

TURİZM SOSYOLOJİSİNDE GÜNCELİĞİNİ YİTİRMEYEN KLASİK: “TURİST BAKIŞI”

Kitap değerlendirmesi / Book Review

Yazgan, Ç. Ü. (2020). Turizm Sosyolojisinde Güncelliğini Yitirmeyen Klasik: “Turist Bakışı”, *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 10(1), 74-77.

Geliş Tarihi: 06.02.2020

Kabul Tarihi: 06.09.2020

E-ISSN: 2149-3871

Dr. Öğr. Üyesi Çağdaş Ümit YAZGAN
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü
cumityazgan@nevsehir.edu.tr
ORCID No: 0000-0002-3290-4202

ÖZ

Turizm ilişkileri toplumları ve kültürleri önemli ölçüde etkilemeye devam etmektedir. Özellikle küreselleşme, kalkınma, uluslararası rekabet gücü, zenginlik, gelişmişlik vb. göstergeler bağlamında bir statü sembolüne dönüşen turizm, çoğunlukla endüstriyel bir alan olarak tasvir edilmektedir. Büyüme, kalkınma, gelişmişlik gibi perspektiflerle, fayda-maliyet analizi temelinde işletme, yönetim-organizasyon eksenli araştırmalara daha fazla konu olan turizm ilişkilerinin, iktisadın gölgesinde kaldığı ve sosyolojik araştırmaların bu alanda yaygınlık kazanamadığı söylenebilir. Bu baskın eğilimin aksine John Urry, “Turist Bakışı” (Tourist Gaze) isimli eserinde turizm ilişkilerini tarihsel ve toplumsal bağlamda, teorik ve pratik düzeyde, birçok yönüyle ele alarak turizm sosyolojisi literatüründe önemli bir boşluğu doldurmaktadır. “Turist Bakışı”, yayımlandığı ilk yıllardan itibaren kült bir esere dönüşmüştür. Eser, turizm araştırmalarında kullanışlı olabilecek sosyolojik bir bakış açısı ve önemli kavramlar sunmaktadır. Eserde geliştirilen “turist bakışı” kavramı sosyolojik düzeydeki turizm araştırmalarında en sık başvurulan kavramlardan biri olup kullanıldığında direkt yazarını akla getirebilmektedir. Bu bakımdan “Turist Bakışı” eserinin turizm sosyolojisi alanındaki temel metinlerden biri olduğu ileri sürülebilir. Bu çalışmada John Urry’nin “Turist Bakışı” isimli eseri değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Sosyolojisi, “Turist Bakışı”, John Urry.

THE CURRENT CLASSIC OF SOCIOLOGY OF TOURISM: “TOURIST GAZE”

ABSTRACT

Today, tourism relations affect societies and cultures significantly. Tourism has become a status symbol in the context of indicators such as globalization, development, international competition, wealth and development. In this regard, tourism is mostly depicted as an industrial area. Tourism is generally considered on the basis of cost-benefit analysis. Tourism falls under the shadow of economics. Sociological research in the field of tourism has not become widespread. John Urry's work named “Tourist Gaze” fills an important gap by addressing tourism relations in a historical and social context, at a theoretical and practical level. “Tourist Gaze” (1990) has turned into a cult work since it was published and brought a sociological perspective to tourism research. The concept of “Tourist Gaze” has become one of the most frequently used concepts in sociological tourism research. It can be argued that the “Tourist Gaze” is one of the basic texts in the field of tourism sociology. In this study, John Urry's book named “Tourist Gaze” has been evaluated.

Keywords: Sociology of Tourism, “Tourist Gaze”, John Urry.

