından [CC BY-NC-SA 4.0](#) ile lisanslanmıştır.

ARTICLE INFO

Book Review

Article history:

Received : 14 November 2021
 Revised : 23 December 2021
 Accepted : 23 December 2021
 Available : 31 December 2021

Keywords:

Sociology
 Tourist Gaze
 John URRY

ABSTRACT

The Tourist Gaze, one of John Urry's most influential books in tourism sociology research, was first published in English in 1990. In Turkey, the first edition was published by Bilgesu Publishing in 2009 with the translation of Enis Tataroğlu and İbrahim Yıldız. In this book, which basically emerged with the adaptation of Michel Foucault's "Clinical Gaze" concept to tourism as the "Tourist Gaze", the distinction was made in advance that the tourist gaze does not have a common meaning with the serious nature of the clinical gaze. The concept of gaze is related to pleasure, travel and tourism. Tourist gaze, as a concept, refers to the way tourists see places and people, and how landscapes are chosen is constructed and regulated by the tourism industry. The book is based on a historical perspective on how the tourist gaze of different societies and social groups has changed and developed. In this context, how the tourist gaze has been formed, how it has become important, what kind of consequences it has for touristic places and how it has been in relation with other social practices are discussed in the book.

[Journal of Eurasia Tourism Research](#) by [Bayram KANCA](#) is licensed under [CC BY-NC-SA 4.0](#)

1. GİRİŞ

Turizm sosyolojisi denildiğinde uluslararası alanyazında akla ilk gelen isimlerden biri olan John Urry, benzer bir ilgiyi ulusal çalışmalarda da görmektedir. Turizm alanına yaptığı özgün bir katkı olan "turist bakışı" olgusu günümüzde hâlâ geçerliliğini korumakta ve turizm sosyolojisi alanındaki araştırmalara konu olmaktadır. Yazar, Fransız Sosyolog Michel Foucault'nun "Kliniğin Doğuşu" başlıklı eserinde "tıbbi bakış" olarak yer verilen olguyu, "turist bakışı" olarak evirmiştir. İki bakış arasındaki benzerlik; ikisinin de herhangi bir bakış değil, uzmanlarca desteklenen ve geliştirilen bir bakış oldukları yönündedir. Turist bakışı ile tıbbi bakış arasındaki fark ise yaşam ile ölüm arasındaki fark kadar belirgindir. Çünkü turist bakışı, zevk, tatiller, turizm ve seyahat üzerineyken; tıbbi bakış ise mekândan, dilden ve ölümden söz etmektedir. Bu farkı Urry, kitabının henüz ilk sayfasında da vurgulamaktadır.

*Sorumlu yazar / Corresponding author



0000-0002-0619-9941 (A. TOKER)



arzutoker@anadolu.edu.tr (A. TOKER)

Orijinal dilinde 1990 yılında yayımlanan ve Türkçeye 2009 yılında kazandırılan Turist Bakışı kitabı sekiz bölümden oluşmaktadır. Turist bakışının ne olduğu, turizmin neden önemli olduğu ve turizm çalışmalarındaki kuramsal yaklaşımlar kitabın ilk bölümünde anlatılmıştır. Giriş niteliğindeki bu bölümün ardından, yazar kitle turizminin yükselişini İngiltere örneği üzerinden açıklamıştır. Turizm tarihinin İngiltere özelinde aktarılması indirgemeci bir yaklaşım gibi görünse de anlatım itibarıyla kapsayıcı bir özet olduğu belirtilebilir. Turizm endüstrisinin değişen ekonomik yapısı üzerinden kurgulanan üçüncü bölümde, turizmden kaynaklanan ekonomik faydalar üzerinde durulmuştur. *Turist bakışı altında çalışmak* başlıklı bölümde, turizm hizmetlerine konu olan işlerin doğasına yer verilmiştir. Kitabın beşinci bölümünde, postmodernizmin toplumları, toplumsal değişimin ise turist bakışını değiştirdiği tezi, Fransız Sosyolog P. Bourdieu'nun kuramsal yaklaşımlarıyla desteklenmiştir. Bölümde ayrıca turist bakışında romantik/kolektif, otantik olan/otantik olmayan ve tarihsel/modern dikotomileri üzerinden ayırım yapılmıştır. Urry, kültürel miras konusunu ele aldığı altıncı bölümde mirasın turistlerin beklentilerini karşılamak için nasıl paketlenildiği tartışmasına da yer vermiştir. Kitabın yedinci bölümü, bakış olgusunun görmek ve görülmek edimleri üzerinden detaylı bir şekilde açıklandığı bölümdür. Turist Bakışı kitabının orijinal dilindeki daha önceki baskılarında yer almayan ve kitabın son bölümü olan *küreselleşen bakış* ise hareketlilik ve küreselleşme ile ilgilidir. Dünyanın küreselleşmesi, bakışın da küreselleşmesi anlamına gelmektedir. Küresel turizmin bir parçası haline gelmeyen neredeyse hiçbir yer kalmadığını da yazar bu bölümde açıklamıştır. Aşağıdaki bölümde, Turist Bakışı kitabı ana hatlarıyla aktarılmaya çalışılmaktadır.

2. KİTAP İNCELEMESİ

Sosyal araştırmalarda henüz ciddiye alınan bir çalışma konusu değilken, turizmle ilgili çalışmalar yapmaya başlayan İngiliz Sosyolog John Urry'nin, ilk baskısı 1990 yılında yayımlanan Turist Bakışı adlı kitabı, ele aldığı temel kavrama da adını vermiştir. Bu kavram, Fransız Sosyolog Michel Foucault'nun tıbbi bakış kavramına dayanmaktadır ancak Urry, yalnızca turizmi, seyahati, haz duyma ile ilgili bir alanı, turist deneyiminin hangi dinamikler üzerine inşa edildiğini ve bu dinamiklerle bağlantılı olan karmaşık sosyal yapı ve süreçleri ele almıştır. Turist bakışını, günlük bakışlardan ayrı tutmuş, benzersiz deneyimlerle sonuçlanan bir eylem olarak ifade etmiştir. Bir sosyolog olarak turizmin kayda değer toplumsal bir olgu olduğuna vurgu yaparak, toplumların kendi turist bakışlarını nasıl oluşturduğuna, insanların gündelik yaşamlarını sürdürdükleri konut ve işyerlerinden neden ayrıldıklarına dair teorik bir açıklama yapmak istemiştir. Urry, teorisini oluştururken turist bakışının nesnelere sıra dışı olması gerektiğini, diğer bir ifadeyle bakışın niteliğinin -sıradan olanın sıra dışı algılandığı bir bakış- turizmin esası olduğunu ileri sürmüştür. Saygın dergilerde aldığı atıf sayısına bakıldığında, bu açıklamaların kabul gördüğü de ifade edilebilir. Kitapta; farklı toplumsal grupların turist bakışının tarihsel süreç içerisinde nasıl oluştuğu, nasıl geliştiği, nasıl değiştiği, nasıl önem kazandığı, turistik alanlar için ne gibi sonuçlara yol açtığı ve diğer toplumsal pratiklerle nasıl bir ilişki kurduğu tartışılmıştır.

