

CEVIRI

KÜLTÜR TURİZMİNİN İMGESEL BOYUTLARI

Rachid AMIROU (2000), *Imaginaire du Tourisme Culturel*, içinde Rachid Amirou ve Philippe Bachimon (Editörler), *Le Tourisme Local: Une Culture de l'Exotisme*, (ss. 61-70), Paris-France: L'Harmattan.

Adres: Université de Perpignan UFR STHI, 52 avenue Paul Alduy, 66680
Perpignan, FRANCE.
Telefon: +33 467 796945 e-mail: rachid-amirou@wanadoo.fr

Fransızca'dan Türkçe'ye çeviren Araş. Gör. Zafer ÖTER

Adres: DEU İletme Fakültesi, Turizm İletmeciliği Blm, Kaynaklar Yerleşkesi Buca
35160 İzmir, TURKIYE
Telefon: +90 232 412 8232 e-mail: zafer.oter@deu.edu.tr

GİRİŞ

Turizmin imgesel boyutları potansiyel mekanda olduğu gibi (Winnicott, 1975) üç grupta incelenebilir. Öncelikle, zamanda ve mekanda bir yabancılık (egzotizm) söz konusudur: mekana (doğa) bağlı imgede yer, saflık bulunduran, tedavi eden, beden ve ruhta arınmayı sağlayan unsur olarak yaşanmışlık üretir. Öte yandan, zaman ile bir ilişki kurulur (çocukluğa geri dönüş, bütün olarak insanoğlunun çocukluğu, tarih, geçmiş: bu eskiye olan özlemdir, altın çağ nostaljisidir). Turizmin diğer bir imgesel boyutu ise öteki insanlarla ilişkilidir (sosyalleşme veya özgünlük arayışları). Aynı zamanda ortak huyların belirlediği hareketlilik biçimlerine uyumdur. Diğer bir ifade ile sosyolojik veya istatistiksel araştırmaların genelde göz ardı ettiği ortak davranışlarımızın bizdeki neticesidir. Kültür turizmi, bedeni ve öz bilinci unutmanın bir yöntemi gibi tanımlanabilmektedir. Turizmin üçüncü ve son imgesel boyutu, kişinin kendisiyle ilişki kurmasını içerir. Bu ilişki, bilinci yitirmek için harcanan baş döndürücü bir çaba olarak da tanımlanabilir (hatta belki kişinin kendisiyle çelişkiye düşmesidir).

ZAMANDA VE MEKANDA YABANILLIK

Turizm ile ilgili az sayıda araştırma tatil mekanlarıyla olan simgesel ilişkilerimizi açıkça ele almaktadır. Mekan uygulamaları yönünden; yapılan ziyaret sıklığı, sosyo demografik değişkenler ve tatil davranışları arasındaki ilişkiler gibi analizlerin yanında başka bir usavuruş da öne sürülebilir. Bu usavuruş, daha antropolojik olarak değerleri ve turizmin imgesel yönlerini inceler. İster geçmişe özlem, ister hayal kırıklığı veya büyülenmekten kaynaklansın, turistik mekan bir yüzey veya sonu gelmez stratejiler, yerleşimler, rasyonellik, bilinçli tercihler ve gözlemlenen mekansal planlama politikalarından önce aslında duyguların buluşma noktasıdır. Turistik mekan, ekonomik tüketim kurallarının işlediği veya sosyal farklılaşmalara yol açan bir alan olmazdan daha önce, “hayal edilen” ve “yaşanan” bir mekandır. Yeryüzü ve onun şekilleriyle kurulan ilişkiler, uzun bir tarihi geçmişe kök salan bir uzaysal imgeselliğin haber vericileridir. Örneğin, yükseklik ve tırmanma ruhsal bir yan anlama da sahiptirler. Pierre-Jean Jouve’un (1947) bariz biçimde bildirdiği gibi, “dağlar sanki moralimizi yükseltirler”. Bir zihinsel temsil olarak dağ iki kutba ayrılır: bir yönden dağ dünyaya dayanıklılık ve maden sunar, sonsuzluğu, mutlaklığı akla getirir ve ölüm korkusunu unutturur; diğer yönden gizemli ve kutsal yan anlamlarıyla merkeziyet simgesini çağrıştırır (Bachelard, 1984). Bu sonuncu durumda dağ, saflık (temizlik) ve canlılık düşüncesiyle ilgilidir ve doğayla bütünleşme duygusu ve zamanın durmasının vereceği bir hayreti çağrıştırır (Bozonnet, 1979).