1. GİRİŞ

Günümüzde turizm ilişkileri, toplumları ve kültürleri önemli ölçüde etkilemektedir. Özellikle küreselleşme, kalkınma, uluslararası rekabet gücü, zenginlik, gelişmişlik vb. göstergeler bağlamında bir statü sembolüne dönüşen turizm, çoğunlukla endüstriyel bir alan olarak tasvir edilmektedir. Büyüme, kalkınma, gelişmişlik gibi iktisadi perspektiflerle, fayda-maliyet analizi temelinde işletme, yönetim-organizasyon eksenli araştırmalara daha çok konu olan turizm ilişkilerinin, iktisadın gölgesinde kaldığı ileri sürülebilir. Bu yaygın ve baskın eğilimin aksine John Urry¹, “Turist Bakışı” (Tourist Gaze) isimli eserinde turizm ilişkilerini tarihsel ve sosyolojik bağlamda ele alarak önemli bir boşluğu doldurmaktadır. “Turist Bakışı” (1990), yayımlandığı ilk yıllardan itibaren kült bir esere dönüşmüş ve turizm araştırmalarında kullanışlı olabilecek sosyolojik bir bakış açısı ve çeşitli kavramlar kazandırmıştır. Öyle ki kitabın temel kavramlarından olan “turist bakışı” kavramı, sosyolojik düzeydeki turizm araştırmalarında en sık başvurulan kavramdan biri haline gelmiş olup, kullanıldığında yazarını doğrudan akla getirebilmektedir. “Turist Bakışı” eserinin bu bakımdan turizm sosyolojisi alanındaki temel metinlerden biri olduğu ileri sürülebilir. Bu çalışmada John Urry’nin “Turist Bakışı” isimli eseri değerlendirilmektedir. Bu değerlendirme, kitabın Türkçe’ye 2009 yılında kazandırılan ikinci basımına dayanmaktadır. İkinci basımında ilk basıma ek olarak “Küreselleşen Bakış” başlıklı yeni bir bölüm yer almaktadır².

John Urry, kitabının amacının “farklı toplumlarda ve farklı sosyal gruplar içerisinde çeşitli tarihsel dönemlerdeki turist bakışının nasıl değişip geliştiğini” (s.14) irdelemek olduğunu belirtmektedir. Kitap; turist bakışı kavramını temele alarak turizm ilişkilerini toplumsal değişmeyi dikkate alarak değerlendirmektedir. Kitap; önsöz, ikinci basıma önsöz ve sekiz bölümden oluşmaktadır.

2. İÇERİK ve DEĞERLENDİRME

Turist Bakışı isimli ilk bölümde, turist bakışı kavramına odaklanılmaktadır. Bölümde, Michel Foucault’un “Kliniğin Doğuşu” eserinden “tıbbi” ve “sıradan” bakışın farkını anlatan bir alıntı ile turist bakışı kavramına giriş yapılmıştır. Turizm pratiklerinin, zorunlu olmayan mal ve hizmet tüketimine işaret ettiğini belirten Urry, turist bakışını bu pratiklerin bir parçası olarak nitelendirmekte ve olağanın dışındaki görüntü ve manzaralar kümesini seyretmek olarak tanımlamaktadır. Turist bakışının toplumsal olarak düzenlenmiş ve yapılaşmış olduğunu vurgulayarak kavramın sosyolojik niteliğini öne çıkarmaktadır. Yazar bu bölümde turist pratiklerinin ve turist bakışının asgari niteliklerini somutlaştırarak maddeler halinde sıralamaktadır. Urry, turist bakışının mekân, zaman ve toplumsal gruplar açısından değişen bir yapıya sahip olduğunun altını çizerek bölümde turist bakışının Roma Dönemi’nden günümüze kadar uzanan kısa bir panoramasını sunmaktadır. Bölümde ayrıca Boorsten’in turizmde “sözde olaylar” analizi, Turner’in “altın gruplar” tezi, Cohen’in “turist tipolojisi”, McCannel’in “sahnelenmiş otantiklik” kavramı gibi çeşitli teorik yaklaşımlar “turist bakışı” kavramı etrafında tartışılmaktadır.

Kitle Turizmi ve Deniz Kıyısı Tatil Yerlerinin Yükselişi ve Düşüşü isimli ikinci bölüm, tatil denilince akla ilk gelen Britanya kökenli deniz kıyısı turizminin tarihsel sosyolojisi niteliğindedir. Bu bölümde denize kıyısı olan tatil yerlerinin gelişimi üzerinden turist bakışının kitleleşmesi süreci anlatılmaktadır. Modern öncesi dönemde seçkinlere özgü bir statü göstergesi

¹ John Urry (1 Haziran 1946 -18 Mart 2016): Lancaster Üniversitesinde doktorasını tamamlayan ve uzun süre aynı üniversitenin sosyoloji bölümünde akademisyen olarak çalışan İngiliz sosyolog John Urry, çevre ve mekân sosyolojisi, küreselleşme ve hareketlilik, sosyal teori, tüketim, turizm sosyolojisi gibi alanlarda araştırmalar yürütmüştür. Öne çıkan temel eserleri şunlardır: Social Theory as Science (1975), Tourist Gaze (1990), Consuming Places (1995), Global Complexity (2003), Mobilities (2007).