Kitabın *Turist Bakışı* başlıklı ilk bölümünde; turizmin pratik uygulamalarını diğer toplumsal uygulamalardan ayıran kimi özelliklere değinilmiştir. Turizm; bir boş zaman etkinliği olarak, insanların bir destinasyona hareket etmelerini, yolculuklar yapmalarını ve alışlagelmiş yaşamlarını sürdürdükleri yerlerin dışındaki yerlerde geçici sürede konaklamalarını içermektedir. Bu yerlerden beklenen ise, insanlara zevk vermesidir.

Kitle turizminin, Avrupa'ya ve Amerika'ya yayıldığı dönemleri takiben turist olmak, artık bir statü göstergesidir ve modern hayatın olmazsa olmazları arasındadır. Roma Dönemi'nde zevk ve kültür amaçlı ve seçkinlerin tasarrufunda olan seyahatler, 13. ve 15. yüzyıllar arasında dini bir boyut kazanmıştır. 16. yüzyılda halen Orta Çağ felsefesine uygun yürütülen seyahatler, 17. yüzyılın sonuna gelindiğinde farklı bir boyut kazanmıştır. Önce aristokratların, sonrasında orta sınıfın ilgi gösterdiği turlarda, kültürel eserlerin eğitim amaçlı görülmesinin ardından, bu turlar daha duygusal bir işlev kazanarak manzara turizminin gelişmesine yol açmıştır. Böylece turist bakışı gelişmeye başlamış, seyahat deneyimleri etrafı gözlemlemeyi de içermiştir. 18. yüzyılda Avrupa'nın birçok bölgesinde kaplıcalar görülmeye başlanmıştır. Aynı dönemde iş ve eğlencenin de iç içe geçtiği seyahatler ağırlık kazanmıştır. 19. yüzyıla gelindiğinde, toplumların büyük bir kısmı iş ile ilgili nedenlerle seyahat etmeye devam etmiştir. Ancak toplumun büyük bir kısmı için ise, işle ilgili hiçbir neden olmadan, sadece gezip görmek için gerçekleşen seyahatler de ön plana çıkmış ve seyahatler kitlesel bir görünüm kazanmıştır. 1950'lerden 1990'lı yıllara gelindiğinde, dünya genelindeki yıllık 25 milyon olan turist sayısı neredeyse bir milyar kişiye ulaşmıştır. Bu artışın ekonomik etkileri düşünüldüğünde, bir endüstri olarak turizmin önemi gözler önüne serilmektedir.

Bu bölümde turizm çalışmalarında ortaya konulan bazı kuramsal yaklaşımlardan da söz edilmiştir. Bu yaklaşımlardan ilki; sözde-olay analizidir. Bu yaklaşımda; yerel öğelerden yalıtılmış olan kitle turistinin gerçek olayları doğrudan deneyimlemediği, gerçek dünyayı dışarıda bırakarak, otantik olmayan etkinliklerden zevk aldığı savunulmaktadır. Cohen'in yaklaşımında, bu duruma karşı çıkan deneyimsel, deneysel ve varoluşsal turist tiplerinin varlığından söz edilmektedir. Yine ilk yaklaşıma karşı çıkan diğer bir görüş Dean MacCannell'in otantiklik yaklaşımıdır. Bütün turistlerin otantiklik arayışında olduğunu ileri süren bu yaklaşıma göre, otantiklik arayışında olan turist, başkalarının olağan yaşamına, olağandışı bir ilgi göstermektedir. Bu ilgi, turistler ile turistlerin bakış nesnelere olan yerli halklar arasında karmaşık ilişkiler yaratmaktadır. Böylece, turistin gündelik yaşamında karşılaştığı

simgelerden farklı şeyler görmesi ‘turist bakışımı’ oluşturacaktır. Bu noktada asıl olan ‘farklılık’tır. Ancak; bu bakışı oluşturan nokta, neyin farklı olduğu değil, insanlara neyin farklı geldiğidir.

Farklılığın ve hazzın peşinde olan insanlar, tüketimin merkezini oluşturmaktadır. Ancak ulaşmak istedikleri hazzı tatmin edememektedirler. Yazar bu noktada kitlesel tüketimden bireysel tüketime geçiş sürecini vurgulamıştır. Tüketimin niteliğinin değişmesiyle turizmin de niteliği değişmiş; standart paketlerin oluşturduğu turizm anlayışından, bireylere göre farklılaşan bir turizm şekline geçiş başlamıştır. Bu gibi değişiklikler, turizm ile diğerkültürel pratikler arasındaki ilişkileri de dönüştürmüştür. Kitabın daha sonraki bölümlerinde ele alındığı üzere, bu dönüşüm, turist bakışımı da karakterize etmiştir.

Kitle Turizmi ve Deniz Kıyısı Tatil Yerlerinin Yükselişi ve Düşüşü başlıklı ikinci bölümde, yazar; kitle turizminin deniz kıyılarına olan ilgisindeki yükseliş ve düşüşünü, Britanya’daki Blackpool örneğinde anlatmıştır. Kitle turizminin gelişimini “seyahatin demokratikleşmesi” olarak ifade etmiştir. Seyahatin demokratikleşmesi beraberinde farklı yerlere ilişkin farklı beğeni tarzlarını getirmiştir. Kitle turizminin simgesi olan bölgelere karşı küçümseyici bir bakışın gelişmesi ‘tatil yeri hiyerarşisini’ oluşturmuştur. Sanayileşmenin ortaya çıkardığı işçisınıfının ilgi gösterdiği yerler, zevksiz ve kaba olarak nitelendirilmiştir. Bu durum, üst sınıfa mensup bireylerin farklı yerlerden zevk alma ihtiyacının da ortaya çıkmasına neden olmuştur.

18. yüzyılda İngiltere’de sağlık amaçlı kurulan kaplıcaların, bir örneğinin deniz kıyısında olması, ‘deniz banyosu’ modasının başlamasına neden olmuş, insanlar kaplıca sularının yanı sıra deniz suyunun da sağlık açısından faydalı olduğuna inanmaya başlamışlardır. Önce üst sınıfın rağbet ettiği bu sahil bölgelerine, daha sonra orta ve alt sınıfın da ilgi göstermesi kaçınılmaz olmuştur. Deniz kıyılarını hedef alan kitle turizminin gelişmesinin ön koşullarından biri mekân olgusu olmuştur. Sahilleri dolduran farklı toplumsal sınıflara mensup insanların tamamını çekmek için deniz kıyısı tatil yerleri sınırsız bir kapasite sunmuştur.

Boş zamanın artması ile deniz kıyılarındaki tatil bölgelerinin nüfusu hızla yoğunlaşmaya başlamıştır. Kitle turizminin gelişmesinin diğerk bir ön koşulu ulaşım olanaklarındaki gelişmeler olmuştur. Önce demiryolundaki gelişmeler, sonra karayolu ve havayolundaki gelişmeler kitle turizmini de aynı paralelde geliştirmiştir. İnsanların talep ettiği hizmetleri sunan ve kitle turizmine açılan bölgelerdeki işletmeler zenginleşmeye başlamıştır. Bu gelişmeye diğerk bir açıdan bakıldığında, başlangıçta kitle turizminin gelişmesinin koşullarından biri olan mekân olgusu artık bir sorun olmaya başlamış ve arazilerde düzensiz yapılaşmalar baş göstermiştir.

