

Kendine Yabancılaşma ve Sosyal Psikolojik Bir Faaliyet Olarak Turizm

 Yasin BULUT.¹

Özet

Çalışmada kendi gerçekliğini kavrayamayan, özgün yapısından, kimliğinden, kişiliğinden yani bizzat kendisinden uzaklaşan birey, konu edilmiştir. Nitel araştırma yöntemi ve alan yazın derlemesi şeklinde hazırlanan çalışmada kendine yabancılaşan bireyin turizm faaliyetlerine yöneliminin, sosyal psikolojik bağlamda değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Kendine yabancılaşan bireyin, kendi ile olan bağlantısını yeniden kurabilmesi; duygu, düşünce ve eylem uyumuna sahip olabilmesi; ruhsal ve manevi eksikliğini giderebilmesi; inancı, değerleri ve tüm kimlikleri ile bütünleşebilmesi; salt insan olarak değerli olduğunun farkına varabilmesi gibi nedenlerle bir yeniliğe ihtiyacı olduğu açıktır. Aynı zamanda, yaşamındaki edimlerini kendini gerçekleştirme amacına yönelik sürdürebilmesi için ona kendini hatırlatacak ve otantik yapısı, varoluşu ve amacı üzerine tefekkür etmesini sağlayacak, yeniliği ve değişimi beraberinde getiren bir etkinliğe gereksinim duymaktadır. İşte bu noktada turizm faaliyetleri, bir alternatif olarak karşımıza çıkmakta ve çalışmanın sonuçlarında da vurgulandığı üzere, çok yönlü yapısı ile bireyin yabancılaşmadan sıyrılarak kendi gerçekliğini kavrayabilmesi, kaybettiği otantikliğe erişebilmesi ve yaşamı yeniden kucaklayabilmesi için bir fırsat olabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yabancılaşma, Kendine Yabancılaşma, Sosyal Psikoloji, Otantiklik, Otantiklik Arayışı

JEL Kodu/Code: Z32, Z39

Self-Estrangement and Tourism as a Social Psychological Activity

Abstract

In the study, focuses on individual who cannot grasp their own reality and who become discontinuer from their original structure, identity, personality, and essentially themselves. Prepared using qualitative research method and a review of the literature, in the study aims to evaluate of the tendency of individual who are self-estrangement to engage in tourism activities within a social psychological context. It is clear that individual who are self-estrangement need renewal for reasons such as being able to reestablish their connection with themselves; achieving harmony between their feelings, thoughts, and actions; overcoming their spiritual and moral deficiencies; integrating their beliefs, values, and all aspects of their identity; and realizing that they are valuable simply as human beings. At the same time, in order to continue their actions in life with the aim of self-actualization, they need an activity that will remind them of themselves and enable them to reflect on their authentic structure, existence, and purpose, bringing with it renewal and change. This is where tourism activities emerge as an alternative. As emphasized in the results of this study, with its multifaceted structure, tourism can offer an opportunity for individual to break free from alienation, grasp their themselves reality, regain their lost authenticity, and embrace life anew.

Keywords: Alienation, Self-Estrangement, Social Psychology, Authenticity, Seeking Authenticity.

Referans/Citation: Bulut, Y. (2025). Kendine yabancılaşma ve sosyal psikolojik bir faaliyet olarak turizm., *Journal of Tourism and Hospitality Issues*, 7(2), 184-202.

¹ Dr. Bağımsız araştırmacı, Türkiye, yasinbulut.1992@gmail.com, Orcid ID: 0000-0002-9515-9959

1. GİRİŞ

Kendine yabancılaşma kavramı, genellikle 19. ve 20. yüzyılda yaşamış varoluşçu filozoflar (Kierkegaard, Heidegger, Sartre vd.) ve özellikle 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren birtakım araştırmacılar (MacCannell, 1976; Cohen, 1979; Wang 1999; Urry, 2009; Fromm, 2014 vd.) tarafından incelenmiş, otantiklik ile bağdaştırılarak ele alınmış ve “kişinin otantik olmaması, otantikliğini yitirmesi” durumu olarak değerlendirilmiştir (Duru, 1995; Rickly-Boyd, 2013). Nitekim otantikliğin, kişinin gerçek benliğine ulaşması ve benliği ile bütünleşmesi anlamını ifade ettiği (Goldman & Kernis, 2002) düşünülecek olursa, bireyin kendine yabancılaşması durumunun tersi, bireysel yani özne odaklı otantikliği elde ettiği durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

18. yüzyılın ikinci yarısında başlayan sanayileşme, devamında ortaya çıkan kentleşme (Nash, 1981; Weber, 2011; Rousseau, 2015), modernleşme (Yeniçeri 1997; Fromm 2014), bilhassa 20. yüzyılın ortalarından itibaren büyük bir ivme kazanan teknolojik gelişmeler (Özel, 2016), kitle kültürü, kitle iletişim araçları, küreselleşme (Tolan, 1980) ve tüm bunların etkisiyle değişen sosyokültürel ve sosyoekonomik koşulların doğurduğu postmodern yaşam (Fromm, 2014; Bulut, 2024); bireyi özünden, kültüründen, toplumundan ve en önemlisi kendinden uzaklaştırarak yabancılaşmasına neden olmuştur. Kendine yabancılaşan bireyin yabancılaşmanın kodlarını tersine çevirerek kendi gerçekliğine ulaşmaya, kaybettiği maneviyatına, özüne ve elinden alınan özgürlüğüne yeniden erişmeye çalışmasının yollarından biri de turizm faaliyetlerine katılmasıdır (Steiner & Reisinger, 2006). Bireyler turizm deneyimi sayesinde ulaşmak istedikleri düşünsel, duygusal ve eylemsel bütünlüğe ulaşabileceklerdir (Lanquar, 1991). Dolayısıyla bu deneyim, kendinden ayrılan ve kendine yabancı hale gelen söz konusu bireyin; fıkırsel özgürlüğüne, zihni derinliğine, kişiliğine ve kimlik bütünlüğüne katkı yapmasının yanı sıra nesneler ile yüklendiği soyut anlamlar arasında bağlantı kurmasına da imkân verebilecektir (Wang, 1999; Urry 2009). Nitekim post modern çağ insanının, hem Maslow’un (1954) ihtiyaçlar hiyerarşisinin en üst basamağı olan kendini gerçekleştirme gereksinimine olan ihtiyacını giderebilmesinde hem de benliğini bulma, olgunluk ve saygınlık anlamında gerçek bir hedef olan otantiklik idealine ulaşabilmesinde turizm faaliyetleri, önemli bir alternatif olarak karşımızda durmaktadır.

Çalışma, alan yazını derlemesi şeklinde hazırlanmış ve kendine yabancılaşma kavramı açıklandıktan sonra turizm deneyimi, sosyal psikolojik bir bakış açısı ile ele alınarak konu ile bağlantısı sağlanmıştır. Devamında ise özne odaklı perspektiften otantiklik kavramı açıklanmış ve kendine yabancılaşma sorununa ilişkin bir bakış açısı sunulmaya çalışılmıştır. 21. yüzyılın bütünlüğünü kaybetmiş, anlam ve rol karmaşası yaşayan, ne yaptığını ve ne için yaptığını tam olarak ifade edemeyen otantik idealden yoksun, duyarsız ancak ilgi alanı geniş ve aynı zamanda doğal, özgün, yerel ve otantik olana meraklı (Steiner & Reisinger, 2006; Sedmak & Mihalic, 2008; Urry, 2009; Guignon, 2009; Fromm, 2014) bireyi düşünüldüğünde, konunun; özellikle kuramsal anlamda, turizm faaliyetleri ile ilişkilendirilmeye ve bireysel perspektiften turizm deneyimi bağlamında incelenmeye ve derinleştirilmeye oldukça müsait olduğu görülecektir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE: KENDİNE YABANCILAŞMA