Turizm imgeselliği, bize dünyanın gerçekliği içinde varlıkların merkezine seyahat etmeyi sağlar (Dupront, 1987). Gezginlerin anılarında özgünlük, saflık, gerçeklik temalarının neden bu kadar çok yer aldığı böylece daha iyi anlaşılacaktır. Turizmin zihinsel mekanı, özellikle etnik turizm bakımından, simgesel olarak bize “gerçeği” tanıtmayı amaçlayan dini mekanlara benzemektedir (Fischer, 1981). Zihinsel turizm mekanı elbette tarih dışı değildir. Basit bir örnek vermek gerekirse, insanlarda manzaraya bakma hayranlığı tespit edilmiştir ve bu hayranlık uluslara özgü nitelikler taşıyabilmektedir. Bir psikoloğun deyişiyle, uzak manzaraları izleme keyfi sunan “bakış açısı”na sahip olmak Fransızlarda özel bir tutku olarak gelişmiştir. İtalyanlar bu konuda Fransızlara benzer bir tutuma sahiptirler, ancak İtalyanlar günün sıcak saatlerinde gölgeli ve eğlenceli sığınaklar sunmayan doğadan kaçınma eğilimindedirler. İnsanların aradığı gölge ve eğlence ortamını barındırmayan doğada manzaraya hakim görüş

noktaları boş kalmaktadır, ve insanları buralara çekmenin yolu çevresel düzenlemedir. Bu son durumda, Helenistik şiiirden beslenmiş natüralist rüyayı andıran bir serbest zaman değerlendirme modeliyle tekrar karşılaşıyoruz: mimarlık ilkeleriyle biçimlenip süslenen doğaya olan ilgi üzerine kurulan model. Bu ilgi, göze hoş gelen ve düzenli manzaralar sunan resimlerde de görülmektedir. Akarsulu ve gölgeli mekanlar hep aranmakta, sıcaktan kaçılmaktadır. Bu serinleme ve suya düşkünlük ana fikri (liquidade), bir mekanın çekim unsurları ve ölçütleri olarak Çiçero ve Horace'ın yazınlarında ve günümüz turist rehberi kitaplarında bolca görülmektedir.

“Düşeylik” konusu ise, turizm imgeselliğinin yapıtaşlarından biri durumundadır. Bakılacak olan nesne, “üstteki” ve “alttaki” arasındaki karşıtlık tarafından belirlenen düşey algılama sistemi içinde görülmektedir (Gritti, 1967). Düşeylik, turist rehber kitapları içinde önemli bir veri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yayınlarda içtenlik düzeyiyle ilgili değerler (sakin küçük kasaba, büyüleyici otel, gülümseyen vadi) kutsanır. Yine mest olmayı (başyapıt, harika, sıra dışı) anlatan değerler de kullanılır. Öyle anlaşılıyor ki, bu betimlemeler basmakalıp ifadelerden öte bir ilk örneğe işaret etmektedir: yükseklik tanım gereği özünde değerli olmayı taşımaktadır. “Moda yerler” (les hauts lieux)¹ ifadesi bu turistik eğilimi göstermektedir. Yüksekliğe yapılan atıf, gittikçe artan oranda eski ile birlikte ele alınmaktadır. Bu yaklaşım, turistik merkezleri çevreleyen yalın alanları da içine alan bir tinsel duyguyu çağrıştırmaktadır. Benzer biçimde, yüksek arazilerdeki “geçmiş” yaşantıyla iç içe geçen ve taşrayı yavaşça dönüştüren bir süreç gözlemlenmektedir. Bu sürecin sonucu olarak *Haut Var* veya *Haute Provence*² gibi terimler günlük dilde kullanılmaktadır. Köylülerin ve dağda yaşayanların terk ettiği anlam yükü olmayan boş arazilerin yerini birden bire anlamlarla/duygularla yüklü bir mekan anlayışı almaktadır. Köylüler kente doluşırken, tatilciler de çan kulesi, köy meydanı, ve “otantik” yaşamdan oluşan bir evren özlemi içinde terk edilen kırsala akın etmektedirler.

Bu eğilim sonucunda, broşürler “moda” turizm merkezleriyle dolup taşmaktadır. Böylece; kırsaldan göç köylüyü kentin “yasak zevklerinin” kollarına atarken, turizmin, özellikle “yeşil” turizmin kentlinin ruhunu arındırıcı bir işlev gördüğü kapalı olarak

¹ Les hauts lieux: Fransızca'da hem yüksek yerler hem moda yerler anlamına gelen bir ifade (Ç.N.)

² Haut Var: Fransa'da bölge adı. Haute Provence: Fransa'da Paris dışındaki yüksek bölgelerin genel adı, taşranın yüksek kısımları. (Ç.N.)

kabul edilmektedir. Kırsal (veya dağ) için kenti terk eden böylece tinsel basamakları tırmanacaktır. Tersini yapan (kente göçen) ise “özgünlüğünü” yitirecektir.

