

Varolan biçimiyle 'Turizm', 'Turizm Planlaması' ve 'Plancılar'

Akın ATAÜZ*

PROLOG YA DA SAHNENİN ÖNÜNDE, PERDE AÇILMADAN ÖNCE

Kent plancıları 'turizm'le neden ilgilenir? Neden ilgilidirler 'turizm'le? Binlerce yanıt bulunabilir bu sorulara elbette ve binlerce yeni soru... Kent plancıları, bölge plancıları ve hattâ mimarlar, 'planlama' adına, turizm konusunda nelerle ilgileniyorlar? Öncelikle 'turizm potansiyeli' olan mevcut yerleşmelerle... Ama buralarda imar planı çerçevesinde yapılabilecek ilginç ve önemli değişiklikler, oldukça sınırlı. Belki, birkaç yerleşme için 'tarihi çevreyi korumak' amacıyla yapılan uygulama söz konusu olabilir bu durumda. Tarihi çevreyi korumak veya toplumsal ekolojik dengeyi (ya da durumu) içini boşaltarak yeniden kurmak... Otantik toplumsal ekolojinin oluşturduğu fiziki çevre dekorunda, o fiziki çevreyi oluşturan ilişkileri söktüp, bu 'dekor' üzerinde ona tamamen yabancı bir pazarlamanın ve 'show'un vitrinini oluşturmak... Yine de, plancılar için önemli olan alan, bu alan değil. Asıl önemli olan alan, 'turizm' amacıyla, turistik potansiyeli olan yerlerde yeni yerleşmeler planlamak. Mevcut yerleşmelere yeni yerleşmeler eklemek... Öyle ki, artık potansiyelli yörelerde bu gelişmenin dışında bir karşış boş toprak parçası kalmayınca kadar devam edebi-

lecek bir pazar elde etme yarışısı...

Evet, turizm için, 'insanların' tatil ve dinlenme ihtiyaçları için, böylesine güçlü bir potansiyel, böylesine güçlü bir talep varsa, bu durumda PLANCI ne yapabilir? Elbette yapabileceği tek şey, bu talep doğrultusunda, sahip oldukları planlama ideolojisine uygun en iyileri elde etmeğe çalışmaktır. Plancı etiğinin, ve elde etmeğe çalıştıkları toplumsal - grupsal - bireysel çıkarların, neyi gerektirdiğini algılıyorlarsa, plancılar, bunların gerçekleşmesini planlayacaklardır. Buna karşı ne denilebilir ki? İşte benim söylemek istediklerim de, tam bu noktada başlıyor: Acaba mesleki bir dergide, plancıların tartışmasına, 'akıntıya karşı' bir değinme sunulamaz mı? Yapılan 'turizm planlamasındaki' 'turizm' in ne tür bir toplumsal olgu olduğu irdelenemez mi? Plancılar bu olguyu ve onun yarattığı talebi fiilen, 'gerçeğin' dayattığı gibi kabul ederek, gerek özel gerek kamu ofislerinde planlar yapsalar da, yapılan planın içeriği üzerinde farklı düşünceler geliştiremezler mi? Öyle ki, bu düşünceler ve getirilen tartışmalar, kendini bütün gücü ile zorlayan talebin karşısında başka tür taleplerin de ortaya çıkmasına ve güçlenmesine yarasın. Öyle ki, 'gerçek' başka başka bir 'gerçeğe' dönüşene kadar, karşı akım, kendi tezlerini oluştursun ve geçerlilikleri doğrultusunda ikna edici (kamuoyunu, kamu çıkarlarını gözetme sorumluluğunda olanları ikna edici) bir güç kazansın.

Özetle, sahne önünde (belki de sahne dışında) yapılan bu konuşma, önümüze getirilen 'turizm talebinin gerektirdiklerini planlamak' problemine, onun içeriğini sorgulayarak bakmak amacını taşıyor. Daha doğrusu, böyle bir arayışın denemesini yapıyor.

* ODTÜ Şehir Planlama Bölümü 1968 mezunu. Aynı üniversitenin Bölge Planlama Bölümü'nü 1970 yılında bitirdi. Çeşitli özel ve kamu kuruluşlarında çalıştı. Halen Birleşmiş Milletler UNICEF Program Görevlisidir.

