

Etkinlikler - Voyvoda Caddesi Toplantıları 2003-2004

İstanbul'da Turizm Çabaları: Eğlence Kültürü

Zafer Toprak

Ecanib sınaatı, turizm endüstrisinin Osmanlıcası. "Ecanib" ecnebinin, yani "yabana"nın çoğulu; "sınaat" ise bugünkü "sanayi"yi karşılıyor. Terim Osmanlıcada varsa da Osmanlı'da turizm endüstrisinden söz etmek pek gerçekçi değil. Bu tür bir sektör Batı'da bile II. Dünya Savaşı ertesi gündeme gelmiş. Seyyah ile turist arasında bir fark olsa gerek. Seyyah, durağan toplumlarda dolaşan kişi. Turist ise kitleselliği çağırıyor. Turizm sayısal bir olgu. Kitlesel katılım olmaksızın turizm gerçekleşmiyor.

Seyahat etmek boş zamanla orantılı bir uğraş. Batı'nın çalışma düzeninde iş gününün, yıllık iş süresinin, yıllık ücretli izinin belirlenmesi ve bunların toplu iş sözleşmelerinde yer almasına kadar, geniş kitlelerin seyahat edecek zamanı yok. Hafta sonu tatili bile Cumhuriyet mevzuatının gündeme getirdiği bir hak.

Belirli bir gelir düzeyine gelmedikçe başlangıçta "pahalı" bir uğraş olan seyahata özenilemiyor. Avrupa'da çalışan kesime ücretli yıllık izin seyahat imkânı tanıyor. Uzun süre seyahat ya da turizm "mutlu azınlık" diye nitelediğimiz varlıklı bir kesimin ilgi alanını oluşturuyor. Avrupa'yı Orient Express'le bir baştan diğer başa şimendiferle kat etmek ya da okyanusları transatlantiklerle aşmak her babayığitin harcı değil. İşte II. Dünya Savaşı ertesi turizm demokratikleşme sürecine giriyor. Geniş kitlelerin tüketim örentüsüne seyahat dahil oluyor. Yılda 20-30 günlük ücretli izin ve artan gelir düzeyi ücretle çalışan ya da işçi konumundaki geniş bir kesime turizm olanağı sağlıyor. Sayfiyeler, plaj siteleri tatile gidenler için çekim noktaları oluşturuyor. Tatilin sınıfsal yapısı uzun bir süre devam ediyor. Yazın Cote-d'Azur gibi sahiller, kışın Alpler uzun süre seçkin kesimin tatil alanları olmayı koruyor. Ama sayıları sürekli artan tatil siteleri geniş bir kesime hizmet veriyor. Doğu Avrupa'da sosyalist düzenlerle birlikte işçiler için Karadeniz ve Adyatik kıyılarında sayfiyeler oluşturuluyor. Polonya'da tatile çıkıp otel ya da motellerde kalan nüfus 1960'ta 700.000'den 1972'de 2,8 milyona yükseliyor. Dar gelirli insanlar için otobüs seyahatleri ülke içinde ya da dış ülkelere seyahat olanağı sağlıyor. 1950'de ilk kez bir İngiliz girişimci uçak ve konaklama giderleri dahil package tour diye bilinen toplu turizmi başlatıyor; Horizon Holidays İngiliz turistleri Korsika, Sardinya ve İspanya'da, Akdeniz plajlarına sevk ederek büyük para kırıyor. Yine

1950'de her türlü hizmeti içeren ilk Club Mediterranee kuruluyor ve müşterilere egzotik sahillerde kurduğu tatil köylerinde güneş, kum, deniz ve seks sunuyor. Trans-Europe gibi hızlı trenler ve 1970'lerin Jumbo jetleri seyahati geniş bir kesime olanaklı kılıyor. Yaşadığı mekân dışında yıllık tatil, gelişmiş ülke yaşam türünün belirgin özelliğini oluşturuyor. Bu oran İsveç gibi ülkelerde nüfusun yüzde 84'üne ulaşıyor. İtalya 1976'da 38 milyon, İspanya 30 milyon turist çekiyor. Danimarka ise aynı yıl nüfusunun üç katı, yani 14,4 milyon ziyaretçiyi ağırıyor.

Osmanlı'da seyyah bol. Oryantalizm, sayısız seyyahı Osmanlı topraklarına çekiyor. Bugün sahaf müzayelerinde fiyatı alabildiğine yükselen seyahatnameler bu seyyahların ürünü. Zamanla Osmanlı, seyyahların Osmanlı topraklarında dolaşımını düzenleme gereği duyuyor. Hatta "Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında Nizamname" yayımlanarak "seyahat maksadıyla veya sair suretle memalik-i devlet-i âliyyeye gelenlere ücretle tercümanlık etmek isteyenler ile otel ve müsafirhane gibi sakin oldukları mahall müdürleri tarafından seyyahine tercümanlık etmek üzere irade olunan kimseler" belirleniyor.