Bir yer değiştirme eylemine katılan orijinalliğin miktarı, o yer değiştirmeyi “orijinal seyahate” yani yenilik öğreten seyahate dönüştürücü etki göstermektedir. Eğer, kazara orijinallik veya özgünlük yoksa, turizm endüstrisi bunları bizim için üretmeyi üstlenmektedir (yabanıllığı taklit çabaları, kırsalı taklide çalışan anlamsız-kaba biçimler vb.). Zamansal olarak ister toplumsal tarihe ister kişisel nostaljiye ait olsun, ister dünyanın çocukluğunu veya gezginin kendi çocukluğunu ilgilendirsin, seyahat geçmişte var olmuş ancak kimsenin hatırlamadığı bir şeye doğru geri dönüş ve bir ütopya – etimolojik olarak var olmayan yer- ile aynı anlama gelmektedir.

İyi bir tur belli bir yavaşlık ve kat edilmesi gereken belli bir uzaklığı içerir. Koşullar ne kadar zorlaşırsa, yol ne kadar uzun ve engellerle dolu olursa “gerçekten” gezmiş olma sanısı da o kadar yüksek olmaktadır. Bir Asya çölünü yürüyerek geçmek veya Himalaya zirvelerinde yürümek işte bu yüzden saflığın sınırlarına ulaşmanın net izlenimini vermektedir. Tırmanmak ruhun arınmasını sağlar, mekan değişimi günah çıkarmanın bir yoludur (A. Dupront’un (1987) hacca değgin imgeleri). Diğer yandan, turizm de mekana sağaltıcı özelliklerini geri verecektir (A. Corbin, 1995).

Geçtiğimiz yüzyılların endüstriyel gelişimi bu sağaltıcı boyutun daha da vurgulanmasına yol açacaktır; yükseklik (tırmanma) eğitsel bir araca dönüşmekte, ruhu ve bedeni “tedavi etmektedir”. Dağ (ve kırsal mekanlar), içsel, derin, ve ahlaki bir gerçeklik arayışının nesnesi haline gelmektedir. Plajlar; sıradanlığı, hazcılığı ve sığılı anımsatmaktadır. Bu şekilde turizm mekanına “değer yüklenmektedir” (Piaget, 1963) nin deyişiyle bir topoloji oluşturulmaktadır): iyi ve kötü mekanlar vardır.

TURİSTİN İKİLEMLERİ

Mekanın ahlaki değerler ile bu şekilde nitelendirilmesi, kültürel denilen turizm türünde gözlemlenen toprağın ve bedeninin inkarını (M. Maffesoli, 1981) kısmen açıklamaktadır. Stevenson³, bize Hyde’in aslında Jekyll olduğunu öğretmişti. Bildiğimiz bir başka şey ise turizmin kültür, merak, kendini yetiştirme hevesi, estetik bir iştah- olduğudur. Aslında, “kültür turizmi” ifadesinin kendisi de bazı yönleri bakımından elastik bir kavramdır. Ote yandan, estetik nesne sıklıkla sevenleri tarafından

³ Robert Louis STEVENSON: “Dr. Jekyll ve Mr. Hyde” adlı kitabında insanın aynı anda hem iyi hem de kötü olma potansiyeli taşıdığını işleyen İskoç yazar (1850-1894). (Ç.N.)

yıpratılmakta, eskitilmekte, soyulmaktadır (L. Réau, 1994). Bu tahribat, arada bir oluşan zararlardan abartıya kaçan restorasyonlara kadar çeşitlenebilmektedir.

Estetik düşkünü insan, toprak ve müze arasında da sorunlu ilişkiler kurulmaktadır. Michel Maffesoli (1981), form değiştiren (A. Corbin, 1988) ve düşsel (G. Durand, 1964) dünyayı incelemiş biri olarak yeryüzünün dönüşümünde, ölüm sonrası ve şarap kültürleri yönünden ana madde olarak gördüğü toprağın inkarından üzüntü duymaktadır. Gerçek; toplumsalın yüzeyinde, turizmdir. Gerçek, mirasın sevenleri tarafından yağmalanmasındadır. Böylece, çeşitli yıkım ve yağmaları önlemeyi amaçlayan püriten ve hijyenik istek, baskı altındaki itkilerin sürekli yeniden yüzeye çıkışlarıyla karşılaşmaktadır. Buradan hareketle, kötüyü daha etkin kontrol edebilmek için kötünün törensel usullere dönüştürülmesini (toplumun düzelmesi için gerekli önlemlerin tedricen uygulanması) bize öğreten geleneksel toplumların verdiği ders, toplumu her türlü kötülüğün iyileştirildiği bir hastanenin kopyası olarak algılayanları ikna etmemektedir. Karanlık yönlerimizi nevrotik biçimde tamamen inkar yoluna gidiyoruz (G. Durand, 1964). Kültür turizminin imgesel boyutları, toprağın boşuna ve sonuçsuz inkarını açıkça göstermektedir. “Akılcı” versiyonuyla üzerinde iyi çalışılmış bir turizm bazen bir can sıkıntısı ve pişmanlık çölüne dönüşmektedir; nü ve peri heykelleriyle donatılmış müzelerde sıradan bedenlere yer bırakılmamıştır. Sıradan insan için müzelerde oturacak yer azdır, temizlik ve sağlık gereksinimlerini giderecek malzemeler yetersizdir ve susuzluğu gidermek zordur. Nereden bakılırsa bakılsın, günümüzde bir müze ziyareti bir mezarlığı ziyarete benzemektedir; sessizlik, içe kapanma, ciddi tavırlar. Pere Lachaise⁴ bile eğlencenin ve masum sevgilerin mekanı olabilirken müzeler canlılardan, turistlerden, kalın kafalılarından oluşan dünyayı dışlamayı düşlemektedir. “Gezgin ve gölgesi” elbette vardır, ancak kültür turizmi ve onun karanlık yönü hakkında pek az araştırma yapılmıştır. Kültür turizminin bu karanlık yönü içinde müze bilimcilerin ve kültürel tasarım uzmanlarının yok saydığı coşku, esrime, beden, kutlama, rezalet, abartıya kaçma gibi unsurlar bulunmaktadır. Kısaltmak gerekirse; karanlık noktaların böylesine yok sayılması Stakhanovist⁵ bir ziyarete yol açar; rehber kitaplardaki müzeleri ve gezilen sergileri tek tek işaretleyerek geçirilen