² Turist Bakışı isimli eserin 2011 yılında yeni bir yazarla (Jonas Larsen) birlikte üçüncü defa güncellendiğini belirtmek gerekir. Kitabın sonradan eklenen yeni yazarı Larsen, kitabın farklı basımlarını web sürümleri ile özdeşleştirerek 1990 basımını “Tourist Gaze 1.0”, diğer basımlarını sırasıyla “Tourist Gaze 2.0” ve “Tourist Gaze 3. 0” ifadeleriyle adlandırmaktadır (Larsen, 2014).

olan seyahat süreci, modern dönemde giderek bütün sosyal sınıflara yayılmaktadır. Seyahatin “demokratikleşmesini” tetikleyen temel dinamik tren, otomobil ve uçak gibi ulaşım araçlarının yaygınlaşarak, seyahati kolaylaştırmasıdır. Bu bölümde tarihi süreçte, katı çalışma koşullarının İngiltere’de sarsılması, turizm pratiklerini içeren serbest zaman faaliyetlerinin yaygınlaşması, tatilin bireyi çalışma enerjisiyle dolduran bir etkinlik olarak görülmesi ve giderek bir yurttaşlık göstergesi biçiminde bir hakka dönüşmesi ile turist bakışının kitleselleşmesi arasında bağlantı kurulmaktadır.

Turizm Endüstrisinin Değişen Ekonomisi isimli üçüncü bölümde, turist bakışı ile bu bakışı karşılayabilmek için geliştirilen turizm endüstrileri arasındaki ilişkiler değerlendirilmektedir. Turizm acentaları, ticari endüstriler, yardımcı hizmetler ve çevreciler ile turist bakışı arasındaki çıkar çatışmalarına odaklanılmaktadır. Bölümde Britanya’daki konaklama hizmetlerinde etkili olan küçük ölçekli sermayenin analizi yapılarak dörtlü bir ayrıma gidilmektedir. Urry’nin “bıçak sırtındaki topluluk” olarak tanımladığı “kaygan zeminde hareket eden küçük işletmeler” ayrımı Türkiye’deki turizm işletmelerinin analizi için örnek olabilecek niteliktedir. Bölümde ayrıca Batı Akdeniz, Kuzey Amerika, Güneydoğu Asya gibi bölgelerde turizmin olumsuz etkileri kuramsal temellere dayandırılarak açıklanmaktadır. Urry bu bölümde **Türkiye’de** dövize endeksli turizm cazibesinin Bodrum, Gumbet gibi yerleri nasıl çirkin ve plansız büyüyen yerlere dönüştürdüğünü anlatmaktadır. “Kitle turizmi” ile “seçici turizmin” ya da “romantik turist bakışı” ile “kolektif turist bakışının” çatışan çıkarları arasında sıkışmış bir Türkiye portresi çizilmektedir.

Turist Bakışı Altında Çalışmak isimli dördüncü bölümde, turist bakışının niteliği ile turizm hizmetlerinin tedarik şekilleri arasındaki sorunlu ilişkilere değinilmekte ve çalışma ilişkileri mercek altına alınmaktadır. Turizm hizmetlerinin emek yoğun hizmetler olduğunun altı çizilmektedir. Kitabın bu bölümünde çalışanlar ile turistler arasındaki temasın yakınlığı ve uzaklığı, hizmetlerin sunum süresi, rutin ve acil hizmetler, duygusal çalışma, müşterinin ismini bilme gibi mikro düzeydeki etkileşimlerin turist bakışını nasıl etkilediği değerlendirilmektedir. Bölümde turizm hizmetlerinin Ritzer’in “McDonalddlaşma” ve Atkinson’un “esneklik biçimleri” kuramları ile ilişkilendirilmesi sosyoloji literatürü ile turizm arasında bağ kurma çabasına yönelik önemli bir örnek olarak göze çarpmaktadır.