Dünya Savaşları’nın ardından bu gelişmelerin yavaşlamasına rağmen, deniz kıyısı tatili her zaman revaçta olmuştur. Bu dönem, ‘turist bakışımın’ büyük ölçüde değişime uğradığı bir dönem olarak da değerlendirilebilir. Otomobil sahibi olanların sayısının artması, büyük yolcu otobüsleri ile yapılan seyahatler, havayolu ile yapılan yolculuklar, tatil hakkının yasalaşması, tatil kamplarının gelişmeye başlaması vb. sebepler ‘turist bakışımı’ etkileyen başlıca gelişmelerdir. 1940’lı yıllara gelindiğinde ‘tatil yapma’ bir statü göstergesi değil, her kesimden insanın yaşamayı hak ettiği bir deneyim olmuştur. Herkesin ‘turist bakışı’ ile ilgili zevkleri tatmaya hakkının olduğu düşünölmüştür. Bu dönemde ‘turist bakışı’ için yeni nesnelere yatırımlar yapılmıştır. Tıbbi tedavi için talep edilen deniz kıyıları, artık haz duymak için talep edilir hâle gelmiştir. Böylece, deniz kıyılarındaki bungalov tipi konutlar, güzel manzaraları deneyimlemek isteyen insanların hizmetine sunulmaya başlanmıştır.

İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra deniz kıyısında bulunan tatil yerlerine duyulan ilgi önce yükselmiş, 1970 ve 1980’lerde ise bu ilgi düşüşe geçmiştir. Blackpool örneğindeki deniz kıyısı ve etrafındaki cazibe merkezlerine rakip olacak, farklı bölgelerde çok sayıda cazibe merkezine ulaşılabilir olması bu düşüşü tetikleyen etkenlerden biri olmuştur. Sonrasında, ‘turist bakışımın’ yeni hedefi olan ve bir süre sonra ‘tatil merkezi’ olarak adlandırılan aile tatil kampları ve bu tatil merkezlerinde inşa edilen ve gelişen teknoloji sayesinde deniz kıyıları insanlara heyecan verici deneyimler yaşatmıştır. Nihayetinde, ‘turist bakışımın’ deniz banyosundan güneş banyosuna odaklanması, turistik ilginin Akdeniz ölkelerine yoğunlaşmasına neden olmuştur. Küreselleşen turizm hareketlerinden dolayı, ‘turist bakışımın’ da odaklanacağı potansiyel nesnelere artık uluslararası bir ortama yayılmaya başlamıştır.

Yazar, *Turizm Endüstrisinin Değişen Ekonomisi* başlıklı üçüncü bölüme turizm endüstrisinde sunulan hizmet ve ürünleri farklılaştıran kimi özelliklere değinerek başlamıştır. Küresel ölçekte tüketilmeye başlanan turizm hizmetleri, bir takım kültürel etkileşimleri de beraberinde getirmiştir. Bölgelerdeki aşırı kalabalıklaşmanın çeşitli sorunlara yol açtığına dair bazı görüşler savunulmuştur. Bu sorunlar aslında turizm endüstrisinin sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Fiziksel ve kültürel çevrenin yoğun bir şekilde tahribat altında olduğunu savunan görüşte, düzenleme yapılmadığı takdirde turist bakışımın odağındaki nesnelere zamanla yok olacağı belirtilmektedir. Bunların yanı sıra, bu görüşleri kısmen eleştiren görüşler de savunulmuştur. Bunlara örnek vermek gerekirse; kitle turizminin gelişiminin, ziyaret edilen yerleri tahrip eden bir yanılısama olduğuna yönelik bir görüş ileri sürölmüştür. Diğerk yandan, kitle turizminin doğurduğu sonuçlarla ilgili kaygı ‘orta sınıfla’ alakalıdır. Yüksek sınıfa mensup insanlar, zaten kitle turizminin etkisini gösterdiği bölgelerden uzakta tatillerini yapmaktadırlar.

Kitle turizmi ile ilgili tartışmalar ‘pozisyonel ekonomi’ kavramına dikkat çekmiştir. Bu terim kıtlığa, sıkışıklığa ve kalabalıklaşmaya tabi mal, iş, hizmet, mevki ve diğer toplumsal ilişkileri tüm yönleriyle anlatan bir terimdir. Bu ekonomide rekabet sıfır toplamlı bir oyundur. Çünkü birisi bir maldan daha fazla tükettikçe, bir başkası ondan daha az tüketmek zorunda kalmaktadır.

Bu bölümde üstünde önemle durulan bir diğer konu ‘turist bakışının’ bir ayrıma tabi tutulması gerektiğidir. Bu ayrım ‘romantik turist bakışı’ ile ‘kolektif turist bakışıdır’. Romantik turist bakışı; bakir doğal güzelliklere ve bu bakırlığı kalabalıklardan uzakta deneyimlemeye, mahremiyete, bakış nesnesi ile kurulan yarı-manevi ilişkiye gönderme yapmaktadır. Kolektif turist bakışı ise, çok sayıda insanın varlığını gerektiren deneyimlerdir. Bazı turistik bölgelere, heyecan ve güzellik katan şey, oraya dünyanın dört bir yanından gelen insanların varlığıdır.

Kitabın bu bölümünde, turizmin ve turist bakışının küreselleşme nedeniyle içinde bulunduğu değişimden de söz edilmektedir. Küreselleşmenin sonucunda, birçok ülke turist bakışına hizmet edecek farklı nesnelere üretme ve sunma konusunda uzmanlaşmaya başlamıştır. Tatile çıkmanın küreselleşmesine Britanya örneği verilmiştir. Britanya’da paket tatillerle, her şey dahil hizmetlerin sunulmaya başlaması, bu bölgeye deniz aşırı ülkelere talep gelmesine neden olmuştur. Turizm endüstrisinde internet kullanımının yaygınlaşması, havayolu ulaşımı, bilgisayar destekli rezervasyon sistemlerindeki teknolojilerin başarısı; lüks tatil merkezleri, kupon sistemleri vb. deniz aşırı ülkelere gösterilen bu talebin boyutunu daha da artırmıştır.

Turizmin deniz aşırı ülkelere gelişmesi büyük ölçüde ekonomik, toplumsal ve kültürel etkileşimlere neden olmuştur. Ev sahibi toplumlarla, turistler arasındaki ilişkileri belirleyen bazı faktörler bulunmaktadır. Birincisi, bir bölgeyi ziyaret eden turistlerin sayısının; yerli toplumun büyüklüğüne ve turist bakışının odağındaki nesnelere oranına ne olduğudur. İkincisi, ev sahibi toplumun özel yaşamının turist bakışına maruz kalması ve turistler tarafından gözlemlenmeleri toplumsal bir gerginliğe neden olabilir. Üçüncüsü, turist bakışının karakteridir. Dördüncüsü, kitlesel bakışa hizmet eden turizm endüstrisinin yapısıdır. Bu noktada, gelişen turizm endüstrisi ile yerli toplumlar arasında bir çatışma olup olmadığı belirlenmelidir. Yerli toplum ve endüstri arasındaki bu çatışmalar; turizmin yerel gelenek ve görenekler üzerinde ne derece etkili olduğu, yöresel el sanatlarının önemini yitirmesi, yerlilerin istihdam düzeyi gibi konularda ortaya çıkabilir. Beşincisi, turizmin gelişiminin tarımsal ve endüstriyel faaliyetler üzerindeki etkisidir. Altıncısı, yerli toplum ile turistler arasındaki toplumsal ve ekonomik farklılıklardır. Yedincisi, turistlerin tam olarak hangi konaklama ve hizmet standartlarını talep ettiğinin belirlenmesidir. Sekizincisi, turist kabul eden ülkede, devletin turizm gelişimini ne derece desteklediğinin yahut ne derece engellediğinin belirlenmesidir. Dokuzuncusu ise, turistlerin ziyaret ettiği ülkedeki çeşitli olumsuzluklardan ne ölçüde sorumlu tutulduğudur.