⁴ Paris’te turistlerin yoğun olarak ziyaret ettiği ve çok sayıda ünlünün gömüldüğü mezarlık (Ç.N.)

⁵ Stakhanovizm: Sovyet maden işçisi Alexei Grigorievitch Stokhanov’a dayanan Sovyet öğretisi. Öğretinin temelinde işine kendini adanmış ve çok yüksek verimlikte çalışan işçi anlayışı yatmaktadır. (Ç.N.)

uzun günler. Tatil mesaisini kısaltmak gerekmektedir. Aslında, araştırmalar bize turisti motive edenin dinlenmek, büyük kentlerden uzak sessiz yer arayışı olduğunu söylese de turizm merkezlerine hızlıca göz atmak aksini söylemektedir; tıkanan yollar, kirlilik, aşırı kalabalık plajlar vb. Özet olarak, dinlenmek için yola çıkan turist daha yorgun biçimde geri dönmektedir. Bir çok insan tatil dönüşünde kendine gelebilmek için bir gün daha dinlenmeye gereksinim duyuyor. Değerler ve ilan edilen amaçlar arasında bir boşluk var; bu iki yönlü zıtlık kültür turizminin karakteristiğidir. Zira, dahası tatilde bitirilmesi gereken “kültürel” ödevler vardır (öğrencileri korkutan tatil ödevleri gibi). Bu ödevleri bitirmek için müzelerin, sergilerin önünde uzun kuyruklara girilir ve adeta dinsel bir itaatle sıra beklenir. Bazı durumlarda, bir ziyaretin yararı katlanılan fiziksel veya zihinsel yorgunlukla ölçülmektedir. Kültür turizmi evreninde zevk kavramı, eğer varsa, oldukça karmaşık bir kavramdır.

Kısaca, kültür amaçlı seyahat etmek çalışmayı çağrıştırmaktadır (İngilizce karşılığı travel⁶). Kültür seyahati, hac kavramıyla doğrudan ilişkili olarak bir tür günahahtan arınma eylemidir. Hacda (günahahtan arınma), kültür amaçlı seyahat edenlerin kendilerini bilinçsizce özdeşleştirdikleri model bulunmaktadır (R. Amirou, 1988, 1994, 1995). Kültürel dünyanın kapısından kovulmuş olan beden ve toprak pencereden geri gelir ve duvar yazılarıyla, sapıklıklarla, kötücül ve yıkımcı barbarlıklarla öcünü alır. Toprak, Pampelune, Aigues-Mortes vb. kutlamalarda görüldüğü gibi kültürel olana coşkulu eğlenceyi katar ve böylece sıradan insanlar birleşerek, dövüşerek, çamurda çılgınca eğlenerek adeta kötü ve karanlık yanlarından arınmak isterler. Elbette bunun kültürel boyutu azdır, ancak katılımcıların deyişine bakılırsa ruh, kalp ve beden için canlandırıcı etkiye sahiptir. Sanatsal miras tapınmacılığı boşu boşuna eğlenmeyi dışlamıştır. Tavır ve bedenleri eğiterek biçimlendirmek, kendine hakim olma bilinci, “kültürel miras temalı etkinlikler” coşkulu eğlence (dionizyak) ve kutlama ruhunu yok etmeyi başaramamıştır. Koruma altındaki sitlerde son zamanlarda görülen rol oyunları modasına dikkat edelim; acaba bu “bedenin” ve oyunun sırf “kültürle ilgili” olduğu için “ciddi” olan bir evrene geri dönüşünü mü anlatmaktadır? Mizahın, ücretsiz hizmetlerin ve eğlencenin müzelere tekrar kazandırılması eserleri korumada güvenlik kameralarından daha etkili olacak gibi görünmektedir (bu anlayış biraz da yeni müzecilik düşüncesinin tezidir).

