



TURİZM SOSYOLOJİSİ

SOS1019U



KISA ÖZET

1-Turizm Sosyolojisinin Ortaya Çıkışı, Gelişimi ve Genel Çerçevesi

Turizm, toplumsal bir olgu olduğu için ekonomik boyutlarının yanı sıra toplumsal ve sosyolojik olmak üzere diğer boyutları da ele alınmalıdır. Turizm sosyolojisi en genel anlamda turizm kavramının sosyolojik bakış açısıyla incelenmesidir. Bu bölümde turizmin çıkış noktası olan toplumsal boyut ele alınmıştır. Turizm sektörü hizmet sektörü içerisinde yer almaktadır.

Turizm sektöründen üretilen ekonomik katma değer iki faktörle belirlenir:

- **Hizmet (service)** : üretimden tüketim sürecine kadar olan faktörleri etkiler
- **İnsan ilişkileri** : dolaylı veya doğrudan bütün faktörleri etkilemektedir.
-

Turizm sektöründe hizmeti üretenler (sektör çalışanları) ve tüketenler (turistler) arasında toplumsal bir ilişki vardır. Turizmden elde edilen gelirler üretilen hizmetin kalitesine, üretilen hizmet kalitesi de sektör çalışanları ve turistler arasındaki ilişkiye bağlıdır. Turizm tüm dünyada turistlerin talep ve beklentilerinden dolayı değişime uğramıştır.

Turizm için temel faktörler:

- **Doğa** : doğal çevrenin korunması turizm sürdürülebilirliği için gündemdedir.
- Tarih
- Çevre
- Kültür ve sanat

Turistik amaçlı yolculuklar küresel bir fenomen haline gelmiş ve turizm sektörü küresel hizmet sektörü durumu kazanmıştır.

Turizm Olgusunun Anlamsal Çerçevesi

En genel anlamda turizm, insanların belirli zamanlarda gerçekleştirdikleri en kapsamlı yer değiştirmedir. Turizm ticari ve sosyal alış veriş şeklidir.

Turizm ekonomik açıdan yararlı olabileceği gibi

- Çalışanlara düşük ücret verilmesi
- Uzun ve zor çalışma koşulları gibi olumsuz yönleri de olabilir.

Turizm gelişmekte olan ülkelerin ekonomisine, istihdam olanakları yarattığı için katkı sağlamak için oldukça önemli yöntemlerden biridir.

Turizmin oldukça büyük bir sektör olduğu petrol ve otomobil endüstrisinden sonra üçüncü en büyük endüstri olmasından anlaşılabilir. 1994 yılında dünya iş gücünün %94'ü turizm sektöründe çalışmaktaydı ve 528 milyon turist bu endüstrinin içindeydi.

Turizm üretim, tüketim ve pazarlama gibi alt dallara sahip oldukça geniş bir ekonomik sektördür.

Turizmin bir diğer tanımı insanların (özellikle modern dönem insanların) normal iş ve yaşam alanları dışına geçici olarak seyahat etmeleri ve bu seyahat sırasındaki konaklama ve diğer tüm faaliyetlerdir.

Seyahat turizmin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Kavramsal açıdan bakılınca konaklama turizm kavramında seyahatten daha önemlidir.

Genel kapsamda turizm seyahate ek olarak sağlık ve iş amacıyla yapılan gezileri de kapsar.

- Üretici : turistik işletme sahipleri ve yöneticileri, hizmet veren tüm çalışanlar
- Tüketici : yerli ve yabancı turistler

Bireysel düzeyde turizm : birbirini tanımayan insanların karşı karşıya gelmesi ve etkileşmesi

Grup düzeyinde turizm : dış turizmde iki farklı insan, ulus ve kültürün bir araya gelip teması geçmesi Sağlıklı bir turizm için sağlıklı ekonomik alışverişler gereklidir.

Turizm kavramı üzerine araştırmalar 19. Yüzyıla kadar dayanmaktadır. Tarihsel süreçte turizmin oluşmasında Alman etkisi vardır. Kavram ilk olarak Almandada 1905 yılında E. Guyer-Freuler tarafından, ticaret, endüstri ve küçük sanatların geliştirilmesi ve toplumların kaynaşması sonucu artan dinlenme, değişiklik ihtiyacı ve tabiatın keyif alma şeklinde yapılmıştır.

Turizm gerçekleştirilme amaçları açısından incelendiğinde:

- **Rekreasyon el Turizm:** turizmin %80'ini oluşturmaktadır, sözcüğün anlamı yeniden yaratmadır.
- Bilimsel Turizm
- İç Turizm
- Sağlık Turizmi
- Din Turizmi olarak ayrılmıştır.
-

Tarihsel Süreçte Turizm Olgusunun Gelişimi

Turizm II. Dünya Savaşından sonra yaygınlaşmıştır. Turizmin gelişmesi gelir ve refah seviyesindeki artışla ilgilidir. Türkiye de bu süreçte yerini alarak tercih edilen tatil rotalarından biri haline gelmiştir.