Kendine yabancılaşma konusuna geçmeden önce toplumsal yapı içerisinde kendine özgü nitelikleriyle var olma mücadelesi ortaya koyan bireyin kişilik ve benliğine dair kısa bir açıklama yapılması uygun görülmüştür. *Kişilik* kavramını Allport (1961), bireyin özgün düşünsel, davranışsal ve karakterine yön veren psikofiziksel süreçlerinin bir araya gelmesi; Dubrin (1994), bireyin yaşam tarzı ve Fromm (1996) ise bireye özgü ve bireyi diğer bireylerden ayıran kalıtsal ya da sonradan edinilmiş özelliklerin tümü olarak tanımlamıştır. *Benlik* kavramını açıklayan ilk düşünürlerden biri

olan James (1963)'e göre benlik; bireyin kendisinin ne olduğuna ilişkin söyleyebileceklerinin toplamıdır ve iki boyuttan oluşan bir süreç olduğu vurgulanmaktadır. Bunlardan birincisi, kendi varlığının farkında olma hali ile açıklanan *bilen benlik*; ikincisi ise bu farkında olma halinin yine kendisi tarafından gerçekleştirildiğini belirten *bilinen benlik* boyutudur. James (1963), bu boyutların bütünlük içerisinde benliğin farklı yönlerini oluşturduğunu belirtmiştir. Benliğin oluşumunu açıklayan diğer bir düşünür olan Sartre (2017) ise benlik oluşumunda özgün ve öznel bir zihinsel ve psikolojik gelişimin ön koşul olduğunu vurgulamış ancak içinde yaşanan toplum ile bütünleşmenin de şart olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte Descartes (2015) zihinsel farklılığın bireyin benliği ve davranış kalıplarını şekillendirdiğini ancak zihni kullanarak düşünce ve düşüncenin ürünü olarak da kültür üretimi söz konusu olduğunda benliğin yanı sıra iradenin de etkin bir unsur olduğunu belirtmiştir. Özgün bir üretim sürecinin ürünü olan kültür, bireysel ve toplumsal benliğin somut bir yansımasını oluşturmaktadır.

Bu açıklamalar sonrası, kişiliğin insanın fiziki özelliklerinin ve sosyal yaşam içerisinde edinmiş olduğu alışkanlıkların tümünü oluşturduğu ve benliğin ise kişiliğin öznel ve psikolojik bir boyutunu teşkil ettiği ifade edilmektedir (Rızaoğlu, 2012). Kendine yabancılaşma ise insanın kendine özgü niteliklerinden uzaklaşması ile başlayan bir süreç olarak değerlendirilmekte ve bireyin herhangi bir biçimde kendi gerçekliğini kavrayamaması olarak açıklanmaktadır. Bununla birlikte, sosyal bir varlık olan ve toplum ile birlikte yaşayan insanın özgün yapısından koparak kendine yabancılaşmasında toplumun etkili bir aktör olduğu görülmektedir. Bir toplumu oluşturan bireylerin bir yandan dini, kültürel ve toplumsal değerlerinden, normlarından ve özgün kimliğinden uzaklaşması, diğer yandan da yeni değerler, normlar ve kimlik benimsemesi ya da benimsemek zorunda kalması süreci, oldukça sancılı bir süreçtir. Zira tüm bu öz yapıdan yoksun olmak gerektiği fikrinin topluma dayatılması ile yeni kimlik ve kurallar bütünü inşası birbirine karşıt durumlar olarak dikkat çekmektedir. Böyle bir sosyal yapı bütünlüğü içerisinde yaşamaya çalışan bireyin ne kendisi ne de başkası olabileceği belirtilmektedir (Yeniçeri, 1997).

Hegel (2016) yabancılaşmanın ilk evresinde bireyin, toplumu kendinden bağımsız bir olgu olarak görmeye başladığını ve bu durumun da toplumsal yaşama yabancı kalma halini doğurduğunu ve aynı zamanda bireyin toplumuna olan güvenini yok ettiğini belirtmiştir. Hegel'e göre, toplumsal yapı ile birey arasındaki mesafe arttıkça diğer bir deyişle yabancılaşma hali yaşanmaya başladıkça ruh kendi içinde ikiye ayrılır ve çatallanır. Bu noktada, diğer bütün varoluş düzeylerinden farklı bir bireyselliği içinde barındıran insanın kendine yabancılaşması, yabancılaşmanın ayrı bir görünümü olarak ortaya çıkmaktadır. Marx (2017) yabancılaşmayı üç kategoride incelemektedir. Bunlar; *emeğin yabancılaşması*, *meta fetişizmi* ve *insan ilişkilerinin yabancılaşması*dır. Emeğin yabancılaşması ile işçinin ürettikçe farkirleşmesi ve meta ortaya çıkardıkça esasen kendisinin ucuz bir meta konumuna indirgenmesi anlatılmaktadır. Meta fetişizmi ile nesnelerin gereksinim duyulduğu ölçüde kıymetli olduğu (kullanım değeri) dönemden mübadelenin ve evrensel meta olarak nitelendirilen para ile alışverişin ortaya çıktığı (değişim değeri) ve piyasa yasalarının (arz-talep dengesi) hüküm sürerek nesnelerin amaçlaştırıldığı bir döneme geçiş yapılması kastedilmektedir. İnsan ilişkilerinin yabancılaşması ile ise, çalışmanın üretken bir insan faaliyeti olmaktan uzaklaşarak bir nevi anngaryaya dönüşmesi ve buna bağlı olarak insanın, kendi çalışmasına, doğaya ve diğer insanlara yabancılaşması anlatılmak istenmiştir.

Fromm'un (2014) konuya yaklaşımı da kapitalizm ve modernleşme eleştirisi eksensidir. Bu doğrultuda kişinin kendisini modern dünyanın pazarında başarıyla sergilenen bir nesne olarak algıladığını ve benliğine dair hislerinin; düşünen, seven, ilgi duyan, merak eden bir birey olarak giriştiği etkinliklerden ziyade sosyoekonomik rolü ile bağdaştırıldığını savunmaktadır. Durkheim ise

anomi kavramı etrafında şekillendirdiği yabancılaşmayı toplumsal düzen eleştirisi etrafında incelemektedir. Toplumsal işleyişte toplumun bireyin önüne geçtiğini belirterek bireyin toplumun ürettiği bir çıktı olarak değerlendirildiğini öne sürmektedir (Ertoý, 2007). Buna bağlı olarak, *anomi* kavramını da bireyin davranışları üzerinde toplumun hakimiyetini yitirmesi ile açıklamaktadır. Anominin yaygın olduğu toplumlarda, sosyal kural ve rollerde belirsizlik oluşmakta ve toplumsal düzen zarar görmektedir. Bu durum, bireyin özgürlük, toplumsal iletişim ve toplumsal katılım gibi konularda sorun yaşamasına ve yaşadığı bu sorun da içinde yer aldığı topluma ve kendine yabancılaşmasına neden olmaktadır.

Melvin Seeman (1959) sosyal psikolojik bir bakış açısıyla yabancılaşmayı beş boyut (güçsüzlük, normsuzluk, anlamsızlık, kendine yabancılaşma ve sosyal izolasyon) altında toplamış ve kültürel yabancılaşmayı ise yabancılaşmanın bir görünümü olarak belirtmiştir. Yabancılaşmaya ilişkin alt boyutların ortaya koyulması ve kavramın sınırlarının çizilerek ölçümlenebilir hale gelmesi, bilimsel araştırmalarda kavrama ilginin artmasını sağlamıştır. Seeman'ın yabancılaşma yaklaşımında bireyin bizzat varlığının bütünsel yapısı ile uyumsuzluğunun belirmesi ve kendi özgün yapısından uzaklaşmaya başlaması durumu, söz konusudur (Atılğan, 2010). Aynı zamanda, yabancılaşma kavramının sosyolojik tanımlamalarının aksine kavrama dair sosyal psikolojik yaklaşımın daha fazla birey eksenli olduğu ve birey-birey, birey-kurum ve birey-toplum etkileşimlerine odaklandığı vurgulanmaktadır (Duru, 1995).