Kültürel Değişimler ve Turizmin Yeniden Yapılanması isimli beşinci bölümde, turizm pratikleri postmodernizm açısından değerlendirilmektedir. Yazar, Jameson, Baudrillard, Bourdieu gibi düşünürlerin yaklaşımları ile turist bakışını postmodernizme uyarlamaktadır. Artık “postturizm aşamasına” geçildiğini iddia etmektedir. Deniz kıyısı tatilleri eski değerini kaybetmekte, her türden yer hem bir temaşa hem bir gösteri merkezine dönüşmektedir. Kitlesel turizm tüketiminin hâkim olduğu kolektif turist bakışından, her yeri bireysel haz çevresine eklemleyen romantik bakışa geçilmiştir. Kitlesel tüketim operatörleri yerini küçük yerel hizmet tedarikçilerine bırakmaktadır. Paket tatilden kaçış başlamakta, eğitilmiş gezgin olmaya meyilli postmodern deneyim öne çıkmaktadır. Mekânda katı planlama terk edilmekte olup, turist bakışı toplumsal müdahalenin azlığına yönelmektedir. Yazar, postturistin artık evden ayrılmasına gerek kalmadığını belirtmekte ve turist bakışının postturizm aşamasında her bağlama kolaylıkla yerleştirilebileceğini belirtmektedir. Postturist, seçeneklerin çoğalmasının yarattığı değişim ve zevkin farkında olup karşıtlıklardan ve çokluktan haz devşirmektedir. Yüksek kültürün kısıtlayıcılığından kurtulmuş olup tek ve otantik bir turist deneyimine hapsolmayacağını bilmektedir.

Tarihe Bakmak isimli altıncı bölümde Urry; turistik yerleri, romantik-kolektif turist bakışı, tarihi-modern ve otantik-otantik olmayan dikotomileri ile sınıflandırmaktadır. Bölümde miras endüstrisi ve nostalji kavramının özel bir öneme sahip olduğu vurgulanmaktadır. Miras endüstrisi müzeler örneği üzerinden değerlendirilmektedir. Mirasın bir tür güvenlik ve sığınak noktası, istikrar sağlayıcı birleştirici bir öge olduğu ve zor zamanlarda mirasın özellikle öne çıkarıldığı vurgulanmaktadır. Miras endüstrilerinin çoğunlukla yerel desteklerle korunduğunu belirten Urry, yerel halkın, turizm yatırımcılarının ve yerel-ulusal düzeydeki yetkililerin miras koruma konusunda temel bileşenler olduğunu ileri sürmektedir. Bu üç bileşen, miras endüstrisine yönelik turist bakışının nesnesini inşa, temsil ve koruma sürecinde inisiyatif geliştirebilmektedir. Ayrıca özel ya da kamu binalarının turist bakışının nesnesi olabileceği belirtilerek, bina tasarımında turist pratiklerinin dikkate alınması gerektiği ileri sürülmektedir.

Görmek ve Temalandırmak isimli yedinci bölümde, turizm ile görsel algılama biçimleri arasındaki ilişkiye odaklanılmaktadır. Fotoğrafın tarihi süreçte turist bakışını yapılandırılmada önemli roller üstlendiği iddia edilmektedir. 19. Yüzyılda “flaneur” tipinin fotoğraf çekme etkinliğinin 20. yüzyıl turistinin alametifarikasına dönüştüğü vurgulanmaktadır. Fotoğrafın toplumsal olarak inşa edilmiş görme ve kaydetme biçimi olduğunu belirten Urry, fotoğraf aracılığıyla şekillenen bakma eyleminin turist bakışından ve turizmin gelişiminden ayrı düşünölemeyeceğini belirtmektedir. Bölümde tema parkları ile mekânın göstergelere bölünüşü yeni bir turist bakışı oluşturma biçimi olarak değerlendirilmektedir.