TURİZM SAHNESİ

Turizm dediğimizde yapılabilecek faaliyetleri, fiziki planlarını ilgilendirebilecek yönleriyle sınıflandırmaya çalışacak olursak, örneğin, kalınan/konaklanan yer açısından,

<p>otel - motel turizmi pansiyon akraba yanı turizmi vb.</p>	<p>mevcut yerleşmelerin turizm amaçlı değişmesi</p>
<p>yazlık ev (ve tatil köyü) turizmi kamp (kurum kampı) turizmi çadır turizmi (organize bir kampingde veya tek başına) yataklı tekerlekli araç turizmi (treylar vb.) tekne turizmi vb.</p>	<p>yeni yerlerin turistik kullanış amaçlarına açılması ve organize edilmesi</p>

türleri söz konusu olabilir.

Başka ölçütlere göre de, başka türlü sınıflamalar yapılabilir:

Ölçeğine göre: kitle turizmi - kitlesele olmayan tekil geziler gibi. Veya egemen olan toplumsal birime göre: aile turizmi - kurumlarda yer almayan bireylerin gezileri gibi. Veya amacına göre: spor turizmi, gözlem, özel merakları geliştirme turizmi, eğitim - kültür turizmi (tarihsel kalıntılara, festivallere, bilimsel konferanslara, bilimsel (veya değil) keşiflere, tanınmalara yönelik)

Sağlık - tedavi turizmi, serüven turizmi, dinlenme turizmi, vb. gibi.

Ya da turizmi gerçekleştiren yaş grubuna göre :

- . gençlik turizmi
- . yaşlılık turizmi

. vb. gibi sınıflamalar yapılabilir.

Bu sınıflama çabası, düşünülebilecek bütün ölçütleri ve bu ölçütlere göre bütün sınıfları bulmak amacı gütmüyor. Sadece, 'turizm' denildiğinde akla gelen ve dayattığı talebe göre mevcut ya da yeni açılan yerleşmelerde egemen olan ve oraların fiziki gelişmesini biçimlendiren,

aile birimlerinin,

kitleler halinde,

tatil *kullanmak* amacıyla (amaçsız)

gerçekleştirdikleri 'turizm' türünün, düşünülebilecek tek turizm türü olmadığı düşüncesini açmağa çalışıyor.

Turizm, bugünün dünyasında, (II. Dünya Savaşı ertesini) ve bugünün Türkiye'sinde (1960'lar ertesini) bir "orta sınıf" ve "üstü" davranışdır. 'Orta sınıf üstü' gruplar, yaygınlık ve yarattıkları dolaysız etki açısından, şimdilik, ihmal edilebilir. Oysa,

orta sınıf etkisi,

çok yaygın/etkin/ciddiyet alınmayı gerektirecek

boyutlardadır.

Orta sınıf turizmi, orta sınıfın tüketici olarak gösterdiği diğer davranış biçimlerinin ortak özelliklerini taşır. Onun bütün özelliklerini gösterir. Yani,

standartlaşmıştır,
gösterişçidir,

alışkanlıklar, yeni bir anlam aranmasına ve üretilmesine imkân vermeyecek kadar yerleşmiştir, yani, düşüncesizce yapılır ve, beğenisizdir.

Sonuç olarak, 'orta sınıf kitle turizmi', diğer tüketimler gibi bir tüketimdir ve yaratıcı, yapıcı, öğretici, serüvenci... öğeleri olmayan bir 'tatil kullanma' biçimidir.

Bu durum, 'turizm potansiyeli' olan yörelerin fiziki çevresinin biçimlenmesi (ya da tüketilmesi) açısından, turizm tüketicisinin bir mülkiyete sahip olup-olmaması ile değişmez. Her iki durumda da fiziki çevre ve yöresel toplumsal ilişki örüntüsü ve bireylerin özellikleri, *dışardan* bir müdahaleye uğramakta ve yeni gelenlerin (turizmin getirdiklerinin) kuşatması altına girmekte ve hızla teslim alınmakta ve yok edilmektedir.

Turizm, orta sınıf açısından, bir kullanım değeri olarak değil, tüketim değeri olarak anlam taşır. Turizm hizmetlerinin bütün biçimleri için, tüketim, yerine getirilmesi *zorunlu* bir *norm* haline dönüşmüştür. Orta sınıfa ait olmanın bir normu olduğu için tüketimi kaçınılmaz olarak gerektirir ama sağladığı yarar ya da ürettiği anlam üzerinde düşünülmez, tartılmaz, ölçülmez, hesaplanmaz ve en önemlisi, alışkanlıkları olabileceği algılanmaz. Bunun, Türkiye gibi ivmeli bir biçimde kent nüfusu artan ve yapı olarak toplumu değişen bir ülkede pek çok toplumsal-kültürel açıklamaları bulunabilir: Toplumun, bu hızlı değişme ve kentleşme temposu içinde zamanını daha yaratıcı bir biçimde kullanma alışkanlıklarını edinmemesi, bilgisi olmaması gibi veya alışkanlıkların (spor, meraklar, başka tür çalışmalar gibi) tanınmaması gibi nedenler söz konusu olabilir.