Geleneksel seyyah giderek çağdaşlaşıyor. 19. yüzyılda Osmanlı'da "ecanib sınaatı" ya da turizm endüstrisi yeşermeye başlıyor. Kırım Savaşı ertesi İstanbul şenleniyor. 1863'te Sultanahmet meydanında açılan Sergi-i Umumi-i Osmani iç turizmin başlangıcı oluyor. Marmara'ya civar yörelerden sergiyi görmeye gelenlere o günün gazeteleri geniş yer veriyor. Anadolu demiryolu, İzmit ve yöresinden sergiye sürekli ziyaretçi taşıyor.

Turizm denince konaklama ve beslenme akla geliyor. Osmanlı'da otel ve lokanta reklamlarına 1860'lı yıllardan itibaren rastlıyoruz:

Ruzname-i Ceride-i Havadis 6 Ocak 1862 günlü sayısında şu reklama yer veriyor: "Beyoğlu'nda Galatasaray karşısında Yani Dimitri nam kimesne Osmanlıya mahsus et'ime-i nefise-i mütenevvia (değişik türde nefis yemekler) tabh ettirip takımları ve mahalli ve hizmetçileri olduğundan ve mahall-i merkumede yatak lokantası dahi olup üç yataklı ve iki ve bir yataklı kamaraların yorgan ve çarşafı gayet temiz bulunduğundan beytutet edecek (geceleyecek) olanların ehven suretle istirahat edeceklerini sahib-i lokanta taahhüd eder."

Önce şunu kaydedelim: Otel sözcüğü henüz kullanılmıyor. Kervansaray ve han türü gecelenen yerler Beyoğlu'nda "yatak lokantası" olarak anılıyor. Nitekim 1868'te yayımlanan ve İstanbul'un reklamları içeren ilk ticaret rehberi olan L'indicateur constantinopolitain: Guide commercial'de Fransızca "hotel" karşılığı "lokanta" olarak gösteriliyor. Reklamdaki "Osmanlıya mahsus et'ime-i nefise-i mütenevvia" ise "Osmanlı mutfağının nefis yemekleri" anlamına geliyor. 1868 kaynağında bu otelin adı Petersburg. Adresi: Grand'Rue 220, Pera. Dönemin

diğer ünlü otellerini sayalım: Luxemburg, Paris, Univers, Grande Bretagne, Bizans, Orient, Angleterre (İngiltere), Elysee Français, Grand Balcon, Peşte, Tobias. Grand Balcon ve Tobias Galata'ta, diğerleri Beyoğlu'nda. İstanbul kısa sürede turist merkezi olmuşa benziyor.

Otellerle ilgili mevzuat ise 27 Şubat 1310 (Mart 1895) tarihli "Dersaadet v Bilad-ı Selasede Bulunan Otel ve Misafirhaneler Hakkında Talimat". O tarihlerde oteller sıkı denetim altında tutuluyor:

"...otel ve misafirhane sahipleri kabul edecekleri adamların ne taraftan geldiklerini ve isim ve şöret ve san'at ve ticaretlerini ile tabiiyetlerini mübeyyin olmak üzere matbu cetvelli bir polis defteri tutacak ve bu defterde misafirlerin ne tarihte vürut ve odaları ne vakit isticar eyledikleri mukayyet ve musarrah olacak..."

İlk turizm reklamı yine Ruzname-i Ceride-i Havadis'te yer alıyor. Aşağıdaki reklam, gazetenin 21 Haziran 1863 tarihli nüshasından. Reklamı veren, Beyoğlu'nda kurulmuş olan Mösyö Misiri'nin "seyahat acentası". Şöyle diyor reklam:

"Dersaadet ahalisinden Avrupa'nın başlıca şehirlerini görmek isteyen zevat için suhulet ve az masrafla seyr ü seyahat etmek üzere Beyoğlu'nda Mösyö Misiri tarafından bervech-i âti bir şirket akd ve tesis olunmuştur.