Küreselleşen Bakış isimli son bölümde, küreselleşme süreci ile turizm faaliyetleri arasında bağ kurularak teknoloji ile yer küredeki insanların yakınlaştığı, hava yolları ulaşımının yaygınlaşması ile insan akışının hızlandığı belirtilmektedir. Ayrıca bu bölümde sanal seyahat ile fiziki seyahat arasında ayırım yapılmaktadır. Akış halindeki turistlerin eşit düzeyde olmadığı ve savaşlardan kaçan küresel sürgünlerin de bu akışta yer aldığı vurgulanmaktadır. Küresel turizm devresinde farklı ve çeşitli işler yapılmakta; medya aracılığıyla imajlar dolaşıma sokulmakta ve medyatikleştirilmekte, küresel ve yerel ikonlar, marka ve logolar her yanı sarmakta turizm ile ilgili protesto kampanyaları, politik etkinlikler organize edilmektedir. Küreselliğin ve turizmin iki ayrı süreç olmadığını belirten Urry, küresel bir melezliğin geliştiğini vurgulamaktadır. Artık sadece turistler değil nesnelere, kültürler ve imajlar da seyahat etmektedir. Bu bakımdan mobil bir kültür etkisini göstermektedir. 19. yüzyılda belli bir turist bakışı söz konusuysen günümüzde turist bakışı küreselleşmekte ve çoklu bakışlar her yeri istila etmektedir.

John Urry'nin “Turist Bakışı” isimli eseri, ilk bakışta turizmle ilgili farklı ve çok uzak konuları bağımsız bölümler halinde odağına alıyormuş izlenimi vermekte ve bu yaklaşım bir kopukluk hissi yaratabilmektedir. Ancak ilk bölümde teorik düzeyde temellendirilen “turist bakışı” kavramının, diğer bölümlerde farklı konularla ilişkilendirilerek tekrar tekrar işlendiğini ve bu şekilde kavramın anlamının güçlendirildiğini belirtmek gerekir. Buradan hareketle ilk bölümde çerçevesi çizilen turist bakışı kavramının kitap boyunca kaynaştırıcı bir rol oynadığı, içinin adım adım doldurulduğu, esere akıcılık ve bütünlük kazandırdığı söylenebilir. Eserin anlatımında tutulan bu yolu, eserin amacına ulaşmasını kolaylaştıran özgün bir metot olarak nitelendirmek mümkündür. Dolayısıyla eserde literatüre kazandırılan turist bakışı kavramının küreselleşme, postmodernizm, kitleleşme, miras endüstrisi, çalışma ilişkileri, müze ziyaretleri, fotoğraf ve tema parkları gibi oldukça farklı konuların turizm ile bağlantısını kurmayı sağlayacak biçimde tasarlandığını belirtmek gerekir. Kavramın kurgulanış ve kullanılış biçiminin kavramın sadece John Urry'nin örneklediği temalarla ve belli bir dönemle sınırlanmayacağını ipuçlarını sunmaktadır. Bu bakımdan kavramın turizm ilişkilerinde meydana gelen değişimlere eşlik edebileceği, güncelliğini yitirmeyeceği dolayısıyla zamana meydan okuyacağı öngörülmektedir.

Çeviri sürecinde, sözcükler seçilirken haklı gerekçelere dayandırılacak tercihler etkili olabilmektedir. “Turist Bakışı” isimli çeviri eserde nadir olsa da karşılaşılan “yeğınleştirme”, “imlemek”, “ilineksel”, “çoğun”, “belirtik kılmak” gibi sözcüklerin yerine güncel sözcüklerin kullanılmasının akıcılık ve anlaşılabilirlik açısından daha isabetli olacağı söylenebilir. **Sonsöz** olarak, baskısı tükenmiş olan “Turist Bakışı” eserinin gerek tanıtımını yaptığımız basımının gözden geçirilerek yenilenmesinin, gerekse güncel versiyonunun Türkçeye kazandırılmasının, sosyolojik nitelikteki turizm araştırmalarına ilgi duyan öğrenciler ve araştırmacılar için önemli imkânlar sağlayacağını ve turizm sosyolojisindeki boşluğu doldurmaya devam edeceğini belirtmek gerekir.

KAYNAKÇA

Larsen, J. (2014). The Tourist Gaze 1.0, 2.0, and 3.0. In A. A. Lew, C. M. Hall, & A. M. Williams (Eds.), *The Wiley Blackwell Companion to Tourism*, Oxford: John Wiley & Sons.

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