Genel olarak, orta sınıfların "tembellik etme hakkının" iyi bir kullanımını sergiledikleri, tatil zamanının kendisini yaratıcı bir biçimde kullanmak şöyle dursun, "asıl yaşam kipleri" için dinlenmek, fiziksel-ruhsal potansiyeli arttırmak amacı güttükleri bile söylenemez.

"Tatil Turizmi" belki daha yorucu,

belki daha kötü ve ağır koşullarda yaşamayı gerektirici, ve

belki daha fazla para harcamak ve daha çok yıpranmak demektir. Çevre değiştirmenin 'psikolojik etkisi' de kuşkuludur. Kiralanılabilen yerlere gidildiğinde, birkaç sinama-yanılmadan sonra, kiralanın mekan standartlaşmakta ve tekrarlanmağa başlamaktadır. Çalıştığı kurumun kamp imkânı ise, belki, bu birkaç sinama imkânını bile ortadan kaldırmaktadır. Kiralanın bir mekan yerine mülk edindiği bir mekana gidiyorsa, artık standartlaşmış tekrar, açıklanamayacak kadar açıktır. Çevre, konut, komşular, komşuluk ilişkileri ve hatta 'mevsim normallerine göre iklim' bile standart'tır. Daha da önemlisi, orta sınıfın aile birimi olarak yaptığı 'tatil turizmi', bu küçük birimin bütün psikolojik yüklerini de taşımaktadır. Değişmeyen, aile içi ilişkiler matrisi, değiştirilmiş bir tatil mekanına götürülmekte, ama bu, psikolojik bir farklılık getirmemektedir. Bunun daha da kötüsü, bir kurum kampına gidip, işyeri ilişkilerini de, bütün hiyerarşik ve otoriter yapısı ile taşınmış olmaktadır.

Orta sınıflar, zaten, genellikle, üretici bir yorulma içinde olmadıklarından, tatil turizmi ile, hak edilmiş bir dinlenmeye ulaşma beklentisi içinde değildirlir. Dolayısı ile, tatil turizmi, tüketicisi açısından (bilincinde olursa da, olunmasa da) gerçekte işlevsizdir: sosyolojik açıdan sadece norm kullanma, tüketim işlevi vardır. Psikolojik açıdan değişmeyen,

yenilenmeyen, yeniden yaratılmayan ilişkilerin taşınmasından ötürü de, bir yarar sağlamaz. Ayrıca orta sınıflar, tatil turizmine gittikleri yerde, tanımadıkları toplumsal ilişkilerle karşılaşma riskini azaltmak için, uluslararası veya ulusal ölçeklerde, kendi orta sınıf kurumlarını da taşırlar. Böylece, orta sınıf kitle turizminin istilasına uğrayan her yöreye, orta sınıfın toplumsal-ekonomik vs. kurumlarının fiziki olarak "transplantasyonu" gerçekleştirilir. Yerel kültürler yerine, orta sınıfın ekonomik ilişkileri, toplumsal normları, kültürel kurumları egemen olur.

ORTA SINIF KİTLE TURİZMİNİ TOPLUMSAL AÇIDAN BİRAZ DAHA İRDELEYELİM.

Turizm de, aynı televizyon gibi, kitle kültürü yaratmanın etkin araçlarından biridir. Bütün YEREL KÜLTÜRLERİ YOK EDER, siler, Onları homojenize eder ve standartlaştırır.

Mallinezya'nın, kendilerine özgü ve çok renkli bir kültüre sahip olmaktan başka bir kusuru olmayan halkının bugün, turistlerin gözleyeceği/izleyeceği cansız kuklalara/oyunculara dönüşmüş olması, danslarını artık kutsal ruhlar değil, kutsal dolarlar için yapar hale gelmeleri, el ürünlerini bile gerçeğin silik bir kopyası olarak turistler için üretiyor olmaları, belki bir tek 'turizmin' etkisiyle açıklanamaz. Ama, turizmin de bu doğrultudaki "katkısı" için, çarpıcı bir örnek olduğu düşünülebilir.