Yazar, Akdeniz sahilinde bulunan ülkelerin ciddi bir tehdit altında olduğunu belirterek, bu noktada Türkiye örneğini de gözler önüne sermiştir. Sahillerdeki plansız ve çirkin büyümenin etkisinin çok acı olacağını ileri sürmüştür. Kitle turizminin yoğun etkisine maruz kalan ve ayrıca, zengin kültürel olanaklara sahip olan Türkiye’nin, kolektif turist bakışı ile romantik turist bakışı arasındaki çıkar çatışması arasında sıkışıp kaldığını vurgulamıştır. Yazar, turizmle ilgili olumsuz gelişmeleri somutlayan farklı ülkelere ve turistik cazibe merkezlerine ilişkin örnekler de vermiştir. Güney Amerika’daki Niagara Şelalesi’nin çekiciliğinin düşüşü ve Güney Kore’deki seks turizminin geldiği nokta bu örneklerden ikisidir. Bu bölümün sonuç kısmında, turizmin ekonomik faydalarının beklenenin altında olduğu savunulmuştur. Buna gerekçe olarak, turizm gelirlerinin çok büyük bir oranının uluslararası şirketlere aktarılması gösterilmiştir. Diğer yandan, turizmin hizmetine açılan birçok tesisin yerli halka neredeyse hiçbir faydasının olmadığı ve turizmde sağlanan istihdamın çok önemli beceriler gerektirmediği gerekçesiyle ‘kölelik koşullarının’ üretildiği savunulmuştur. Bazı ülkelerin ise, gelişmek için turizm endüstrisinden farklı bir alternatifinin olmadığı, o ülkelerin turist bakışının nesnelere olma amacıyla turistik çekiciliklerini artırmaktan başka çarelerinin bulunmadığı da eklenmiştir.

Yazar kitabın *Turist Bakışı Altında Çalışmak* adını verdiği dördüncü bölümünde, turizm hizmetleriyle ilgili olan işlerin doğasından bahsetmektedir. Turizm endüstrisinde sunulan hizmetler; turist bakışından etkilenen bölgede ya da o bölgenin yakınında sunulmalıdır. Bu durum, turizm hizmetlerinin ‘mekânsal sabitliği’ ile ilgilidir. Turizm hizmetlerinin diğer bir özelliği ise, hizmet üreticileri ile tüketicileri arasında mekânsal bir yakınlığın olması gerekliliği, doğal olarak üreticilerde tüketiciler arasında bir bağ kurulmasını zorunlu kılmaktadır. Ayrıca turizmle ilgili birçok hizmetin emek-yoğun olması, toplumsal bir sürecin oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Öyle ki, hizmet satın almak, belli bir sosyolojik deneyim de satın almak demektir. Hizmetin satın alınması kimi zaman üreticilerin, kimi zaman tüketicilerin belli bir toplumsal bileşimidir.

Yazara göre, turizm endüstrisinde sunulan hizmetler, ‘duygusal çalışma’ olarak adlandırılmalıdır. Çünkü sunulan hizmetin gerekliliklerinin yanı sıra, müşterilere karşı arkadaş canlısı, dostane, kibar, ilgili, güler yüzlü olma vb. gibi zorunluluklar bulunmaktadır. Yazar bu durumu, insani duyguların ticarileşmesi olarak yorumlamıştır. Yazar hizmet sunumunda kadınların daha çok kullanıldığını vurgulamıştır.

Kitapta, dikkat çeken ifadelerden biri; müşterilerin çalışanlarla temasa geçtiği anlara gönderme yapan *hakikat anlarıdır*. Müşterilerin, işletmelere tekrar tekrar gitmelerinin altında yatan gerekçeler incelendiğinde, bu ‘hakikat anları’ ortaya çıkacaktır. Hizmet çalışanlarının, sürekli müşterilerine ismiyle hitap etmesi, ilgili ve güler yüzlü davranmaları bu anlara örnek olarak verilebilir. Bu anlar o kadar önemlidir ki, büyük bir seyahat acentasının şirket üniformasını giyen bir görevli, sergilediği davranışlarla, aslında şirketin müşterilerine olan tutumunu yansıtmaktadır. Yazar, hizmetlere ilişkin genel hususları, turizm endüstrisinin çok önemli kollarından biri olan yeme-içme sektörüyle de ilişkilendirmiştir.

Emeğin esnek kullanımı, turizm hizmetlerini karakterize eden özelliklerdendir. Emeğin esnekliğine; sayısal esneklik, işlevsel esneklik, mesafe koyma stratejisi ve ücret esnekliği olmak üzere dört boyut getirilmiştir. Sayısal esneklik, işçilerin yarı zamanlı, geçici, kısa süreli veya ihtiyaca göre istihdam edilmesini; işlevsel esneklik, işçilerin iş yükündeki değişimlere göre farklı işlevsel görevlere dağıtılmasını; mesafe koyma stratejisi, firma içindeki çalışma ilişkilerinin taşeronluk ve benzeri düzenlemeleri gibi pazar ilişkileri tarafından yerinden edilmesini; ücret esnekliği ise, birden fazla beceri edinmiş işçilerle işlevsel esneklik gösteren işçilerin ödüllendirilmesini ifade etmektedir.

Yazar, *Kültürel Değişimler ve Turizmin Yeniden Yapılanması* başlıklı beşinci bölümde değişen toplumsal dinamiklerin turist bakışını dönüştürdüğünü, turist bakışının kültürel pratiklerle ilgili olduğunu savunmuştur. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve özellikle toplumda modernist yapının post-modernist yapıya dönüşmesi, turist bakışının da evrenselleşmesine yol açmıştır. Toplumdaki bu önemli değişimlerin ardından, ‘romantik bakış’ da büyük ölçüde önem kazanmış, çağdaş turizmi küreselleştiren mekanizmanın bir parçası olmuştur.

Yazar bu bölümde postmodernizme önemle değinerek, bu akımla çağdaş turizmi ilişkilendirmiştir. Geçmiş turizm pratiklerine de gönderme yaparak, turizmin eskiden beri post-modern özellikleri yapısında barındırdığını ileri sürmüştür. Çünkü turizmde görsel, estetik, ticari ve popüler unsurların bir bileşimi söz konusudur. Toplumsal sınıfların, özellikle de orta sınıf grupların içinde bulunduğu dönüşüm süreci, toplumun neredeyse genelini etkisi altına almıştır. Bu değişimlerin, mevcut turizm merkezleri üzerinde derinlemesine etkileri olmuştur. Dolayısıyla postmodernizm, çağdaş turistin ne olduğuna ilişkin yeni anlayışların da başlatıcısı olmuştur.