Feuerbach'a göre yabancılaşma sorunu, bireyin kendi doğasının ve beklentilerinin bir yansıması olarak ortaya çıkardığı Tanrı fikri ve maddi dünyadan tecrit hali neticesinde kendini göstermektedir (Develioğlu & Tekin, 2012). Bu anlayışa göre din, bireyin tamamen kurmaca bir şekilde ürettiği fikirden ibaret olmakla birlikte yalnızca, kişiyi kendi içine yönlendirdiği (kendi üzerine düşünme) sürece doğru bir iş yapmaktadır (Özbudun vd., 2008). Mevlana'nın konuya yaklaşımı ise oldukça farklıdır. Mevlana'ya göre bireyin bir Tanrı'ya sahip olmaması daha doğru bir ifade ile İslam inancının yaratıcısı olan *Allah*'a inanmaması, yabancılaşmanın en yoğun yaşandığı durumdur. Ayrıca, bu anlayışta inanan insanların tam olarak dinine bağlanmaması veya *Allah*'dan uzaklaşması da yabancılaşma olarak değerlendirilmiştir. Hakikati henüz kavrayamayan insanın, *Allah*'ın varlığının kesin olmasına rağmen kendisinin tanrı olduğu iddiasında bulunduğunu ifade etmiştir. Dolayısıyla, bu durum bireyin kendine yabancılaşmasına neden olmaktadır. Yabancılaşmanın ortadan kaldırılması ise insanın kendini tanrı olarak görmeyi terk ederek ve kendine atfettiği tanrısal özelliklere sahip olmadığını kabul ederek *Allah* ile birlikte olması ile mümkün olmaktadır (Durakoğlu, 2013). Özel (2016) de benzer şekilde yabancılaşmayı, *Allah*'a kul olduğunun bilincinde olmama hâli, olarak ifade etmiştir. İnsanın Allah tarafından yaratıldığını, evrenin ve hayatın anlamının bir ve yüce olan *Allah* tarafından zaten verilmiş olduğunu bir hakikat olarak kabul etmeyen ve anlam arayışının İslam inancı ile mümkün olduğunu kavrayamayan insanın bir biçimde yabancılaşma yaşadığını düşünmektedir. Ayrıca insanın yalnızca sınırlı aklı ile hareket ederek yabancılaşma sorununu aşabilmesinin ve kendi gerçekliğine ulaşmış bir birey olmasının mümkün olmadığını ve ilahi gücün kendisine bahşedeceği manevi olgunluğa ihtiyaç duyduğunu vurgulamaktadır.

Amacı varlığı bilerek varoluşun anlamını keşfetmek olan Fransız filozof J.P. Sartre de kendine yabancılaşma konusundaki tahlilleri ile öne çıkmaktadır. Sartre'ye göre "başkasının varlığı, beni ben olmaktan çıkarır ve nesneye dönüştürür. Çünkü diğerine görünen nesne olan yönüm yani salt maddi bir varlık oluşumdur. Başkasının önünde duyduğum utanma benim kötü bir portremin önünde duyduğum utanma gibidir" ifadeleriyle esasen kendi benliğini sorguladığını ve kendi benliği ile karşılaştığında kendisine ne denli yabancı biri olduğunun farkına vardığını anlatmak istemiştir.

Dolayısıyla, bu noktadan itibaren kendi dışında yer alan tüm varlık biçimleri de ona yabancılaşmıştır (Akdeniz, 2012, s. 39). Burada bireyden topluma uzanan bir yabancılaşma olgusu işlenmekte ve yabancılaşmanın temel nedeninin bir başkasının bakışları olduğu iddia edilmektedir. Başkasının bakışlarına maruz kalmayan yalnız insan kendisi için varlık olma çabasıdadır ancak, başkası ile bir araya geldiğinde kendinde varlık pozisyonuna düşerek kendine yabancılaşmıştır.

Freud (2016, s. 70) modern dünyada yaşayan insanın ben duygusu ile ilgili şunları söylemektedir: “Bugünkü ben duygumuz, anlaşılacağı gibi, çok daha geniş kapsamlı, hatta her şeyi kapsayan, o önceki ben’in çevre ile çok daha içten kurulu bağına karşılık gelen duygunun bir artığı, kuruyup büzülmüş bir artıktır yalnızca.” Burada modern dünyada yaşayan kentli bireyin kalabalıklar içindeki yalnızlığına ve Sartre’nin ötekinin bakışları ile ifade ettiği bireyin yabancılaşmasına vurgu yapılmaktadır. Bundan böyle birey sadece sosyal çevresine, doğaya veya çevresindeki diğer insanlara değil, kendi eylem ve faaliyetlerine de yabancılaşmış ve bireyin verdiği mücadele, daha zorlu bir hâl almıştır. Nitekim, Freud gibi konuyu psikolojik çözümlemeler üzerinden ele alan Güleç’in (2015) de belirttiği gibi, kişinin kendi öz benliğine dair geliştirdiği saygı; otantik benliğinden hariç olarak yalnızca diğer insanların gözündeki itibarı, mesleği, kıyafeti ya da sahip olduğu diğer maddi varlıklar üzerine kurulursa önemli sorunlar ortaya çıkacaktır. Kuşkusuz, çalışkan, başarılı ve maddi açıdan zengin olmak herkes için istenen bir durumdur. Lakin başarı, statü, mal-mülk, meslek gibi faktörler bireyin özüne dönmesini ve kendine duyduğu saygıyı engellememeli aksine kişiliği ile bütünleştirilerek kişinin onurunu korumalı, kendisine ve çevresine duyduğu saygı ve sevgiyi artırmalıdır. Birey, çevresi ile kurmuş olduğu bütün ilişkilerinde iç dünyası ile uyumlu hareket etmeli, içsel yolculuğunu sürdürmeli, manevi değerlerini daima diri tutmaya çalışmalıdır.

Yabancılaşma ve otantikliği, ontoloji (varlık bilimi) perspektifinden yorumlayan varoluşçu filozof Kierkegaard’ın konuya ilişkin yaklaşımı, yabancılaşmış bireyin otantik benliği için yaptığı yolculuğu konu edinmektedir. Bu doğrultuda, özgünlüğünü bastıran bireyin sosyal yapının bir parçası olma fikrini reddetmiş ve ancak özgün bir inanç ile kendi olma yolculuğunun sonunda kendini keşfederek yabancılaşmasını azaltabileceğini ifade etmiştir. Heidegger de benzer şekilde yabancılaşmış benlikten uzaklaşmanın otantik benliğe ulaşarak mümkün olabileceğini savunmuştur. Sartre ise bu görüşe ek olarak, bireyin yaşamı anlamlı ve değerli kılan üretme özgürlüğüne sahip olduğunda otantikliğine ulaşabileceğini ve yabancılaşmadan kurtulabileceğini savunmuştur (Rickly-Boyd, 2013). Otantikliği kendi benliğine yaklaşma hâli olarak değerlendiren Horney ve yabancılaşmama durumu olarak değerlendiren Heidegger de bu filozofların görüşüne benzer bir görüşü benimsemiştir (Duru, 1995). Heidegger (2011) gündelik yaşamı, üzerine fazla düşünmeden ve sorgulamadan rutin bir şekilde gerçekleştirilen pratik eylem, uygulama ve toplumsal rollerin sergilenmesi olarak açıklamıştır. Dolayısıyla, bu görüşe göre gündelik yaşamda ortaya çıkan yabancılaşmanın bireyi otantik olmayan varoluşa götüreceği iddia edilmektedir. Ayrıca, otantik olmayan bir benliğin varoluşunda kişinin kendi kararları, soruları, yanıtları ve sorumlulukları yoktur. Birey, sadece kendisine atfedilen rolleri yerine getirmektedir.

Sartre (2017), yabancılaşmayı varlık ve var olma arasındaki gelgitlerden ortaya çıkan bir olgu olarak değerlendirmiştir. Somut nesnelerin sadece var olduğunu insanın ise var olmanın peşinde olduğunu vurgulamaktadır. İnsanların bir şekilde bağlandığı ve kendilerini idare etmesine müsaade ettiği din, devlet ve ekonomi gibi olguların, insanın var olma isteğine katkıda bulunduğu ölçüde önemli olduğunu belirtmektedir. Ancak, insanın varlık ile var olma arasında gidip geldiğini ve bu gelgitlerin yabancılaşmanın ortaya çıkmasını sağladığını ifade etmiştir. Ayrıca, gelgitler içerisindeki insanın bir yandan hiçlik, sıkıntı ve atılmışlık halini yaşadığını, diğer taraftan ise tasarı, bağlanma, özgürlük ve değerler ile yaşamı anlamlı kılmaya çalıştığını öne sürmektedir. Gelgitler yaşayan bu ikircikli ruh

halinden kurtulmaya çalışan bireyin ise kendi özünü keşfetme arayışında olacağını ve kendini arayan kimsenin önce kaybedeceğini, daha sonra ise bu arayış içerisinde kendini bulacağını belirtmiştir. Sartre'nin bu yaklaşımını, nedensel anlamda yabancılaşma ile ve sonuçsal olarak otantiklik ile ilişkilendirmek mümkündür. Bir kimse kendini arar, çünkü yabancılaşmıştır. Kendini arayan kimse, aynı zamanda kendini bulmak, kendi gerçekliğine ulaşmak, bir başka deyişle otantikliğini keşfetmek için adım atmış demektir.