Ol vechile azimet edecek olan zevat Dersaadet'ten Temmuz'un evâhaline doğru bahren azimetle Napoli şehrinde üç gün ikamet edecek ve şehri-i mezkurun etrafı ve temaşaya şayan bulunan mahalleri görülerek bâde Marsilya tarihiyle ve demiryoluyla Lion şehrinde geçilerek Paris'e gidilecektir. Paris şehrinde sekiz gün ikametden ve Versaille ve Saint Germain vesair seyir ve temaşaya şayeste olan mahalleri görüldükten sonra Londra'ya gidilecektir ve şehri-i mezkurde dahi kezalik sekiz gün kalındıktan ve görülmeye şayan mahalleri temaşa olunduktan sonra Belçika ve Almanya tarihiyle Viyana'ya gidilecektir. Viyana'da dahi beş gün ikamet olunarak Tuna tarihiyle Dersaadet'e avdet olunacaktır.

Mezkûr seyahat kırk iki gün zarfında ikmal edilerek bilcümle mesarifatıyla yalnız yetmiş beş Osmanlı lirasına olacaktır. Bu babda daha ziyade malumat almak murad olunur ise Beyoğlu'nda dörtüol ağzında İngiltere Hoteli sahibi mumaileyh Mösyö Misiri tarafına müracaat olunması lazım gelecektir.

Yövm-i hareket ve azimet yolcuların adedi teknil olduğu vakit karargir olarak ilan kılınacaktır. Mezkur yolcuların adedi 150 zevattan ibaret olacaktır. İşbu şirkete dahil olacak zevat, mumaileyh Mösyö Misiri'nin hanesine azimetle bu babda güçad kılınmış olan deftere vaz'-ı imza edeceklerdir. Seyahat mesarifi beher zat için bervech-i muharrer 75'er Osmanlı lirası olup yolcular hizmetkârlarını beraber almak murad eyledikleri halde mezkur hizmetkârlar için meblağ-ı mezburun nısıfı (yarısı) ita olunacaktır.

Seyahat edecek zevat demiryolun birinci mevki'lerinde bulunacakları misillu iskelelerden dahi her şehre azimette arabalar ile gidilerek bunların ücretleri dahi müessis-i mumaileyh Mösyö Misiri tarafından tediye kılınacaktır.

Gidilecek şehirlerde en baş hotellerde ikamet olunarak bunların mesarifatı dahi müessis hesabına olacaktır. Gidilecek şehirlerde müze ve saray ve resimhane ve tersane ve ebniye-i âliyenin seyir ve temaşası kumpanya tarafından muhassas olan ademler vasıtasıyla olarak mesarifatı kendi hesabına dahil olacaktır.

Elli kilogramdan ziyade ağır olan eşyanın mesarifi-i nakliyyesi sahibi tarafından tediye kılınacaktır. Avrupa lisanlarına aşına olmayan zevat için muhassas tercümanlar dahi bulunacaktır."

Görüldüğü gibi, seyahat acentesi, İngiltere Oteli sahibi Mösyö Misiri tarafından işletiliyor. 42 günlük Avrupa gezisinin bedeli 75 Osmanlı lirası. Hizmetçiler için ise bu bedelin yarısı. O günün koşullarına göre hiç de küçümsenecek bir ücret değil. Robert College'in yıllık yatılı ücreti o yıllarda 44 Osmanlı lirası. Niharişi ise 10 Osmanlı lirası. Seyahat etmenin üst gelir gruplarına özgü bir uğraş olduğu bariz. Bu ilanın en belirgin yönü Osmanlı'nın bugün package tour diye bilinen yöntemi daha o tarihlerde uygulamaya sokması. Günümüz seyahat acenteleri de farklı bir hizmet getirmiyorlar.

Türkiye'de de turizm endüstrisi ya da kitle turizmi büyük ölçüde 1950'li yıllarla birlikte gündeme geliyor. İstanbullu önce Adalar'ı, Caddebostan, Suadiye'yi; ardından Erdek'i, Ayvalık'ı; Kuşadası, Bodrum, Marmaris'i ve nihayet Antalya sahillerini keşfediyor. Cevat Şakir'in entel mavi yolculuğu Ege ve Akdeniz sahillerinin alışıldık bir dinlence biçimine dönüşüyor. Bu arada yurtdışı turizmi Alamancılarla birlikte geniş boyut kazanıyor.

Kısacası, turizm bugün yaşamın bir parçası. Ülke ekonomisinde turizmin yeri büyük. İnsanımızın tüketim örüntüsünde turizm önemli bir yer işgal ediyor. Turizm için bütçe ayrılıyor, bankalar kredi veriyor, oteller arası yıldız savaşları alabildiğine kızışıyor. Üç dört günlük tatil kentleri boşaltıyor. İnsanımız geçmişin göçebeliliğini anımsarcasına mekân değiştiriyor.