Her türden yerin hem birer gösteri merkezi olması hem de kültürel mirasın nostaljik çekim merkezi haline gelmesi, turizmde postmodern unsurlar olarak görülebilir. Kültürel unsurlara verilen önemin artması ‘toplumsal bir yükseliş’ olarak nitelendirilmektedir. Diğer yandan, uygarlıktan uzak tatil yerleri, ciddiye alınmayacak yerler olarak görülmeye başlanmıştır. Turizmde artık gerçek ya da doğal olan cazibe kazanmaya başlamıştır. Turizmden ziyade seyahat deneyimlerine, paket tercihlerden bireysel tercihlere, eğitilmiş bir gezgin olmanın önemine, bireysel ilgi ve özene imkân veren operasyonlara kısacası postmodern deneyimlerin önem kazandığına vurgu yapılmıştır. Gerçek ya da doğal olana duyulan ilgi, kırları ziyaret etmeye ve onları korumanın cazip bir etkinlik olmaya başlanmasıyla görülmektedir. Özellikle modern tarımda meydana gelen değişimlerden dolayı kır yaşamı da önemli derecede bir dönüşüm geçirmiş ve ‘turist bakışının’ çok çekici bir nesnesi haline gelmiştir. Yazar bu noktada, kır yaşamına duyulan ilgi ile postmodernizm arasında da bir ilişki olduğunu öne sürmektedir. Bu ilişkiyi kırdaki; planlamanın ve kesin düzenlemelerin olmaması, yerel, eski ve hoş bir mimari, dolambaçlı dar sokaklar, geleneğe ilişkin erdemler ve toplumsal müdahalenin azlığı gibi özelliklerine bağlamaktadır.

Yazar, bu bölümde kısmen yeşil turizmin ortaya çıkışına da değinmiştir. İnsanların kırları mülk edinmelerinde yeşil turizmin etkisi olduğunu iddia etmektedir. Bu insanlar, ziyaret ettikleri bölgelere zarar vermek yerine o bölgelere fayda sağlayacak bazı girişimlerde bulunmak istemektedirler. Bu bölümde dikkat çeken ifadelerden biri de post-turist kavramıdır. Post-turist; kitle iletişim araçlarından etkin bir şekilde faydalandığı için turist bakışının birçok nesnesini görmek için evinden ayrılmak zorunda değildir. Seçeneklerin çoğalmasının yarattığı değişim ve zevkin farkındadır. Yüksek kültürün kısıtlarından kurtulmuş olan post-turist, engel tanımadan hazzın peşinden koşmaktadır. O; bir turist olduğunun, turizmin birçok metinden oluşan bir oyunlar dizisi olduğunun, tek ve otantik bir turist deneyimi olmadığını farkındadır.

Toplum yapısının postmodernist yapıya bürünmesi, aynı niteliklere sahip grup biçimlerinin çoğunun kaybolmasıyla, bu sınıfa hitap eden tatil yerlerinin cazibesi azalmış, turist birimlerinin çeşitliği artmıştır. Yaşam ağının da değişmesiyle, haz sadece deniz kıyısında değil, artık birçok yerde yaşanan bir deneyim olmuştur. Turist bakışına hedef olan nesnelerin sayısı çok önemli ölçüde artmıştır. Bu durum, ayakta kalmak isteyen tatil yerlerinin büyük bir değişim geçirmek zorunda kalmaları sonucunu doğurmaktadır.

Küreselleşme eğilimleriyle birlikte, farklı ülkeler farklı nitelikteki turistlere yönelik hizmetlerde uzmanlaşmaya başlamışlardır. Bu konuda Britanya, tarihi olan ve antika değer taşıyan nesnelerle turist bakışına hizmet etmeye başlamıştır. Yazar, *Tarihe Bakmak* başlıklı altıncı bölümde, turist bakışına otantik ve tarihi bir nesne olarak sunulan kültürel mirasa duyulan ilgiyi irdelemektedir. Bu bağlamda miras temelli turizmin gelişmesinde önemli roller üstlenen kır müzelerine ve endüstriyel müzelere özel bir önem vermiştir.

Miras temelli turizm denildiğinde beraberinde koruma uygulamaları da gelmektedir. Korumanın en popüler temelleri ise yerel toplumdur. Metruk sayılabilecek yerlerin turizme kazandırılarak turist bakışının bir nesnesi olması, birçok bölgede ‘kendi tarihine ve anılarına sahip çıkmak isteyen’ yerel toplumun baskıları sayesinde mümkün olmuştur.

Yazar, yerel bölgeler ile turizmin gelişmesi arasındaki ilişkide üç önemli unsur olduğunu vurgulamıştır. Bunlar; yaşadıkları bölgeyi simgeleyen ve o bölgeye anlam veren nesnelere koruma kaygısında olan yerel halk bu unsurların başında yer almıştır. Turizm hizmeti sunan bazı özel sektör yatırımcıları, potansiyel yatırımcılar ve yerel yetkililerle ulusal düzeydeki çeşitli organların bölgesel temsilcilerinden oluşan yerel yönetim ise diğer unsurlar olarak belirtilmiştir.

Herhangi bir bölgeyi ziyaret eden turistler çevresel duyarlılığa katkı sağlayamamaktadırlar. Çevresel duyarlılığın, yerel halk tarafından ifade edilmesi gerekmektedir. Yerel koruma gruplarının amaçları, yaşadıkları bölgenin karakterini bozacak yeni gelişmelere meydan vermemek ve bunun yanı sıra kamu binalarını, köy ya da kent peyzajını müzeleştirmektir. Bunların sonucunda, bölge turistler nazarında çekici hale gelecektir.

Turizm pazarının farklılaşması; belirli bölgelerin, yerel tesislere özen göstermek, pazarın belirli kısımlarına hâkim olmak için eylem planı geliştirmek gibi farklı stratejiler uygulamalarına neden olmuştur. Britanya örneğinde görüldüğü gibi, birçok yerel hükümet, buldukları bölgeyi turist bakışının nesnesi olarak sunmak üzere yöntemler geliştirmiştir. Çevre hareketlerinin, sanatçıların, tasarımcıların vb. çekiciliğinin etkili olduğu ve kültürel mirasın öncülük ettiği büyüme stratejileri bunlara örnek olarak verilebilir. Çünkü kentlerin tutarlı bir turist imgesi oluşturmada daha başarılı olmalarının yolu, kültür turizmi olarak ifade edilen yoldur. Glasgow’un yeniden doğuşu sanatın öncülük ettiği, Liverpool popüler kültür mirasını başarılı bir şekilde kazanca dönüştüren, Bradford Asya kültürünün pazarlanarak çok sayıda ziyaretçinin ilgi odağı olan kentlerden bazılarıdır.

Yazarın bu bölümde üstünde önemle durduğu bir başka nokta, turist bakışının hedefi olan binaların tasarımıdır. Binaların tasarımı postmodernizm ile ilişkilendirilmiştir. Bu bağlamda; mimari yapılar modern sonrası, modern öncesi ve modern karşıtı olarak değerlendirilmiştir. Modern sonrası mimaride, sanat ve yaşam, oyunbaz ve utanmasız bir süsleme tarzında taklit edilmiştir. Bu mimari; hiçbir üsluba işaret etmeyen, kitlesel olarak üretilen yüksek kültür öğelerine sahip olan, yüzeylerden ve görünüşlerden ibaret olan bir tarza sahiptir. Modern öncesine dönüşü içeren mimari tarzda, klasik üsluplar değer kazanmaktadır. Moderne karşı olan mimari tarzda ise ‘insan haysiyetine yakışır’ yerelliklerden bahsedilmektedir ve dolayısıyla yerellik bu tür mimari için çok büyük önem taşımaktadır. Yeni binalar inşa edilirken ya da mevcut binalar restore edilirken toplumun yerelliğini de ifade etmesi gerekmektedir. Turist bakışının da evrenselleşmesi, pek çok bölgeyi, “özellikli tarihleri” bugüne aktaran yerel tarzları keşfederek farklılıkları çoğaltmaya yönlendirmiştir.