⁶ Travel kelimesinin kökeni Fransız dilinde çalışmak anlamını taşıyan travailler fiilidir. (Ç.N.)

Calismanin bu kısmi diğer iki çelişkiyle deginilerek tamamlanacaktır. Bir yandan turizm, özellikle de kültür turizmini estetik dönüşümün metaforu olarak tanımlayabiliriz. Örneğin; Mallarmé veya Baudelaire'in şiirsel çalışmalarını incelediğimizde dilden kaynaklanan bir büyülenme etkisi yaşarız. Çelişkili biçimde bu büyülenme önce tekil anlamın kaybı ve devamında duygu yaratan yeni seslerin büyüüne bağlı bir anlaşılmazlıktan doğar. Duyguların oluşumunu anlamda aramamak gerekir. Ancak, anlamsızlık duygusunda, tekil anlamın kaybında muhtelif ve yeni anlamlara yarayacak şekilde sıradan tekil anlamın yitirilmesi beklenmedik önerilere kapı açmaktadır. Bu deneyim seyahat dünyasına uygulandığında anlamsızlık düşüncesinin doğuşu, bir sitle, bir törenle, bir kültürle veya bir sanat eseriyle özdeşleşmiş olanların dışında yeni anlamların keşfi kültür amaçlı seyahati bir bilmezlik (cehalet) aygıtına dönüştürmektedir. Öte yandan, turizmin ikinci çelişkisi ise aynı anda kendini kaybetmeyi ve sürgit anlam arayışını ifade etmesidir: kendini daha iyi tanımak için kendini kaybetmek. Seyahat, bedeni bulunduğu yerden kaldırmadan yer değiştirmeyi çağrıştıran bu durumlara yol açmaktadır. Bu bir bakıma yükseklik korkusu deneyimine benziyor, zira yükseklik korkusunda nesne hareket etmeden yer değiştiriliyormuş hissine kapılmak söz konusudur.

Seyahat, hareketsizliğin ve öze dönüşün uç noktasını oluşturan bir biçimdir. Bir baska ifade ile bir mekanda kendimizi buluruz, ve eskiden orada olup olmadığımızı görmek için başka yerlere gideriz. Seyahatin tadı kişinin kendini sürekli yeniden bulmaktan duyduğu yoğun hazla ayırt edilebilir. Kişinin etrafındaki dünya ve şeyler değiştikçe kişi gerçeklik içinde varlığını yeniden hissetmeye ve kendini nesnel biçimde fark etmeye yonelik. Güçlü bir iç yolculuğa yol açan (G. Bataille, 1970) bu seyahat deneyimi çoğunlukla gizemcilerde olduğu gibi asıl gerçeğin aranması şeklinde yaşanır. Bir baska deyişle, sadece yer değiştirme ile tam bir varoluşa (sitlerin, eserlerin, uygarlıkların güzelliği karşısında duyulan estetik duygu) dönüşen bir yokluk (hareket) şeklinde yasanır.

KİŞİNİN KENDİSİ ÜZERİNE İÇSEL BİR YORUM: STENDHAL SENDROMU

Gaston Bachelard⁷ yaklaşımıyla gezginin hayalleri, gezinin ilk ve kurucu imgesel yapısı kendinden geçme şeklinde olur. Bunun anlamı, kişinin bilmediği

⁷ Fransız düşün adamı, şair, 1884-1962. (Ç.N.)

uzaklara ulaşarak ve dışındaki dünyayla bütünüleşerek kendinden kurtulmaya yönelmesidir. Kişinin içinde bulunduğu dünya dışındaki her yere karışmak ve kaybolmak söz konusudur. “Kültür” amaçlı seyahat, varoluşsal, eğitsel, dönüştürücü bir deneyimi akla getirmektedir. Bu, bir tür estetik yıldırım aşkı, iyileştirici bir şok, bir esinlenme gibi düşünülebilir; bir eserin önünde ancak büyüleyici biçimde kendimizi yenileyerek varolabiliriz. Çok yararlı olmasına rağmen gerçek bir kültürel demokratikleşmeyi sağlamanın zorluğunu bir miktar açıklayan bir çağrışım: hala eserle yalın bir temasın yeterli olduğu sanılıyor, eğitim düzeyine, düşünsel birikime, bilgi sahipliğine gerek duyulmuyor. Bu önerileri destekleyen pek tanınmış bir vaka vardır. Floransa’daki sanat eserlerinin güzelliği önünde ortaya çıkan fiziksel bir hastalığı tanımlayan Stendhal vakası (Chouchena, 1995). Stendhal sendromu, Graziella Magherini (1990) adlı bir psikiyatrin yaptığı gözlemlerden doğmuştur. Magherini; baş dönmesi ve huzursuzluk yaşayan ve mecalesiz, gözyaşları içinde acil sağlık hizmeti almak ve hatta doktor gözetimi altında tutulmak zorunda kalan yabancı turistleri incelemiştir. Doktorun tezi şudur; bu ani ve çarpıcı davranış sorununun temelinde bir sanat kentinde seyahat etmek yatmaktadır. G. Magherini, “Stendhal sendromu” ifadesini yazar Stendhal’in⁸ “Roma, Napoli ve Floransa” (1817), “Roma’da Gezintiler” (1829), ve “Bir Turistin Hatıraları” (1838) adlı seyahatnamelerinde tanımladığı duygulardan yola çıkarak üretmiştir. Bu eserlerde Stendhal, seyahatin kendisinde tahrik ettiği bir dizi psişik dürtülerden bahsetmektedir. “Roma, Napoli ve Floransa” adlı eserinin bir sayfasında yazar Aziz Croce Kilisesi’ne yaptığı ziyaret ile bu kilisede geçirdiği kriz nöbetini ilişkilendirmektedir. Mekanda yaşadığı kriz nedeniyle yazar kiliseden çıkmak zorunda kalmış ve yaşadığı bunca yoğun estetik duygulardan sonra dışarıda kendine gelmeye çalışmıştır.