Yerel toplum, artık içsel dinamiğini kaybetmiş, kendi içsel faktörlerinin etkileşiminden kaynaklanan bir değişim yerine, dışa bağlanmış ve yeni özgünlükler yaratamamış ve sonuç olarak, maskeler gibi yaşayan, kendi kendisinin gölgesi haline getirilmiş bir duruma indirgenmiştir, böyle bir durumda. Özgün kültür erimiş ve kitle kültürü de varolanın tekrarından öte bir anlam yaratamamıştır. Bu, insanoğlunun zenginliğinin azaltılması, yok edilmesi, en azından indirgenmesidir. Antropolojik-tarihsel kökleri olan yerel bir toplumsal özellik, turizm'in de etkisiyle kurutulmaktadır. Aynı fenomene, bir başka perspektiften bakılınca, buna 'gelişme' de denilebileceğini tartışmaya gerek yoktur sanırım.

Özetle, 'GELİŞME', kapalı bir sistem içinde korunmuş olan özgün toplumsal niteliklerin, kısa sürede ve çok yoğun 'sistem dışı' ögeyi absorbe edemez hale gelmesi ve onların istilası altında kalması anlamını da taşıyabilir. Bu tür 'gelişme' genellikle 'kitle turizmi'nin sağladığı bir 'gelişmedir'. Oysa, yerel kültür, absorbe edebileceği ve özgün niteliklerinin yarattığı iç dinamiklerin de harekete geçebileceği, ve dış etkilerle birlikte etkin olabileceği düzeyde bir 'turizm'e açılmış olsaydı; böylesine yıkıcı, çöllerleştirici, standart bir sonuç doğmayabilirdi. Diğer bir deyişle, turizm, kitleselleşmediği ve 'tüketim akımlarının' lokal zorlamalarıyla istila edici olmadığı ölçüde, olumlu niteliklere sahip olabilecektir.

Turist, gittiği yerin, doğanın veya yerel toplumun içinde erimelidir. Turist kitlesi, yerel topluluğun ilişkilerini veya doğanın dengelerini öğrenebilecek, ona uyum gösterebilecek bir yapıda olmalıdır ki gittiği yeri bozmayan, dejeneretmeyen, ama alış-verişte bulunan bir iki yönlü süreç yaşasın. Oysa 'kitle turizmi', bilinçsiz (belki de bilinçli) bir yaklaşımla, adeta MİSYONER RUHU ile, standart kültürün

taşınması ve egemen olması işlevini üstlenmektedir.

'Orta sınıf kitle turizmi'nin dışında kalan daha yoksul gruplar ne yapıyorlar? Onlar tatillerini, genellikle, bir "dinlenme mitosuna" bağlı tüketim normları doğrultusunda değerlendirmiyorlar. 'Turizm'le karşılaştırılabilecek bir işlev için tatillerini kullandıklarında, kendi kırsal alanlarında, doğa ve yerel toplumla ilişkilerini sürdürmekte yani, üretime katılmakta, kendi kültürünü yaşatan insanlarla ilişkiyi sürdürmekte, pekiştirmektedir. Bu ilişki türü için, çok "idealize edilmiş bir şema" sunuyor olabilirim. Ama, altı çizilmek istenen düşünce, tahrip edici değil, yapıcı (aynı zamanda kuşkusuz 'değiştirici' de...) bir tatil kullanma biçiminin bulunabileceğidir.

EKONOMİK ETKİLERİ - SONUÇLARI BAKIMINDAN KİTLE TURİZMİ

Birey açısından baktığımızda, 'turizm'in pahalı bir tüketim biçimi olduğunu söylemek bile gerekmiyor. Ama bu pahalılık, sadece bireyin yer değiştirme maliyeti, konaklama maliyeti, espadrillerden - güneş gözlüğüne, şişme hotlardan - yüzme paletlerine kadar kullanılması gerekli "turistik üniforması aksesuarı" maliyeti ve abartılması zorunlu olan yeme - içme maliyetinden doğmuyor. Orta sınıf kitle turizminin, daha önce belirtildiği gibi, bir 'getirisi', olmamasından doğuyor.