Tarihi olanın değer kazanması, müzelerin sayısında da çok büyük artışlara neden olmuştur. Ancak ‘postmodern müze’ olarak belirtilen gelişmelerden dolayı, müzelerde ‘görülen şeyler’ çok büyük değişimler geçirmiştir. Tarih anlayışının değişmesi nedeniyle korumaya değer bulunan nesnelere sayısında çok büyük bir artış olmuştur. ‘Ulusal tarihin’ yerini, toplumsal tarih, etnik tarih, feminist tarih, endüstriyel tarih vb. almıştır. Diğer yandan, insanlar artık sadece tarihi sanat yapılarına değil, sıradan olana da ilgi duymaktadır. Cam üfleme sanatı, dantel işleme, mum imalatı, kömür işçiliği vb. gibi faaliyetler de müzelerde temsil edilmeye başlamıştır. Tüketici egemenliği ve popüler beğenideki eğilimler, müzelerin toplumsal rolünün değişmesinde pay sahibi olmuştur.

Postmodernist kültürlerde kırsal ve kentsel peyzajın büyük kısmının yerlilik, miras ve temalandırma ekseninde yeniden şekillenmesiyle turist bakışı genelleşmiştir. Turist bakışının değişen sosyolojisi; farklı yerlerin toplumsal niteliği, turist bakışının küreselleşmesi, turist hizmetlerinin tüketilmesine ilişkin süreçler, turist anlam ve göstergeleri, modernizm ve postmodernizm, tarih-miras ve yerlilik, post-turizm ve oyun olgularını anlamakla ilgilidir.

Yazar, kitabın “Görmek ve Temalandırma” başlıklı yedinci bölümünde, görmek ve görülmek fikriyle ne ifade edildiğinin ve temalı çevrelerin inşasını irdelenmiştir. Fotoğrafın 19. yüzyıl sonrasındaki dönemlerde olağanüstü gelişimini, görsel algı biçimlerinin ve dolayısıyla turist bakışının gelişmesi takip etmiştir. Fotoğrafın gelişmesi ise, Paris’in yeniden inşası sonrasında gezinip duran flaneur’ların (aylaklar) sayesinde gerçekleşmiştir. Fotoğrafın 1839’da icadından sonra, fotografik görüntülerin müthiş ölçüde çeşitlenip çoğalması, fotoğraf çekenlere de doymak bilmez bir nitelik kazandırmıştır. Bu doymak bilmezlik, dünyaya yeni ve farklı bir biçimde nasıl bakılacağını öğretmiştir. Doğayı ve toplumu yakalanabilen nesnelere dönüştüren fotoğraflar insanları peşinden sürüklemektedir. Çünkü turistler tatildeyken, daha önce fotoğraflarını gördüğü şeylerin izini sürmektedir. Dolayısıyla, fotoğraf turizmin gelişmesinde can alıcı bir rol oynamıştır. Fotoğraf ve turizm birbirinden ayrı süreçler değildir. Diğer bir deyişle, her biri diğerinden türemiş ve onu güçlendirmiştir.

Bakışın bir başka yönü ise, çeşitli çevrelerin nasıl üretildiği, pazarlandığı, dolaşıma sokulduğu ve tüketildiği ile ilgilidir. Çeşitli çevrelerden kastedilen; temalı parklar, alışveriş merkezleri ve dünya fuarlarıdır. Temalı alanlarda gözlemlenen nesnelere ilgi odağı olmasının nedeni, gerçek gibi gözükmeleri ve otantik olmalarıdır. Orijinal olandan

daha gerçek görünüşlü temalar yaratan teknolojinin de sayesinde, turist cazibe mekanları ve alışveriş merkezleri muazzam lde turistlerin ilgisini çekmektedir. Dünya fuarları ise, boş zaman etkinliklerinin, turizmin ve estetiğin kent alanlarına girdiğinin bir kanıtıdır. Bu fuarlardaki etkinlikler çoğu zaman eğitim ve öğrenme ile de i içerir.

Kitabın yedinci bölümünde, turizm deneyimlerinin toplumsal sınıf, cinsiyet ve etnik köken bazında nasıl blndĞi konusuna ve bölünmelerin yol açtığı sonuçlara da değinilmiştir. Farklı tatil yerlerinin farklı toplumsal doku ve farklı mülkiyet gelişmelerine sahip olması ve aristokratik bağlantıların belirli yerlerin rağbet görmesinde önem kazanması bu sonuçlar arasındadır. Bunların yanı sıra kitle tatilin artması, bungalovların deniz kıyısı tatilciliğinde yaygınlaşması, romantik bakışın önem kazanması ve bu bakışın doğayı st mertebelere çıkarması sınıf temelli bir bölünmenin sonucudur. Kolektif bakışın niteliği ve bireylerin bir yere cazibe kazandırmadaki rolü, hizmet sınıfının çoğalan kültürel sermayesi ve bunun kırsal ve endüstriyel miras ile postmodernizmin çekiciliğini arttırmadaki etkisi diğer sonuçlarındandır.

Kitabın *Küreselleşen Bakış* başlıklı son bölümünde ise ‘‘turist bakışının’’ küreselleşmesi irdelenmiştir. 1990’lı yıllarda gerçekleşen teknolojik gelişmeler, dünyanın dört bir yanındaki insanları birbirine yaklaştırmıştır. Bu durum ise, doymak bilmez bir şekilde, dünyanın dört bir yanında mekanlar üretilmesine ve tkutilmesine neden olmuştur. Küresel turist bakışının hedefinde farklı ve kimi zaman aykırı olan nesnelere bulunmaktadır. Keder alanları geniş lde ziyaretçi çekmiş veya Batılı turistlerce ziyaret edilen ve tkutilen lkeler, Doğular tarafından da tkutilmeye başlanmıştır. Küresel turizm devrelerinde çok çeşitli işler bulunmaktadır. Ulaşım, konuk ağırlama, seyahat, tasarım ve danışmanlık, küresel turist mekanlarına yönelik imajlar, küresel ikonlar, ikonik biçimler, yerli ikonlar, imajların medyatikleşmesi ve dolaşıma sokulması, turizm altyapılarının gelişmesi ve seks turizmi sektörünün geldiği nokta bu işler arasında sayılabilir.