Magherini’ye göre (1990), sanat eseriyle buluşmanın yol açtığı şokun psikopatolojik boyutları hem mecazi hem de gerçek anlamda yer değiştirmekte olan yabancı turistlerde daha belirgindir. Söz konusu sağlık sorununu yaşayanların pek azı İtalyan olduğu için Magherini Stendhal sendromunun belirleyici etkeninin seyahat olduğunu düşünmüştür. Bu deneyim düşük veya yüksek yoğunluklu olarak başka coğrafyalarda başka ziyaretçiler tarafından da yaşanmıştır. Bu deneyim, estetik ve turistik bilinç altında çoğunlukla hüsrarla sonuçlanan ama daima gizli kalan beklentiler

⁸ Asıl adı Henri-Marie BEYLE olan ve 1783-1842 arasında yaşamış Fransız yazar (Ç.N.)

şeklinde varlığını sürdürmektedir. Bu sendroma yaklaşanlar içinde küçük kardeşiyle Yunanistan'a yaptığı seyahatten oldukça etkilenen Freud'un vakasından özellikle bahsetmek gerekmektedir (Freud, 1933). Freud, 1919'da Almanca "Das Unheimliche" başlığıyla yayımlanan ünlü makalesinde seyahat deneyiminin yol açtığı "endişe verici yabancılaşma duygusunu" incelemiştir. Bu yabancılaşma, her ortaya çıkışında düşsellikle gerçeklik arasındaki sınırları ortadan kaldırmaktadır. Bu tür bir yabancılaşma duygusu tam da Winnicott'un (1975) tanımladığı geçişsel mekanı (ya da potansiyel mekan) işaret etmektedir. İşte, sanat eseriyle ya da estetik objeyle ilişki bu mekanda kurulmaktadır.

BİR BAĞLANTI KURMA DENEYİMİ OLARAK TURİZM

Turizm ve seyahat evreni, geçişle ilgili bir alan ve obje olarak tanımlanabilir. Winnicott (1975) ise bağlantı kurucu objenin kültürel objenin bir modeli olduğunu öne sürmektedir. Bağlantı kurmayla ilgili olaylar ise yetişkinin yaşamını karakterize eden pek çok etkinliğin – sanat, din, serbest zaman vb.- bir öncül biçimi olarak düşünülmektedir. Böylece, devşirilen potansiyel alan aşamalı olarak oyun alanına –veya illüzyon ortamına- dönüşmekte ve devamında kültürel mekan oluşmaktadır. Winnicott yaklaşımında, gerçeğin kabulü bitmeyen bir ödev veya görevdir (Pingaud, 1977). Bu anlayışta görev bağlantı kurucu faaliyetler hayatımız boyunca sürecektir. Haccın vereceği esenlik kutsal mekanın kendisinden önce kat edilmesi gereken mesafenin tamamlanmasından gelmektedir. Tatilde ise esenlik, sadece basit bir tatil yapıyor olma duygusunu yenmek için yerine konulan sanattan gelmektedir. Sanat ile tatilin kişide yol açtığı hiç bir şey yapmaktan kaynaklanan boşluk ve suçluluk duygusu bastırılmaktadır. Tatilci, doğada görüldüğü üzere boşluktan, ataletten çok korkar. (Çocuklara tatilde ödev yaptırma baskısının altında da bu boşluktan korkma duygusu vardır). Ekonomik biçimde faydalı bir şeyin öğrenildiğini bir kenara koyarsak, tatilde bireyin hiçbir şey öğrenmediğinden emin olabilir miyiz? Tüm veriler, bize tatil sırasında bu işsizlik zamanlarında çok işe yarayacağı kesin olan üretken teknikler yerine kendimiz, öteki, (Levinas, 1986) ve tüm varlıklar (Maffesoli, 1997) hakkında bir şeyler öğrendiğimizi düşündürüyor. Tatiller, bir şey yapmayı bilmekten çok (üretime dönük beceri) var olmayı bilmekle ilişkilidir. Konuyu açmak için seyahat geleneklerine göz atmak gerekir. Seyahat gelenekleri iki büyük döneme ayrılmaktadır; modern turizmi