Kuşkusuz, ekonomik açıdan bakıldığında, asıl önemli olan bireysel açıdan maliyet değil, ülkesel açıdan maliyettir: Turizm, sezonun uzunluğuna, yıl içinde dağılımına bağlı olarak, gerek bölgesel, gerek yöresel altyapıya dengeli olmayan bir talep yaratır. Kaynakların, kullanımında ya aşırı yüklenme veya atıl kalma gibi sorunlar olan bir fiziki altyapıya ayrılmasını gerektirir: ülkesel altyapı - karayolu, liman, hava alanı - veya turistik kentler altyapısı - su şebekeleri, kanalizasyon şebekesi, yol, park ve diğer beledi hizmetler, talebin tepe noktasına göre hesaplanıp, sezon dışı atıl kapasite mi göze alınacaktır yoksa; ortalamaya göre hesaplanıp, sezondaki kalabalıklaşma maliyetlerine mi katlanılacaktır? (Ayrıca turizm mevsimi, özellikle kamu servislerinin/politikalarının üretimini durma mevsimi de olduğundan, başka tür bir 'atıl kapasite' daha ortaya çıkmaktadır.)

Yaratılan diğer bir maliyet de, çevre ekonomisi açısından ele alınabilir: Bir yandan doğal çevre kirletilir ve yok edilir, turistik konaklama tesisleri için ormanlar yerleşmeye açılır, el değmedik koyular plastik torba-PVC şişe örtüsü altında boğulurken, ekolojik denge, denizlerde, tatlı sularda ve karalarda, kendisini yeniden üretemeyecek bir biçimde bozulmaktadır. Beri taraftan, insan yapısı çevrelerde, 'tüketimdeki gözdeliği' oranında, yoğunlaşma disekonomileri ortaya çıkmakta, kalabalıklaşma maliyetleri doğmaktadır. Ayrıca, yerel doku, insan yapısı fiziki çevre beşeri ekolojik dengesini kaybetmekte, zengin renkleri ve özellikleri düzeltilmekte ve kaybolmaktadır. Motorlu kara ve deniz araçlarının trafiği de, kendi hızının ve tasarısının geometrisini, doğanın ve yerel yerleşme tarihinin dokusu üzerine giydirmektedir.

'Yöre ekonomisi' açısından 'kitle turizmi'nin yarattığı yeni imkanlar da vardır kuşkusuz: Yerel esnafın para kazanma şansı artar, pazarı genişler, yani: Otel - motel - lokanta -

kahve - pastane işleten *establi*, *berziler*, ayakkabıcılar, (sandaletçiler) tekne yapanlar, *tiyatrolar*, vb. yeni bir potansiyele kavuşur. Yerel halk da, *herin* *ölümlü* olarak yukarıdaki gelişmeden ötürü, hem de *gündelik* yaşamlarının yanı sıra yaptıkları pansiyonculuk, el işleri vb. den ötürü, doğrudan, yeni kazanımlar elde eder. Küçük tarımsal üretim pazar bulur, istihdam — özellikle servis sektöründe — gelişir vb. Ancak asıl şanslı kesim, gelişmenin ortaya çıkardığı *spekülasyon*'dan yararlanabilenlerdir. Yerleşme içi taşınmaz mülk fiyatları yanı sıra, çevredeki bağ - bahçe - tarla fiyatları da, büyük kentlerden 'turistik yerleşmelere' yönelen talep nedeniyle hızla artar. Beri taraftan, özellikle spekülasyon yapma şansı olmayan ve turizmin geliştirdiği sektörlerden gelir elde etmeyen yerel gruplar için yaşam iyice zorlaşmıştır: fiyatlar genellikle artmış, kiralar yükselmiştir.

"Pazar ekonomisi kurallarında", orta sınıf turizminin gelişmesinin global sonuçlarından biri de, kamunun yararına açık olabilecek yerlerin hızla özelleşmesi, kamu kullanımına kapanırken, belirli bir toplumsal sınıfa veya harcama standardına açılmasıdır: Özel mülkler, dışa kapalı özel tatil köyleri, büyük otel veya tatil köyü zincirleri vb. gibi... 'Kamu yararına kapanma'nın mutlaka özel işletmeler eliyle gerçekleşmesi gerekmez, devlet eliyle de gerçekleşebilir: kurum kampları yaygınlaşır, devletin bütün güçlü kurumları, özellikle, ordu, bu kullanım alanlarını sadece kendi üyelerine tahsis eder. Oysa, kamu yararına bir bütün olarak düşünenecek olursak, aynı miktarda kaynak kullanımı ile, hiç olmazsa kâğıt üstünde, toplumun bütünü için daha çok yarar elde etmek ve daha az maliyet yaratmak mümkün olabilir: Sağlık, spor ve kültür alanlarında yapılan yatırımlar öylesine 'planlanabilir' ki, yenilenemez doğal ve tarihsel kaynakların israfı/tahribi, en aza indirilirken, ülkesel ve bireysel açıdan gerçekleştirilen yarar, artırılabilir. Turizm'in sapırcı ve olumsuz etkileri, özellikle yerel toplulukları kültürel olarak örtmeden, insanlar kendileri için yaratıcı tatil yapma imkanları yaratılsın... Bu "düşüncü arayış" galiba bizi, PLANCI'nın konumu, işlevi ve mücadelesi kavramına getiriyor.