‘Bakışlar’, ziyaretçilerin ‘tekiyle’ karşı karşıya gelmesini organize etmekte, bu deneyimlere bir yeterli duygusu, zevk ve yapı kazandırmaktadır. ‘Bakış’ belirli zaman ve mekanlarda zevk verici nitelikleri birbirinden ayırmaktadır. Çeşitli duysal deneyimler arasındaki ilişkileri düzenleyen, görsel olarak neyin sıra dışı olduğunu, geçerli farklılıkları ve ‘tekinin’ ne olduğunu açıklığa kavuştıran şey ‘bakıştır’. Seyahatin gerisinde olan motivasyonları açıklamak gibi bir amacı olmayan ‘bakış’ hem bakanı hem de bakılanı ifade etmektedir. Turist deneyimlerini örgütleyen duyu, görsel duydur ve bu bağlamda insanlar ve fiziksel evre arasında en ayrımcı ve en güvenilir duysal araçtır. Bu görsel duyu, insanların, nesnelere ve çevreleri uzaktan da olsa mülk edinmelerini sağlamakta, mesafe koyma ile hükmetmeyi birleştirerek, ‘tekinin’ ait dünyayı kontrol altına almayı kolaylaştırmaktadır. Fotoğraf makinesinin 1939’da icat edildikten sonra görme duysusunun somut hâle gelmiştir. O tarihten sonra ‘turist bakışı’ devreye girmiş ve mobil/modern dünyayı oluşturmuştur. Bunun yanı sıra turist bakışı; eğitimi, sağlığı, grup dayanışmasını, haz ve oyunu, miras ve belleği, ulusu da içermektedir.

Yazar, kitabın önceki bölümlerinde değindiği ‘kolektif ve romantik bakışın’ yanında farklı bakış türleri bulunduğundan da söz etmektedir. Örneğin; bir bölgedeki farklı topluluklara, orada geçirilen sreye ve görsel değerlendirmenin karakterine göre değişebilen bakışlar bulunmaktadır. Bir tur otobüsüyle giderken görülen farklı nesnelere kolektif bir şekilde göz atılması seyirci bakışını; Müslümanların Mekke’yi manevi yönden nasıl tükettikleri huşu içerisinde bakışı; bireylerin ziyaret ettikleri değişik yerleri tarihsel anlamlar ve simgeler içerisine oturtabilmesi antropolojik bakışı; farklı turist uygulamalarının taranıp bulunması çevreye yönelik bakışı; medya aracılığıyla meşhur olmuş yerlerin seyredilmesini anlatan kolektif bakış ise medyatikleşmiş bakışı ifade etmektedir.

Turist bakışı, hareket eden bedenler arasındaki ilişkileri içermektedir. Turizm, genellikle görülen bir nesne olarak bedenle ilgilidir; sergilemeyi, performans ve ziyaretçileri ayartmayı içine almaktadır. Dolayısıyla canlı performanslar ve bedensel gösteriler turizm endüstrisinde çok yaygındır. Küresel turizmi karakterize eden şey ‘göz alıcı bir bedensellik’tir. Bedenin hareketliliği de dansların ortak noktası olarak etnik kökenlerin yeniden inşa edilmesi ve otantikliğin sahnelenmesi anlamına gelmektedir. Bu danslar, turistler için çok güçlü göstergeler olarak, turistlerin gerçekten inandıkları şeyler olmaktadır. Canlı dans performansları, ziyaret edilen kültürün egemen göstergesi olmaktadır. Bu noktada sadece turistlerin değil; nesnelere, kültürlerin ve imajların da seyahat ettiğinden bahsetmek olanaklıdır.

Son olarak kültürler öylesine hareketli hâle gelmiştir ki, herkesin başka yerlerde başka kültürlerle tanışma hakkının olduğu düşünülmektedir. Herhangi bir kültürün bir parçası olmak, sürekli olarak seyahat etmeyi içermektedir. İnsanlar kutsal mekanlara, yazılı veya görsel metinlerin merkezine, önemli olayların gerçekleştiği yerlere başka kültürleri gözlemlemek için seyahat etmektedirler. Seyahatlerde asıl önemli olan, ziyaret edilen kültürün küresel turizm içerisindeki yeri açısından çok büyük önem taşıyan ikonlardır. Genel olarak bakıldığında, kendi tarihlerini ve miraslarını koruma çabasında olan yerelleşmiş topluluklar çoğalmaktadır. Turistler tarafından ise, yerel mekanların deneyimlenmesi önem kazanmıştır.

3. SONUÇ

“Turist Bakışı” adlı eser, yayımlandığı günden bu yana on binlerce atıf alan, turizmi sosyolojik bir pencereden açıklayan önemli eserlerden biridir. Kitabın İngilizce baskısının yayımlandığı 1990 yılını kapsayan dönemde, turizm hâlâ sosyolojik olarak önemli bir mesele olarak görülmemiştir. Turizmin sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel önemi görünür olduğu hâlde sosyolojik bir konu olarak araştırma gündemlerine taşınması ilerleyen dönemlerde gerçekleştirilmiştir. Turizm araştırmalarına önemli katkılarda bulunan yazarlardan biri olarak John Urry, turizmi sosyolojik anlamda farklı bir bakış açısıyla okuyucusuna sunmuştur. Multidisipliner yapıdan disiplinlerarasılığa doğru bir dönüşüm çerçevesinde, turizm çalışmaları yürüten ve sosyolojik bakışın reddedilemez önemini fark eden herkesin faydalanacağı bir kitap olma özelliğini günümüzde de sürdürmektedir. Urry’nin *turist bakışı* kavramı, dayandığı temeller açısından ele alındığında, turizm sosyolojisi alanını kurumsallaştırmış en temel çalışmalardan biri olarak kabul edilen Dean MacCannell’in *The Tourist* adlı eserinin izleri görülecektir. Turistlerin gördüklerinden ne anladığını, sosyal inşası bir çerçeveden ele alan Urry, turizme dair genel bir teorik açıklama yapmak istemiş ancak bir sosyolog olarak turizmin çok yönlü doğasının birçok sosyal ve kültürel unsurla ilişkili olduğunu kabul ederek büyük teorilerin olamayacağını da belirtmiştir.

Turizmi modern öncesi toplumlardan başlayarak anlatmaya başlayan Urry, modern turizmin değişen doğasına paralel olarak turist bakışının nasıl değişip geliştiğini bir bütünlük içinde olmasa da okuyucuna aktarmıştır. Özellikle kitlesel bakışın romantik bakışa dönüşmesine ağırlık vermiş, bunun yanı sıra turistlerin anlam aradığı her şeyden farklı bir *bakışın* türeyebileceği de vurgulanmıştır.

Kitap, Foucault’nun “tıbbi bakış” kavramını turizm alanına aktarımıyla başlamıştır. Genel olarak, bu analogi üzerinden devam edeceği düşüncesi yaratsa da kitabın diğer bölümlerinde Foucault’u arayan okuyucuları hayal kırıklığına uğratacağı da bir gerçektir. Diğer yandan, sekiz bölümden oluşan kitapta bölümlerin birbirinden bağımsızmış gibi görünmesi de sürpriz olmamalıdır. Ancak bu durum, her bir bölümün, turizme dair veya turizmle bağlantılı olan birçok unsurun sosyal inşasına ilişkin tatmin edici açıklamalar yaptığı gerçeğini görmeyi engelleyemez. Yayımlandığı ilk yıllarda olduğu gibi, turizmin öneminin tartışmasız olarak kabul edildiği günümüzde de Urry’nin eseri önemini ve güncelliğini korumaktadır. Henüz Türkçeye çevrilmeyen ve önemli güncellemelerle *The Tourist Gaze 3.0* başlığı ile yayımlanan son baskısı da bu durumun kanıtı niteliğindedir.

TEŞEKKÜR

Bu araştırma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluşun herhangi bir finansman desteği almamıştır.