Kişinin kendi özelliklerini keşfetmesinde dikkatli olması gerektiğini, iyi ve kötü yönlerinin her ikisini birden aynı titizlikle ortaya çıkarması gerektiğini belirten 16. yy. düşünürü Montaigne (2016), iyi ve olgun olduğuna dair inancı kuvvetli olan bir kimsenin bunu söylemesi gerektiğini savunmaktadır. Bu süreçte kişinin kendi benliği (varoluş) üzerine tefekkür etmesini, ruhunu zenginleştirmeye ve ahlaki olgunluğa eriştirmeye çalışması gerektiğini belirtmektedir. Ancak, modernite ve 20. yy.'ın son çeyreğinde belirginleşen post modernite sonrası gelinen noktada gerek toplumların gerekse de ayrı ayrı fertlerin ortak küresel değerler etrafında birleşmekte zorlandığı ve nitekim bireylerin kendi insani gerçekliğine erişebilmelerinin modernite öncesi döneme kıyasla daha zor olduğu anlaşılmaktadır.

Bu duruma neden olan etmenler arasında kuşkusuz, teknik ve bilimsel gelişmelere ait menfi etkiler de yer almaktadır. Teknolojik gelişmelerin insanları düşünmekten uzaklaştırarak tembelleştirdiği ve bu şekilde insanın kendini geliştirmesini engelleyerek oldukça sınırlı bir varlığa dönüştürdüğü belirtilmektedir (Uygur, 2002). Mekanik bir dünyada yaşayan toplumların değer yargılarının saf ve temiz duygulardan arındırılarak yalnızca statü ve metanın önemsendiği, bireylerin ise başarı ve mutluluğunu elde ettiği mallar ile ölçer hale geldiği küresel kapitalist bir düzen ortaya çıkmıştır. Bunun sonucunda ise birey, kendini insani unsurlardan soyutlayarak konforunu, onuruna tercih eder hâle gelmekte (Yeniçeri, 1997) ve kendisini, yalnızca sayılara indirgenmiş bir nesne olarak algılamaktadır. Birey kendisini fitratına uyacak şekilde; inanç, sevgi, kuşku ve korku besleyebilen bir varlık olarak görmemekte aksine, toplumsal kaideler içerisinde belirli bir işlevi yerine getirmekle yükümlü bir nesne olarak tanımlamaktadır. En temel sorumluluklarından birisi kendini iyi bir şekilde pazarlayarak çıkar elde etmek olan kişinin değeri, başarısına, görevinde yükselmesine (Fromm, 2014) ve giyim kuşamına indirgenmiştir. Böyle bir toplumda yaşayan bireyin kendini gerçekleştirebilmesi ve gerçek mutluluğa erişebilmesi zor görünse de ancak kişinin iç dünyasının zenginleştirilmesi ve onu iyi erdemlere götürecek ahlaki gelişiminin sürdürülmesi ile bu mümkün olabilecektir.

Eski Çağ düşünürü Aristoteles'in ifadeleriyle mutluluk, zihnin yetkin erdeme göre etkenliği olarak tanımlanır ve Aristo'ya göre, "iyi erdemlerde bulunmayanların mutlu olmaları olanaksızdır. Oysa, erdem ve zekâ olmadan bir kimsenin ya da bir şehrin iyi eyleminden söz bile edilemez" (Aristoteles, 2014, s. 243). İyi erdem ile anlaşılması gereken, kişinin kendine duyduğu öz saygı ve sevgi ile birlikte çevresindekilere, tüm insanlığa, tabiata ve diğer canlılara karşı da aynı şekilde saygı ve sevgi beslemesidir. İyi erdem sahibi olmak, hiçbir canlıyı aşağılamamayı ve her canlının sistemin bir parçası olduğunu düşünerek birinin yokluğunda düzenin bozulacağını idrak etmeyi gerektirir. Ayrıca, benmerkezcilikten ve diğer insanlara karşı önyargıdan uzaklaşarak önceliği ahlaki değerlere vermeyi ve diğerkâmlığı amaçlar. Bu noktada İslam anlayışında yer alan Vahdet-i vücud düşüncesinden bahsedilebilecektir. Vahdet-i vücud, kısaca kâinatın tek bir sistemi ihtiva ettiğine, tüm bu sistemin mutlak güç sahibi olan Allah'ın bir eseri olduğuna ve canlı cansız tüm varlıkların O'ndan hasıl olduğuna inanmaktır (Köprülü, 2016). Dolayısıyla bu düşünce sistemi, sağlıklı ve mutlu yaşayabilmek için tüm kâinata bütüncül bir perspektiften bakabilmeyi ve insan dâhil tüm varlıkların bütünü bir parçası olarak uyum içerisinde yaşamasının zorunlu olduğunu kabullenebilmeyi öğretmektedir.

Diğer taraftan, bireyin iyi erdemlere sahip olması, kendini tanıyarak keşfetmesi, bireysel edimlerini bilinçli bir şekilde gerçekleştirmesi ve yaşama dair amaç ya da amaçlara sahip olması pek çok etkene bağlı olarak gelişen/değişen bir süreçtir. Bir araştırmada, yaşam süresinin uzaması, bilim ve teknik de yaşanan gelişmeler ile boş zamanın arttığı ancak duygusal ve ruhsal bakımdan hazırlıksız yakalanan insanın, iş dışı zamanını üretken etkinliklerle geçiremediği ve bu doğrultuda, kendini gerçekleştirmek için kullanamadığı sonucuna ulaşılmıştır (Ergil, 1980). Turizm faaliyetleri, psikolojik anlamda farklı ihtiyaç ve beklentilere cevap verebilecek çok yönlü bir yapıya sahip olması nedeniyle bireyin içinde bulunduğu olumsuz atmosferden sıyrılarak kendine yabancılaşma ikliminden kurtulmasına yardımcı olabilecektir (MacCannell, 1989; Aktaş Polat & Polat, 2016). Turizm deneyiminin bu yönü, sosyal ve psikolojik boyutları ile var olan insanın, duygusal, zihinsel ve psikolojik iyi oluşunu olumlu etkilemekte ve aynı zamanda günlük yaşamına daha aktif olarak geri dönme imkânı sağlamaktadır. Bireyin turizm faaliyetleri aracılığıyla yapmaya çalıştığı ve onu otantikliğe yani kendi gerçekliğine ulaştıracak olan unsur, boş zamanın olumlu ve etkin kullanılmasıdır. Şayet birey, iş dışı artan zamanını yapay dünyadan, sahte ilişkilerden uzak, gerçek deneyimler ve samimi ilişkiler ile geçirir, manevi eksikliğini gidermeye ve kendi üretken kişiliğini geliştirmeye çalışırsa, o halde bahsi geçen zaman *boş zaman(!)* olmaktan öte kendini tamamladığı bir zaman dilimi olabilecektir.

3. YÖNTEM

Çalışmada nitel araştırma yöntemi ve keşfedici araştırma yaklaşımı benimsenmiş olup çalışma alan yazını derlemesi şeklinde gerçekleştirilmiştir. Keşfedici araştırma yaklaşımında alan yazını derlemesi, konuyla ilgili yazının belirlenerek kaynakların taranması, okunması ve elde edilen bilgilerin özet bir şekilde sentezlenerek belirli bir sistematik içerisinde ifade edilmesini içermektedir (Lin, 1976). Bu tip araştırmalara araştırma konusunun nispeten yeni olduğu ya da araştırmacının konu ile ilgili fazla bilgi sahibi olmadığı durumlarda ihtiyaç duyulmaktadır. Keşfedici araştırmalar, konu ile ilgili ön bilgi sağlamaya dönük olarak bir araştırma problemi hakkında en genel düzeyde bilgi toplamak için yürütülürler (Stebbins, 2001). Keşfedici araştırmaların amaçları; araştırmacının ilgilendiği konuya dair mevcut bilgileri keşfetmesi ve bu şekilde merakının giderilerek konuyla ilgili ön bilgilerin ortaya konması, çalışmanın gelecekte yapılacak daha kapsamlı çalışmalar için bir temel oluşturması ve ileriki araştırmalarda kullanılmak üzere veri toplama araçlarının geliştirilmesi şeklinde sıralanabilmektedir (Earl, 2020).