FİZİKİ PLANCI DA, BİR 'TOPLUM MARANGOZU' MU?

'Pazar ekonomisi kurallarında' talep, turizmin orta sınıf normlarına göre ve kitleselleşmiş bir biçimde ortaya çıkıyorsa, plancının görevi, bu talebi karşılayacak işlevlerin yerine getirilmesine elverişli fiziki mekanları tasarlamak mıdır? Bu yaklaşımın karşısı, plancının 'toplum için iyi'

olanı bilip, onun için en 'optimum' veya 'az maliyetli' veya 'düşük toplumsal maliyetli' veya 'feasible' veya 'yüksek toplumsal gönenç sağlayan' ya da daha normatif olarak, 'doğru' olan, 'iyi' olan, 'güzel' olan, 'akılcı' olan vb. projeyi elde etmesi midir?

Her ikisinin de geçerli olduğunu zannetmiyorum. Ama plancının, egemen olan pazar talebi veya kamu otoritesi talebini karşılamaktan başka veya bu işlevinin 'yanı sıra', yaratabileceği ve avukatlığını yapacağı alternatif alanların bulunduğunu zannediyorum. Bu deneme, alternatif alanları tartışmayı amaçlamıyor. Alternatifsiz bir 'orta sınıf kitle turizmi' anlayışına, fiziki plancının teslim olmaması ve 'tüketim' olmayan yaratıcı, alternatif tatil biçimleri üzerinde düşünmesi gerekliliği düşüncesini açmaya çalışıyor sadece...

Plancılar, insanların tatil dönemlerinde kullanacakları fiziki çevreyi planlarken, kitle kültürü yaratıp yerel kültürleri silmeyen, ekonomik olarak, kalabalıklaşma maliyeti ile atıl kapasite ikilemi yaratmayan, doğayı ve tarihsel fiziki çevreyi tahrip ederek dönüştürmeyen, alternatiflerin arayışı içinde olabilir.

Belki böyle bir alternatif yoktur... Belki böyle bir alternatif, bugün için yoktur. Ancak, alternatifin/alternatiflerin, mutlaka bütünsel bir dizge olarak yaratılması da gerekmez. Esinler, arayışlar, çevre adına ya da belirli toplumsal gruplar adına yapılan savunmalar, hatta doğrudan onların avukatlığını üstleniş... Bütün bunlar da, planlamanın çevresini oluşturan boyutları arttıracaktır. 'TURİZM PLANLAMASI' denildiğinde plancı, kavramlar, değişkenler, kurallar gibi, değerlendirilebileceği daha çok boyutlu bir politika ve fiziki planlama çevresi içinde olabilecektir. Toplum ve bireyler ve toplumsal kurumlar ve yöresel yapılar, bugün nasıl, 25 yıl önce olmadıkları bir yerdelerse, turizm talebinin etkilemesi açısından bundan sonra nerede olabilecekleri ve bunların çeşitli yönlerdeki etkileri üzerinde de, fiziki plancılar olarak, yeni alanlar, yeni araçlar tanımları üzerinde alternatiflerin üretilmesi gerekir. Kitle turizminin sınırlanması veya olumsuz etkilerinin sınırlanması da, aynı biçimde, bir fiziki planlama problemidir.

Alternatif kavramların geçerlilik ya da yaygınlık kazanması, kuşkusuz, sadece fiziki plancıların üzerine düşen bir sorumluluk, bir görev değil. Teknik ya da uzmanlık gerektiği bir zorunluluk da değil. Sadece, toplumun çoğulcu oluşumu/gelişimi için, anlamlı katkısı bulunabilecek gruplardan biri...