Turizm olgusu ve kavramsallaştırılması 19. Yüzyılda İngiltere'de ortaya çıkmıştır. Daha sonra kitle turizmi, hafta sonu tatilleri ve ücretli yıllık izin kavramları belirlemiştir. Turizm tarihinin temsilcileri:

- Herodot
- Pausainas

- Xenophon
- Machivelli
- Brunetto Latini
- Petrargue Fortunant
- Francis Bacon (1626 yılında yazılmış “Yolculuk” kitabı)

Modern anlamda turizm olimpiyat oyunları ile Eski Yunan’da ortaya çıkmıştır. Romalıların ilk turistler olduğuna dair kaynaklar vardır. Orta Çağın ilk yarısında dini turizm yaygınlaşmaya başlamıştır. 17. ve 18. Yüzyıllarda Grand Tour adı verilen seyahatler asiler tarafından gerçekleştirilmiştir. Bugünkü anlamda turizm 19 ve 20. Yüzyıllarda ortaya çıkmıştır.

Modern turizmin ortaya çıktığı olgular:

- Sanayileşmenin verimlilik sağlaması
 - Satın alma gücünün artması
 - Tatil için ayrılan sürenin artması
 - Teknik imkanların artması
 - İsteğin artması
 - Doğal çevre, toplumsal yaşam, özel yaşam gibi konularda dengelerin bozulması
 - Turizmin problemler karşısında tatmin edici psikolojik çözüm üretmesi

Turizm Sosyolojisi

1930larda turizmin kitleleşmesi ile Almanya’da ortaya çıkmıştır. Turizm sosyolojisi turizm davranışını, toplumsal etkilerini ve yerel halk üzerindeki etkilerini inceler. Dünya Turizm Örgütü 1980 yılında turizmi sosyal bir olgu olarak kabul etmiştir. Turizm sosyolojisini turizmin insan ilişkileri boyutunu incelemektedir.

Turizm sosyolojisi öncelikle seyahat, konaklama ve bunlarla ilgili sorunları ve çözüm yollarını içeren ve turizmin arz yönünü oluşturan boyutunu inceler. Daha sonra da turizmin talep boyutu olan turizm ürününün pazarlanması, sunulan servislerden müşteri memnuniyeti, müşteri davranışları, turizm organizasyonları gibi konuları inceler.

Ücretli İzinler

Kitle turizminin gelişimi ve turizmin sosyal bir olgu olarak kabul edilmesi, işçi sınıfının ücretli izin hakkı kazanması ve kendilerine boş zaman yaratması ile turizm faaliyetleri artmıştır.

Boş Zaman

Çalışma zamanlarındaki düzenlemelerle insanların boş zamanları artmıştır. Boş zamanın kapsamı:

- Sıkıcı zaman : ulaşım ve bürokratik işler

- Sıkıcı işler : bahçe, mutfak işleri
- Sağlık için harcanan zaman
- Kişisel ve kültürel işlerle harcanan zaman
- Politik ve sendika işlerine harcanan zaman
- Tatil ve rekreasyona harcanan zaman

Tatil ve rekreasyona harcanan zamanın artması ile turizm için daha fazla zaman ayrılmıştır.

Turistik Davranışın Kökeni

Turistik davranışın anlaşılması için “güdüler hiyerarşisine” ihtiyaç vardır. Tatil ve turizm bu hiyerarşinin en tepesindedir.

Güdüler, ihtiyaçlar hiyerarşisi beş durumda tanımlanabilir:

- Ekonomik ihtiyaçlar (hayatta kalabilme)
- Sosyal ağ ilişkileri
- Sosyal başarı
- Bireyselliğin gelişmesi
- Turistik davranışlar
-

Turizmin Değerler Sistemi Boyutu

Turizmin toplumsal değişme boyutu, davranış değişikliği sağlamakla olur. **Turizmle birlikte değişen değerler:**

- Yaşam biçimi
- Doğal çevreye artan duyarlılık
- Sağlık problemleri ve fiziksel dengenin öncelikli hale gelmesi
- Para harcama eğiliminin değişmesi
- İnsanların duygusal heyecanlara duyarlı hale gelmesi
- Dinselliğin değişmesi

Turizmin sosyal etkileri:

- Yerel halka etkileşime girerek ve ilişkileri yerel bireysellikler, yerel toplumun yaşam nitelikleri değer sistemleri, emek boyutları, aile ilişkileri, tutumları, davranış örüntüleri, aynileri ve yaratıcı ifadeleri değişir.

Turist yerel halk karşılaşmasının gerçekleştiği yerler:

- Turistin yerel halktan hizmet satın aldığı yerler
- Aynı anda tesadüfen karşılaşılacak yerler
- Bilgi ve düşünce paylaşımında bulunulan yerler

Bu Özetin tamamını,Çıkmış Sorularını,Deneme Sorularını adresinize gönderiyoruz!...

Tıklayınız



<https://www.kolaysinavlar.com/turizm-sosyolojisi-sos109u?search=sos109u>