Snyder (2019) alan yazını derlemesine ilişkin araştırmaları sistematik derleme, yarı sistematik derleme ve bütünleştirici derleme olarak üçe ayırmıştır. Bu çalışmada, bütünleştirici derleme tekniğinden faydalanılmıştır. Bütünleştirici derleme tekniği, yeni teorik bakış açılarının ortaya çıkmasını sağlamak üzere alan yazının eleştirel bir değerlendirmesini ve araştırmacının amacı doğrultuda çıkarımlarda bulunulmasını sağlamaktadır (Torraco, 2005). Bütünleştirici alan yazını derlemesi iki şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Birincisi, daha önceden yapılmış çalışmaların bir tekrarı niteliğinde olup buradaki amaç, konuya ilişkin bilgi derinliğinin gözden geçirilmesi, yeni bakış açılarının, yeni kavramlaştırmaların yapılması ve kuramsal temelin genişletilmesi olarak sıralanmaktadır. İkincisi ise farklı disiplin ve konulara ait kavramsal ve kuramsal bakış açılarının bir araya getirilerek yeni bakış açıları elde etme amacına dönük olmaktadır. Bu yaklaşımda bir araya getirilmek istenen alan ve/veya konulara ilişkin tüm makaleleri içeren kapsamlı bir alan yazını derlemesinden ziyade konuya yeni açılımlar getirebilmek üzere farklı bakış açılarının odağa alınarak değerlendirilmesi önem arz etmektedir (Snyder, 2019). Çalışmada bu yaklaşıma uygun olarak turizm ve sosyal psikoloji olmak üzere farklı iki disipline dönük belirli konular odağında değerlendirmeler yapılmıştır.

Tüm bunlarla birlikte, nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenirlik ile ilgili belirlenen ölçütlerden (Tutar, 2022) çalışmada kullanılan yöntemle uygun olanlar doğrultusunda; iç geçerlik (inandırıcılık), dış geçerlik (aktarılabilirlik), iç güvenirlik (tutarlılık) ve dış güvenirlik (doğrulanabilirlik) bilgilerine yer verilmiştir.

- İç geçerliğin sağlanması için, alan yazınında konu ile ilgili farklı bakış açılarına ve kuramsal yaklaşımlara sahip araştırmacıların görüş ve yaklaşımlarına yer verilerek *veri çeşitlemesi*; kendine yabancılaşma ve turizm ilişkisine ya da bu iki konunun birlikte incelenmesi gerektiğine dair bir yaklaşım ortaya koyan araştırmalara (Wang, 1999; Steiner & Reisinger, 2006; Urry, 2009) yer verilmesiyle *öznelarasılık*; birbirine zıt ve karşıt görüşlerin sunulmasıyla *negatif durum analizi*; çalışmanın geliştirilmesinde uzman görüşlerinin alınmasıyla *uzman değerlendirmesi* ölçütleri yerine getirilmiştir.
- Dış geçerliğin sağlanması için, araştırmacının daha önce yabancılaşma konusunu ve otantiklik bağlamında turizm disiplini bir araya getiren bilimsel çalışmalar gerçekleştirmiş olmasıyla *araştırma konusuna aşinalık* ; araştırmacının kaynak taraması ve alan yazının belirli bir sistematik içerisinde aktarılması süreçlerinde konuyla ilgili olmayan kaynakların elenmesiyle *dahil etme hariç tutma*; konuya dair gereken bütünlüğün sağlanması ve yeterli sayıda farklı görüşe yer verilmesiyle *referans yeterliliği* ölçütleri yerine getirilmiştir.
- İç güvenirliğin sağlanması için, araştırmacının daha önce çalışmada bir araya getirilen konuları kapsamına alan bilimsel çalışmalarının bulunması ve dolayısıyla konu ile ilgili yeterliğe haiz olmasıyla *araştırmacının yorum yetkinliği*; konuyla ilgili alan yazınında daha önce gerçekleştirilmiş çalışmaların bulguları ile elde edilen bulguların karşılaştırılmasıyla *benzer bulgularla karşılaştırma* ve araştırmacının çalışmanın ön hazırlığı ve yazım aşamalarında konu kapsamı ve kaynaklara ilişkin sorgulayıcı sorular sormasıyla *yansıtıcı düşünme* ölçütleri yerine getirilmiştir.
- Dış güvenirliğin sağlanması için, çalışmada kaynak taramasından bulguların karşılaştırılmasına atıf verilen elektronik kaynakların bilgisayarda saklı tutulmasına varıncaya dek tüm süreçlerin kayıt edilmesiyle *açıklık ve şeffaflık*; çalışma kapsamında incelenen olguların alan yazınında yer alan kavramsal ve kuramsal bağlantılarına yer verilmesiyle *bağlamı yansıtma gücü*; çalışmanın yöntemi, deseni, tekniği ve sınırlılıklarının araştırmacının hedeflerine uygun olarak belirlenmesiyle *araştırma stratejisinin tanıtımı*; bulguların daha önce yapılmış çalışmaların bulgularıyla karşılaştırılmasıyla *bulguların kıyaslanması*; araştırmacının öznel yargılarını titizlikle sorgulama çabasıyla *kontrollü öznellik*; çalışmanın bilimsel kural ve kaidelere göre dikkatle yürütülmesiyle *metodolojik titizlik*; çalışma kapsamında ulaşılması gereken kaynak yeterliğine ulaşılarak *kuramsal doygunluk*; çalışmanın konunun uzmanları tarafından değerlendirilmesiyle *uzman görüşü*; çalışmanın tasarımı, yöntemi, tekniği gibi konularda ki uyumuna dikkat edilerek *yöntemsel bütünlük* ölçütleri yerine getirilmiştir.

4. ALAN YAZINI DEĞERLENDİRMESİNE YÖNELİK BULGULAR

4.1. Yabancılaşma Sorununa Bir Çözüm Olarak Turizm Faaliyetlerine Katılım

Boş zaman kavramı, sanayi devrimi öncesi dönemde sadece tarım toplumlarının ürün ekimi ve hasat kutlamaları, dini bayramlar ve düğün gibi özel toplantılarla ilişkilendirilmiştir. Endüstri devrimi sonrası, çalışma dışında geçirilen zaman aylıklık ve tembellik olarak değerlendirilmiş ve insanların zamanının çoğu çalışma ve iş ile geçirilmiştir. Bahsi geçen dönemde tasarruf etmek oldukça önemli görülmüş ve insanlar sermaye biriktirmek için yoğun çaba sarfetmişlerdir. 21. yy.'a gelindiğinde ise

boş zaman, turizm ile ilişkilendirilmiş ve bireylerin özgün etkinlikler ile özgür bir şekilde değerlendirmeye çalıştığı zaman dilimi olarak görülmüştür. Modernlik ve modernite sonrası toplumlarda yaşayan insanlar için boş zaman kavramının karşılığı, *dinlenme, kaçış ve benlik arayışı* olarak düşünülmektedir (MacCannell, 1989; Lanquar, 1991; Urry, 2009). Dinlenme, fiziksel ve ruhsal açıdan yenilenmeyi sağlayarak iş yaşamından doğan verimlilik kaybını önlemekte ve günlük yaşamında farklı kimliklerinin bir gereği olarak farklı rollerini yerine getirmek mecburiyetinde bulunan insanı yeniden kendi otantik bütünlüğüne kavuşturmaktadır. Kaçış, 21. yy. kent insanının sıradan, yapay, tekdüze günlük yaşamından sıyrılmasını ve yenilik arayışını ifade etmektedir. Benlik arayışı ise yabancılaşmış kentlinin kaybettiği maneviyatı, özü, değerleri ve kimliği ile yeniden buluşarak yeni değerler keşfetme çabasını karşılamaktadır (Doğan, 2004).