doğuran aristokratik geziler ve hac. Aristokratik gezilerde, 18. yüzyılda genç İngiliz soylularının yaptığı Büyük Tur (Grand Tour) başlangıçta eğitsel bir yön taşıırken zamanla meslektaşlar veya aynı statüyü paylaşanlar arasında tanışma ortamına dönüşmüştür. “Dünya”yı tanımak için geziliyor ve böylece çeşitli dersler alınıyor ve prenslerin toplantılarına katılım sağlanıyordu. Bu seçkin tutumun bazı turizm merkezlerinde hala devam ettiğini görüyoruz. İngiliz soylusu, kesin ve didaktik bir içeriği öğrenmiyordu bu gezilerde. Ancak, bu geziler aracılığıyla bir centilmen hayatına gayr-i resmi bir geçiş yapıyordu. Hac olayında ise, vurgu kişiler ve gruplar arası etkileşime yapılırdı. Hacda gruplar eşitlikçi bir düzende yaşıyorlar sosyal statüleri arka plana atıyorlardı. Hacda, kastlara bölünmüş küresel toplumdan daha eşitlikçi bir ortak yaşam deneyimi söz konusu idi. Bu dayanışma ve eşitlik imgesi günümüzde bazı turizm biçimlerinde (sosyal turizm, birlik, dernek gibi grupların turizm etkinlikleri) görülmektedir. Bu turizm türlerinde toplumsal paylaşım duygusu da korunmaktadır.

Pek çok boyut açısından turizm modern bir törensel yer değiştirme yöntemine benzemektedir. Turist bu törensel yer değişimde bir sosyal ilişkiden diğerine sembolik geçişler yapmaktadır. Bazıları kenti terk ediyor, sıcak topluluk ilişkilerinin ve genelde gizemci bir anaçlığın bulunduğu yer olan köye (Tonnie’den etkilenen V. Turner’a (1967, 1973) göre *societas* (toplum)’dan *communitas*’a (topluluk) gitmek için bir yarış yaşıyor. Bazıları ise tam ters yönü tercih ediyor ve kitleye karşı yalnız başına “romantizm” yaşamak için Venedik, Katmandu veya Newyork’un post-modern varoşlarının yollarına düşüyorlar. O halde bu seyahat bir arayıştır ve öğrenmeyi hedefleyen törensel bir davranıştır (cinselliği öğrenme, felsefeyi, dini vb. öğrenme) (MacCannell, 1973). Törensel yer değiştirme aynı zamanda bir sosyalleşme formundan diğerine, bir statüden ötekine atlayarak “tatil zamanını” geçirmeyi içermektedir.

Bir törensel yer değiştirme sırasında köyünden uzaklaşmış yetişkinler alışkanlıklarını bir kenara bırakırlar; buna ters yönlü yer değiştirme de denebilir. Bu tür ters yönlü törensel yer değiştirmeler turizmde bulunur; tatile çıkan yapageldiği alışkanlıkların dışında hareket etme eğilimi gösterecektir. Kol gücüyle çalışan işçi tatilde okuyacak, düşün işçileri el işleri yapacaklardır. Yoksul olan tatilde zengin gibi davranacaktır, zengin de yoksul rolünü oynayacaktır. Aslında, turizmin çekicilik ve sosyalleştiricilik değerlerini oluşturan da bu sosyalleştirici ilişki formları içindeki yer

değiştirmeler ve sosyal aidiyetlerden oluşan bu karışım oyunudur. E. Morin (1965) ve Burgelin'e (1967) göre; tatillerin değerini üreten, değerlerin tatile çıkmasıdır.