MENFAAT UYUŞMAZLIĞI

Yazarın, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi ya da katılımı (hibe; eğitim bursları; konuşmacı bürolarına katılım; üyelik, istihdam, danışmanlıklar, hisse senedi sahipliği veya diğer öz kaynak payları; ve uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

YAZARLARIN KATKILARI

A.T.: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.

ETİK BEYAN

Bu çalışma için Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi (ATA Dergisi) [Etik İlkeler ve Yayın Politikası](#) doğrultusunda Etik Kurul onayına ihtiyaç duyulmamaktadır.

KAYNAKÇA

Urry, J. (2009). *Turist Bakışı* (Çev. E. Tataroğlu ve İ. Yıldız). Ankara: Bilgesu Yayıncılık.

EXTENSIVE SUMMARY

Introduction

The phenomenon of “the tourist gaze”, which is an original contribution to the field of tourism by John Urry, is still valid today. This phenomenon was mentioned as the “medical gaze” in Michel Foucault’s book named “The Birth of the Clinic”, and Urry used this as “tourist’s gaze”. The difference between tourist gaze and the medical gaze is as clear as black and white because while the tourist gaze is about pleasure, vacations, tourism, and traveling, the medical gaze talks about the place, language, and death. Urry emphasizes this difference at the very beginning of his book.

The book, which was written in 1990 in its original language, and translated into Turkish in 2009, consists of eight chapters. The definition of tourist gaze, the importance of tourism, and the theoretical approaches in tourism studies were explained in the first chapter. The author explained the rise of mass tourism in the second chapter through the case of England. In the third chapter, which was built through the changing economic structure of the tourism industry, the economic benefits resulting from tourism were emphasized. In the fourth chapter named *working under the tourist gaze*, the nature of jobs in tourism services were explained. In the fifth chapter of the book, the ideas arguing that postmodernism changes societies, and social changes change the tourist gaze were supported with Bourdieu’s theoretical approaches. Here, the author also made distinctions through romantic/collective, authentic/inauthentic, and historical/modern dichotomies. In the sixth chapter of the book, where Urry discussed the cultural heritage, he talked about the discussion of how cultural heritage is bundled in order to meet the expectations of the tourists. The seventh chapter of the book is the chapter, where phenomenon of gazing was explained in detail through the acts of seeing and being seen. The *globalizing gaze*, which was not available in previous editions of the book in its original language, and which is the final chapter of the book, is about mobility and globalization. Globalization of the world also means globalization of the gaze. In this chapter, the author stated that there are almost no places in the world, which has not yet become a part of global tourism. In the following section, the Tourist Gaze book is briefly summarized.

Book Review

In the first chapter of the book named *The Tourist Gaze*, some characteristics that differentiate tourism from other social practices are addressed. In this chapter, the author also mentions some theoretical approaches in tourism studies. In the second chapter named *Mass Tourism and the Rise and Fall of the Seaside Resort*, the rise and fall of the interest in mass seaside tourism is explained through the case of Blackpool in England. In the third chapter named *The Changing Economy of Tourist Industry*, the author begins with explaining some characteristics that differentiate the services and products offered in tourism industry. The tourism services, which are now consumed on a global scale, have brought along some cultural interactions. Some opinions on the fact that overpopulation in these regions have caused various problems are argued. Another subject that is particularly stressed in this chapter is the fact that the “tourist gaze” should go through a division. This division is the ‘romantic tourist gaze’ and ‘collective tourist gaze’. Romantic tourist gaze refers to untouched natural beauties and experiencing these beauties away from the crowds, privacy, and the semi-spiritual relationship established with the object of gaze. The collective tourist gaze refers to the experiences that require existence of too many people. This chapter talks about the changes the tourism and tourist gaze have been going through due to globalization. As a result of globalization, many countries have begun to specialize on producing and offering various objects that may serve to tourist gaze. In the fourth chapter of the book named *Working under the Tourist Gaze*, the author talks about the nature of the jobs about tourism services. The services offered in tourism industry should be offered within the region or within the close vicinity of the region, which are under the influence of the tourist gaze. This is about the ‘spatial immobility’ of the tourism services. In the fifth chapter named *Cultural Changes and Restructuring of Tourism*, the author suggests that the changing social dynamics transform the tourist gaze, and the tourist gaze is about the cultural practices. In addition, postmodernism is particularly emphasized, and this movement and modern tourism are associated. He refers to the previous tourism practices and suggests that tourism has always involved postmodern characteristics for a very long time. In this chapter, the author also partially mentioned the emergence of green tourism. One of the most interesting concepts in this chapter is the concept of post-tourist. Since post-tourists efficiently use mass media, they do not necessarily have to leave their homes to see various objects of the tourist gaze. In the sixth chapter named *Gazing of History*, the author examines the interest in cultural heritage, which is offered as an authentic and historical object to the tourist gaze. Within this context, particular importance is attached to rural museums and industrial museums, which play significant roles in the development of heritage-based tourism. Another significant point emphasized by the author in this chapter is the design of the buildings, which are the targets of the tourist gaze. The building designs are associated with postmodernism. In the seventh chapter of the book named *Seeing and Theming*, he discusses what is meant by the idea of seeing and being seen, and the construction of themed environments. The extraordinary development of photography in late 19th century was followed by the development in forms of visual perception, and thus, in tourist gaze. The seventh chapter of the book talks about how tourism experiences were divided based on

social classes, gender, and ethnicity, and the results of these divisions. In the final chapter of the book named the *Globalising the Gaze*, the globalization of “tourist gaze” is scrutinized. The technological advancements in the 1990s have brought people closer all around the world. This led to an insatiable production and consumption of places all around the world.

Conclusion

Being one of the authors, who made significant contributions to tourism studies, John Urry provided a sociologically different viewpoint on tourism in his book named *The Tourist Gaze*. Within a framework of a transformation from a multidisciplinary to interdisciplinary structure, this book is still one of the most useful sources for everyone, who are aware of the irrefutable importance of sociological perspective in tourism studies. When Urry’s concept of *tourist gaze* is discussed in terms of its origins, the traces of Dean MacCannell’s book named *The Tourist* can be observed, which is considered one of the most fundamental works in the field of tourism sociology. Discussing what tourists understand from what they see from a socially constructivist framework, Urry aimed to provide a general theoretical explanation regarding tourism. However, as a sociologist, he acknowledged that the versatile nature of tourism is related to many social and cultural factors and stated that there would be no grand theories.

Urry began to explain tourism starting from the premodern societies, and though not in great harmony, he explained how tourist gaze has changed and developed in line with the ever-changing nature of modern tourism. He particularly focused on transformation of mass gaze into romantic gaze, and he also emphasized that a different *gaze* can be derived from everything that the tourists search for a meaning.

The book begins with adapting Foucault’s “medical gaze” concept into the field of tourism. Although he projected an idea that he would continue through this analogy in general, the readers, who expect to see Foucault in the following sections, will be disappointed. On the other hand, it should not misguide the reader that the chapters of this eight-chapter book seem independent from each other. However, it should be noted that each chapter brings satisfactory explanations on social construction of many factors about or associated with tourism. Just as in the first years of its publication, this book by Urry is still considered as a significant and up-to-date source today, where the importance of tourism is still indisputable. The latest edition with significant updates, *The Tourist Gaze 3.0*, which has not yet been translated into Turkish, proves its importance.