Turizm faaliyetlerinin bireylerin sosyal benliği ve ruhsal dünyası üzerindeki olumlu etkileri düşünüldüğünde; inancına, kültürüne, öz bilincine ve kendini olumlamasını sağlayan değerlerine yabancılaşan ve kendinden uzaklaşan bireyin özüne dönüşünde turizm, önemli bir alternatif olarak görülmektedir. Özellikle otantik turizm faaliyetleri (geleneksel el sanatları, özgün yerel mimari, yerel yiyecek-içecek kültürü, gelenek-görenek, yaratıcı turizm etkinlikleri vb.) bireyi, geçmişine dair tasavvura, eylemlerini sorgulamaya, özünü keşfetmeye ve değerlerini bulmaya teşvik etmekle oldukça önemli bir görev üstlenmektedir. Turistlerin doğal ve hakiki olan turizm ürünlerine ilgisi, sürekli olarak artmaktadır. Birleşik Krallık'ta Gerçek Tatil Kampanyası ismi ile düzenlenen tatil kampanyası, otantik turizm deneyimine dair bir örnek olarak gösterilebilecektir (Urry, 2009). Bireylerin turizm faaliyetlerine yönelmelerini sağlayan unsurlardan özellikle yabancılaşma sorunu ile ilişkili olanlar, Rızaoğlu'nun (2004) çalışmasından faydalanarak aşağıda sıralanmıştır.

Tablo 1. Yabancılaşmanın ve turizm faaliyetlerine yönelişin gerekçeleri

Bireylerin yabancılaşmasını ve turizm faaliyetlerine yönelmesini sağlayan unsurlar
▪ Sanayileşme ve kentleşmenin etkisi ile kişiler arasındaki uzaklıklar artmış ve aralarında yapay ilişkiler gelişmiştir. Bireyler, öteki insanlarla içten, dostça ve yüz yüze ilişkiler kurmakta zorlanmaya başlamıştır.
▪ Kent insanı kimlik yitimi ile diğer insanları nesne olarak algılamaya başlamış ve maddi çıkarlar her şeyin üzerinde değerli hale gelmiştir.
▪ İnsanlar önceden programlanmış otomatlara dönüşmüştür.
▪ Birbirinin inancı ile ilgilenmeyen insan, bu konudaki duyarlılığını kaybetmiştir.
▪ Eğitim düzeyi, sosyoekonomik düzey, ilgi ve merak alanları, inanç gibi konularda insanlar arasında var olan farklılıkların çoğalması, diğer insanları düşünmeden yaşayan insanların sayıca artmasına neden olmuştur. Başka insanları umursamadan yaşayan insan ise hakiki duygu ve düşüncelerini gizleyerek yapay davranışlar sergilemektedir.
▪ Gündelik yaşam içerisinde; sokakta, alışveriş merkezinde, iş yerinde karşılaşan kişiler birbirini tanımamakta ve birbiri için herhangi bir değer ve anlam ifade etmemekte, dolayısıyla birbirinin sevinç ve üzüntülerini paylaşmamaktadırlar.
▪ Aşırı uzmanlaşma ile bütün, çok küçük parçalara ayrılmış ve kişiler arası ilişkiler, sadece yaptıkları görevle ilgili olarak sınırlanmış, bunun sonucunda şahsi ve toplumsal ilişkiler gittikçe zayıflamıştır.
▪ Kalabalık ve gürültü ile dolan kentlerdeki yaşam, bireyi zihinsel ve bedensel olarak yormuştur.
▪ Teknoloji ve makine sarmalına giren insan, işini kolaylaştırması için faydalanması gereken aletlerin esiri olmuştur.
▪ Etrafı teknik araçlar ve binalar ile çevrilen kentlinin yaşamı, tekdüze, yapay ve sıradan bir hâl almıştır.
▪ İnsani değerlerin ve bilginin kıymeti azalarak bilen ile bilmeyen aynı konumda görülmeye başlanmıştır. Ahlaki yapı maddi değerler üzerine inşa edilmiş, maneviyatını ve özünü yitiren birey, bunalıma girmiştir. Nitekim tüm bu etkiler, kimliksiz, amaçsız, kişiliksiz, güçsüz, tüm yaşamını -mış gibi geçiren ve ne yapacağını bilemeyen yabancılaşmış fertler topluluğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 1'den anlaşılabacağı üzere değer yargılarının değişmesiyle, geleneksel manevi olguların yerini maddi zevkler almış, bu durumun sonucunda ortaya çıkan kural tanımayan, mutsuz birey, yaşamın

anlam ve amacını yitirmeye başlamıştır. Ne yapacağını bilemeyen insan, turizm faaliyetlerinin insanın iç dünyası üzerindeki olumlu etkisinden faydalanmak istemekte ve doğa, inanç, kültür, spor gibi turizm türlerine yönelmektedir (Wang, 1999; Doğan, 2004). Turizm amacı ile yapılan seyahat, yabancılaşmayı en azından bir süre için unutturan, insanı yeniden özüne döndüren bir çıkış yolu olabilmektedir. Sanayileşme ve kentleşmenin etkisi ile yabancılaşan insan, yine bunların etkisi ile artan boş zamanını kullanarak yabancılaşmadan ve bunalımdan kurtulma imkânına sahip olmaktadır (MacCanell, 1989; Rızaoğlu, 2004; Steiner & Reisinger, 2006; Aktaş Polat & Polat, 2016). Bu noktada, insanların gereksinimleri ve bu gereksinimlerin turizm ile ilişkisine değinmek, 21. yy. toplumlarının yabancılaşma sonrası turizmden beklentilerine dair birtakım ipuçları verebilecektir.

Maslow (1954), insanların gereksinimlerini beş gruba ayırarak ihtiyaçlar hiyerarşisi ismi ile aşağıdan yukarı sıralamıştır. Bu doğrultuda, ilk iki grupta bulunan fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçları *temel gereksinimleri*; diğer gruplarda bulunan sevgi ve ait olma, takdir ve saygı elde etme ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçları ise *sosyal psikolojik gereksinimleri* karşılamaktadır (Akgündüz, 2016). İnsanların seyahate motive edilmesini sağlayan unsurlar, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi bağlamında sınıflandırılabilir. Dinlenme, eğlenme, sağlık ve yeme-içme amacıyla gerçekleştirilen seyahatler fizyolojik ihtiyaçlara; geçmişe özlem, aile ve akraba ziyareti, arkadaş edinme ile yalnızlık duygusundan kurtulma amaçlı seyahatler ise sevgi ve ait olma ihtiyacına; saygınlık ve statü elde etmek üzere gerçekleştirilen seyahatler ise takdir ve saygı ihtiyacına dönük olarak gerçekleştirilmektedir. Turizm davranışlarını motive eden en ciddi öneme haiz ihtiyacın ise kendini gerçekleştirme ihtiyacı olduğu görülmektedir. Yeni ve farklı yerlerin tanınması, bilgi ve görgünün artırılması, insani olarak zenginleşme, yenilenme, değişme ve kendini aşma isteği, kişisel gelişimini sağlama, yeni şeyler öğrenme, varoluşunu ispatlama, kimliğini açıkça ortaya koyma ve yaşamdan daha fazla keyif alma gibi amaçlarla gerçekleştirilen seyahatler, kendini gerçekleştirme ihtiyacı ile ortaya çıkan gereksinimler olarak dikkat çekmektedir (Moutinho, 1987; Parrinello, 1993). Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin turistik motivasyonlar ya da deneyimler ile ilişkilendirilmesi; turist davranışlarının anlamlandırılmasına ve bu davranışların arka planında yer alan nedenlerin ortaya çıkarılmasına katkıda bulunabilecektir.