Kaynakça

- Amirou R., 1988, "Sociability and Sociality", in MAFFESOLI M. (dir.), "Sociology of Everyday life", *Current Sociology*.
- Amirou R., 1994, "Le tourisme comme objet transitionnel", *Espace et société*, Actualités de Henri Lefebvre, No: 76, pp. 149-165.
- Amirou R., 1995, *Imaginaire touristique et sociabilités de voyage*, Paris, PUF.
- Bachelard G., 1984, *La poétique de l'espace*, Paris, PUF.
- Bataille G., 1970, *Oeuvres complètes*, tome 1 : Premiers crits 1922-1940 , Paris, Gallimard.
- Bozonnet J.-P., 1979, "La montagne initiatique", in Maffesoli M., Freund J., Bozonnet J.-P., Samivel, Belotto B., (essais), *Espaces et imaginaire*, Grenoble, PUG.
- Burgelin O., 1967, "Le tourisme jugé" in *Communications*, n 10, Seuil, pp. 65-96.
- Chouchena O., 1995, "Les voyages forment la jeunesse", in "Vivent les vacances ? Paris, ESF, 151 p., pp. 39-50.
- Corbin A., 1988, *Le territoire du vide. L'Occident et le désir du rivage 1750-1840*, Paris, Aubier, Collection historique.
- Corbin A., 1995, *L'avenement des loisirs 1850-1960*, Paris, Aubier.
- Durand G., 1964, *L'imagination symbolique*, Paris, PUF, coll. Quadrige.
- Dupront A., 1987, *Du sacré*, Paris, Gallimard.
- Fischer H., 1981, *L'Histoire de l'art est terminée*, France, Balland.
- Freud S., 1967 (1936), "Un trouble de mémoire sur l'acropole. Lettre a Romain Roland", *L'Ephemere*, no:2.
- Freud S., 1978 (1919, 1933), "L'inquiétante étrangeté", *Essais de psychanalyse appliquée*, Paris Gallimard, coll. Idées.
- Gritti J., 1967, « Les contenus culturels du guide bleu », *Communications*, n 10, Paris, Seuil, pp.51-64.
- Jouve P.-J., (1947), *La Scène capitale*, Paris, Gallimard, red.

- Levinas E., 1986, *De l'existence a l'existant*, Paris, Vrin.
- MacCannell D., 1973, "Staged authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Setting", *American Journal of Sociology*, Vol 79, No 3, pp. 589-603.
- Maffesoli M., 1981, *L'ombre de Dionysos*, Paris, Méridien.
- Maffesoli M., 1997, *Du nomadisme – vagabondages initiatiques*, Paris: le Livre de Poche.
- Magherini G., 1990, *Le syndrome de Stendhal, (du voyage dans les villes d'art)*, trad. F. Liffra, Usher.
- Morin E., 1965, "Une Culture de loisir" in *L'Esprit du temps*, Paris, Grasset.
- Piaget J., 1963, *La naissance de l'intelligence chez l'enfant*, Neuchatel, Delachaux-Niestlé.
- Pingaud B., 1977, "Une tâche sans fin", *Revue l'ARC*, p.174.
- Reau L., 1994, (1959)*Histoire du vandalisme, les monuments détruits de l'art français*, Paris, Laffont.
- Stevenson R.L., 1980 (1851), *:Dans les mers du sud*, Paris, PUF.
- Turner V., 1967, *The forest of symbols*, Ithaca, Cornell University Pres.
- Turner V., 1973, "The center Out of There: Pilgrim's Goal", *History of Religion*, No: 12.
- Turner V., 1973, *The ritual process: structure and anti-structure*, Chicago, Adline.
- Winnicott D.W., 1975, *Jeu et Réalité. L'espace potentiel*, Paris, Gallimard.

| | |
|--|--|
|  | <p>Prof. Dr. Rachid AMIROU Paris Sorbonne Üniversitesi'nde Sosyoloji dalında doktora yapmıştır. Sosyoloji konusunda öğretim üyesi olup uzmanlık alanları turizm ve sosyal psikolojidir. Fransa Ulusal Turizm Konseyi ve Fransa Devlet Planlama Kurumu SIRENE'nin eski üyesidir. Ayrıca UMR STEP (MTE, Espace, CNRS 6012 ve 5045) araştırma ekipleri üyesidir. Fransa'da yayınlanan turizm araştırma dergisi <u>ReTour</u> ortak yayın sorumlusudur. Sekiz Fransız Üniversitesi'nin turizm araştırmacılarının bağlı olduğu <u>R2IT</u> ekibin başkanıdır. Araştırma alanları; turistik davranışlar, kültürel ve turistik topluluklara ilişkin sosyoloji, kültürel miras, seyahat-hac-turizm ve imgesel boyutları, tatiller ve toplumsal değerleri, turizmde mahremiyet, özgünlük ve oyun konularıdır.</p> |
|  | <p>Aras. Gor. Zafer OTER Lise eğitimini, Muğla Anadolu Lisesi'nde; Lisans eğitimini, Dokuz Eylül Üniversitesi (DEU), İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümünde tamamladı. Yüksek Lisansını DEU, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalında "İç Turizmin Geliştirilmesinde Tesvik Seyahatlerinin Önemi" konusunda yaptı. Aynı kurumda halen doktora eğitimini sürdürmektedir. Ayrıca, Fransa'da Perpignan Üniversitesi'nde kültürel mirasın değerlendirilmesi ve el sanatlarının turistlere pazarlanması konusunda araştırmalarını sürdürmektedir. Çalışma alanları arasında; kültürel miras ve turizm, pazarlama bilgi sistemleri, tesvik seyahatleri ve turist rehberliği bulunmaktadır.</p> |

ATIF YAPMAK İÇİN BİLGİ:

AMIROU, Rachid, Zafer Oter. 2006. "Kültür Turizminin İmgesel Boyutları", (Fransızca'dan Türkçe'ye çeviri), SOİD Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, Yıl 3, Sayı 1, ss. 29-33.