Doğan (2004), gezginlerin seyahat deneyimlerinin, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi'ne bağlı olarak tatmin olmalarına ya da engellenmelerine göre değerlendirildiği bir araştırmada; seyahat deneyimlerinin, tatminle ve tatminsizlikle sonuçlanan seyahat deneyimleri olarak ikiye ayrıldığını belirtmiştir. Tatminle sonuçlanan seyahat deneyimlerinin motivasyonları düşük orandan yüksek orana, takdir ve saygı kazanma (%1), güvenlik (%4), fizyolojik ihtiyaç (%27), sevgi ve ait olma (%33) ve kendini gerçekleştirme (%35) şeklinde; tatminsizlikle sonuçlanan seyahat deneyimlerinin motivasyonları ise düşük orandan yüksek orana; kendini gerçekleştirme (%1), takdir ve saygı kazanma (%12), sevgi ve ait olma (%17), fizyolojik ihtiyaç (%27) ve güvenlik (%43) ihtiyacı olarak tespit edilerek sıralanmıştır. Bu araştırma, özellikle sosyal psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak üzere seyahat eden bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılamak üzere seyahat eden bireylere kıyasla doyum oranlarının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu durum bireyleri, seyahatlerinden elde etmek istedikleri amaçlarına daha kolay ulaştırabilecektir. Ayrıca, sosyal psikolojik ihtiyaçlarının karşılanmasına dönük seyahat eden turistlerin güdülerinde özellikle kendini gerçekleştirme ihtiyacına dair motivasyonun baskın olmasının, turistlerin tatmin düzeylerini artırdığı anlaşılmaktadır.

İnsanlar, günlük yaşamın sınırlı dünyasından yaratıcı yeteneklerini kişisel bütünlük içerisinde ortaya koyabileceği turistik ortama geçiş yapmaktadır. Gerçek kişiliği ile bütünleşerek ve özgün, yapıcı yeteneklerini ortaya koyarak otantik benliğine katkı sağlayan ve hakiki özgürlüğüne ulaşan insan, kendini gerçekleştirme ihtiyacını giderebilmekte ve bireysel gelişimine katkıda bulunarak kendisi ile

bütünleştikçe ise bu gereksiniminin şiddeti artmaktadır. Dolayısıyla, kendini gerçekleştirme ihtiyacına dönük isteklerin tatmin edildikçe arttığı ve seyahatler aracılığıyla kendi gerçekliğine ulaşan kişinin bu isteğinin, kendini tamamlama ve aşma güdülerine dönük olarak devam ettiği belirtilmektedir (Rızaoğlu, 2012). Buna bağlı olarak, denilebilir ki insanlar turizm faaliyetlerine katılarak tatmin olduklarında daha fazla seyahat ederek yeni turizm faaliyetlerine katılma istekleri de artacak ve kendini gerçekleştirme ihtiyacının karşılanması ile yabancılaşma sorununun aşılması da mümkün hale gelebilecektir. Aktaş Polat & Polat (2016), kendini gerçekleştirme ihtiyacının giderilmesine dönük seyahat etmeye başlayan insanın dikkat çeken özelliklerini sıralamıştır. Bu özellikler, çevresine ve çevresindeki insanlara daha hızlı uyum sağlayabilme; ortalama bir insana göre daha anlayışlı olma ve şükretme yeteneğine sahip olma; şükretmenin yaşamını değerli kıldığına, onu daha bilinçli hale getirdiğine ve mucizelere inanma; insani değerlerini ortalama bir insana kıyasla daha az yitirmiş olma; çok yönlü bir bakış açısına sahip olabilme; daha sade ve doğal davranışlar sergileyerek yapmacıklıktan uzak olma şeklindedir.

4.2. Turizmde Otantiklik

Turizm araştırmalarında otantiklik konusunun geçmişi Goffman'ın (1959) çalışmasına kadar götürülse de otantiklik kavramını ilk defa müze ile ilişkili olarak Trilling (1972) kullanmıştır. MacCannell (1976) ise her iki kavramı (yabancılaşma ve otantiklik) birlikte kullanarak konuya önemli bir boyut kazandırmıştır.

Türk Dil Kurumu (2018), Fransızca kökenli olan otantik kelimesini, “eskiden beri mevcut olan özelliklerini taşıyan” şeklinde tanımlamıştır. Otantiklik ise, “kişinin gerçek benliğini yaşayabilmesi” olarak tanımlanmıştır (Goldman & Kernis, 2002). İnsanların duygu, deneyim, biliş ve inançlarının davranışları ile bütünlük oluşturmaları otantik yaşamı, bunun zıttı ise, otantik olmayan yaşamı karşılamaktadır. Diğer bir ifadeyle, kendi inanç ve değerlerine uygun davranabilen bireyin, otantikliğe erişebildiği söylenmektedir. Sanayileşme ve kentleşme ile başlayan ve modernite ile etkileri daha fazla hissedilen yabancılaşma ikliminin kuşattığı bir dünyada, otantik kültüre, bakış açılara, değerlere ve nesnelere kısacası otantiklik ile ilişkili her şeye, insanlığın fazlasıyla ihtiyacı olduğu açıktır. Nitekim, insanın duyguları, içinde yaşadığı dünyanın ve sosyal çevresinin etkisinde kaldığı için otantik varoluşu da bu durumdan etkilenmektedir. Bu bağlamda, ruhsal iyi oluş, otantiklik ve öz benliğe duyulan saygı arasında da bir ilişki bulunduğu belirtilmektedir (Gül, 2010).

Pek çok araştırmacı, turizm faaliyetlerinin bireylerin manevi atmosferi, psikolojik dünyası ve sosyal benliği üzerindeki olumlu etkilerinden söz etmektedir (Moore vd., 1995; Steiner & Reisinger, 2006; Gülüm, 2015; Aktaş Polat & Polat, 2016). Özellikle otantik turizm faaliyetlerinin (geleneksel el sanatları, özgün yerel mimari, yerel yiyecek-içecek kültürü, gelenek-görenek, yaratıcı turizm etkinlikleri vb.), öz değerlerini, inancını, öz bilincini ve kültürünü yabancılaşma halinden uzaklaştırarak kendini olumlamasına ve kendinden uzaklaşan/uzaklaştırılan bireyin özüne dönüşüne katkı sağladığı ifade edilmektedir. Ayrıca, geçmişini canlandırmaya, eylemlerini sorgulamaya, ait olduğu kökenini ve değerlerini aramaya isteklendirme görevini üstlenebileceği anlaşılmaktadır (Urry, 2009). Otantik işleyişte, kendini anlamaya, açık ve dürüst olmaya, kişilik ve eylem tutarlılığına ve şeffaf insan ilişkilerine doğru yönelim söz konusu olduğu gibi (Gül, 2016) özellikle turizmde nesne, durum ve ortamın otantikliğinden de sıkça bahsedilmektedir.

Seçilen turizm türü, yapılacak turizm faaliyetleri, seyahat rotası ve benzeri unsurlar bireyin otantik varoluşuna katkıda bulunmakta, bunun yanı sıra turistik destinasyonda yer alan araç/gerecin otantik kimyasına uygun kullanımından, yerel halkın/turizm çalışanlarının turiste samimi yaklaşımına, turistik manzaranın otantik görünümünün korunmasından metalaştırmanın azaltılmasına, özgün

kimliğin sergilenmesine kadar pek çok unsur, otantikliğin algılanmasında önemli görülmektedir. Zira, özgün bir deneyim vaadinin otantiklik arayışıyla seyahat eden turistin anlam dünyasında karşılık bulabilmesi ve belirli bir süre için bile olsa yabancılaşmadan kurtularak öz benliği ile bütünleşebilmesi, tüm bu unsurlara bağlıdır. Dolayısıyla, otantiklik arayışı konusunun turistik ortamda yer alan her nevi maddi unsur ile ilişkili olması bakımından nesne ve bireysel özellikler ile ilişkili olması bakımından ise özne odaklı olarak açıklanması gerekmektedir (Shim, 2013).

Bireyin otantiklik arayışı ile esasen çift yönlü bir arayış kastedilmektedir. İlk olarak birey, kendi içine yönelerek insani özelliklerini, geçmişini, varoluşunu ve yaşamı algılayışını sorgulamakta, devam eden süreçte ise toplumun insana karşı tutumunu ve toplumsal değer yargılarını eleştirel bir yaklaşımla değerlendirmektedir (Bulut, 2024). Buradaki süreçler bireyin otantikliğe olan yaklaşımına göre aynı anda ya da birbiri ardınca ilerleyebilmektedir. Otantiklik arayışı bireyin yetilerini, becerilerini ve sınırlarını keşfetme sürecini hızlandırmasına neden olmaktadır. Ayrıca, geçmişine özlem duyan ve bu özlemini gidermek isteyen birey, geçmişinde kendini bulabilmektedir. Gördüğü bir sanat eserinde, otantik bir obje ya da figürde, dokunduğu nesnede dinlediği müzikte yahut deneyimlemiş olduğu manevi bir atmosferde dahi birçok duyguyu birlikte yaşayabilmektedir. Tüm bu unsurlardan hareketle, turistin kimliğini, özünü, hatırlatan, duygularını canlandıran, kişiliği ile uyumlu hareket etmesine ve rahatlamasına neden olan her türden turizm faaliyeti, otantiklik bağlamında değerlendirilebilmektedir.

İkinci olarak da otantiklik arayışı ile nesnel dünyada yer alan imgelere ulaşılmasının, insanı bilgi yönünden zenginleştirmesinin yanı sıra kişilerin ufkunu genişleterek dünyayı mevcut hâliyle algılama ve görme olanağı sunduğunu, hakiki bilince ulaşan insanın ise duygusal yönünü ve aklını kullanma ve geliştirme becerisine sahip olduğunu belirtmektedir. Bununla birlikte post modern turist, küresel sistemin kendisine arz ettiği turizm ürününü ve basmakalıp davranış modellerini kabul etmemekte; kendi inançları, değerleri, fiziksel ve ruhsal dünyası, özgün kültürel nitelikleriyle uyumlu, günlük yaşamında eksikliğini hissettiği özgürce hareket edebildiği, bir tatil geçirmeyi hayal etmektedir (Steiner & Reisinger, 2006; Aktaş Polat & Polat, 2016; Duran, 2016). Ayrıca bireyler, gündelik yaşamında karşılaştığı ve genellikle ilgilenmediği olaylara, nesnelere turistik bir atmosferde çok farklı yaklaşarak, yeni anlamlar yüklemektedir. Buna bağlı olarak turist, kendisinde yaşadığı değişiklikleri, turistik ortamdaki olaylara ve nesnelere yansıtarak onları, olduğundan daha farklı algılama, görme ve hissetme eğilimindedir. Bu yaklaşımı ise onu mutlu etmekte ve değişiklik isteğini gidermesine katkıda bulunmaktadır (Rızaoğlu, 2004). Psikolojik açıdan iyi ve sağlıklı olma ile ilişkilendirilen bu durum, modern toplumlarda “tatile ihtiyacım var!” deyişi ile bir gereklilik haline geldiği anlaşılan turizmin önemini ortaya koyar niteliktedir (Urry, 2009). Dolayısıyla esasen bireyin otantiklik arayışı ile ulaşmak istediği özne odaklı otantikliğidir. Zira, nesne odaklı otantikliğe hizmet eden unsurların bireye dair sunduğu katkı nihai noktada, bireyin özne odaklı otantikliğine dönük olarak gerçekleşmektedir.

Özne odaklı otantikliğin gelişiminde iki unsur oldukça önemlidir. Bunlardan birincisi, içe bakış olarak isimlendirilen ve hakiki ben bilgisine erişmek için kendi üzerine düşünme ve tefekkür etmedir. İkincisi ise, eylem, tutum ve davranışlarında, iş yaşamında ve ilişkilerinde özünde olduğu gibi davranarak hakiki otantik benliğin dışı vurumunu sağlaması şeklinde ifade edilmektedir. Otantik benlik, özgün yetenek, kabiliyet, maharet, hüner, anlayış ve irfanın bileşimi ile ortaya çıkmaktadır. Otantiklik ideali ise içteki potansiyelin en iyi şekilde değerlendirilerek gerçek benliğin tüm yaşama yayılması ile kendini gerçekleştirme amacına yoğunlaşılmasıdır (Guignon, 2009). Turizmin bireyin sosyal psikolojik kazanımları noktasında bir araç olduğu düşünüldüğünde; bireyin seyahatinin yalnızca fiziksel bir seyahat olmadığı aynı zamanda içsel bir yolculuğa da çıkmış olduğu

anlaşılmaktadır. İçsel seyahat turistlere ruhunun derinliklerini anlama olanağı sunduğu gibi aynı zamanda kendini anlama, keşfetme ve kendini yenileyerek aşma fırsatı tanımaktadır. Nitekim turist, evine yani rutin yaşamına döndüğünde hayata bakış açısı ve olayları algılama şekli olumlu yönde değişebilecek ve bu durum bireyin, geleceğini şekillendirmesinde bireye katkı sağlayabilecektir (Rızaoğlu, 2004).

5. TARTIŞMA

Turizm faaliyetlerine katılım her durumda bireyin yabancılaşmadan kurtulmasını sağlamamaktadır. Yabancılaşmanın aşılmasında, bireylerin yabancılaşma düzeyleri ve buna bağlı olarak değişen otantiklik arayışı seviyeleri (Dann, 1977; Cohen, 1979; Cohen 1988) önemli olmakla birlikte katıldıkları turizm türü de önemli bir etken olarak görülmektedir. Örneğin, kültür turizmi kapsamında değerlendirilen bir etkinlik olan müze gezilerinin, inanç turizmi kapsamında yer verilen ve İslam dininin beş şartından biri olarak Mekke'ye gerçekleştirilen hac ziyaretlerinin ya da Hristiyanların dini mabetlerini hac amacıyla ziyaret etmelerinin yabancılaşmanın azaltılmasında olumlu etkileri olduğu (Lanquar, 1991; Doğan, 2004) belirtilmektedir. Bununla birlikte, günlük yaşamında tüm edim ve eylemleri kontrol altında olan, popüler kültürün esiri olmuş ve benliğini yitirmiş yabancılaşmış tüketim insanı, seyahatinin tüm detayları (nereye bakması, nerede ne hissetmesi, ne düşünmesi ve ne kadar süre ile eğlenmesi dâhil olmak üzere) daha önceden planlanmış bir tur paketi satın almaktadır. Dolayısıyla, tamamen özgür ve özgün olması gereken düşünsel ve duygusal süreçler de dahi kendi iradesini ve yeteneklerini ortaya koyamayan bireyin yabancılaşmış ruhunun, otantik benliği ile bir araya gelme olanağı zor görünmektedir (Doğan, 2004; Fromm 2014). Bu doğrultuda, bireyin oldukça pasif olduğu kitle turizmi faaliyetlerinin, yabancılaşmayı hafifletici bir etkide bulunamadığı, yabancılaşmanın tatil öncesi seviyelerde kalmasını sağladığı ya da önemsenmeyecek düzeyde olumlu bir etkide bulunabildiği aktarılmıştır (Urry, 2009). Fromm (2014), post modern insanın; herhangi bir doğal ve gerçekçi etkinlik sonrası, kendinde ortaya çıkan olumlu değişiklikleri farkederek seyahatten öncesine göre farklı bir insan olduğunu deneyimlediğini lakin, yabancılaşmış kitlesel eğlencelerden (öznenin tamamen pasif olduğu tatil paketleri) sonra ise kendinde hiçbir değişiklik olmadığını farketmediğini ifade etmiştir.

Bireylerin farklı yabancılaşma düzeylerine sahip olması da turizm deneyiminden sağlanacak faydanın seviyesini etkilemektedir. Yabancılaşma düzeyi daha düşük olan turistin daha kolay memnun edildiği veya başka bir ifadeyle tatilinden daha yüksek bir memnuniyetle ayrıldığı söylenilmektedir (Cohen, 1988). Nitekim, yabancılaşma ve otantiklik ilişkisinin, belirli turizm aktörlerinin içerisinde yer aldığı organik süreçler ile gerçekleştiği düşünüldüğünde; elde edilen sonucun da kişisel ihtiyaca, duruma ve ana göre değiştiği bilinmektedir (Xue vd., 2014). Bu doğrultuda, Cohen'in ortaya koyduğu turist tipolojisi, yabancılaşma ile ilişkilendirilecek olursa varoluşçu turistten rekreasyonel turiste, yabancılaşma düzeyi azalmaktadır. *Varoluşçu turistler*, yabancılaşmayı en fazla hissetmekte ve yeni bir manevi merkez aramaktadırlar. *Deneyimsel ve deneysel turistler*, yabancılaşmayı varoluşçulara göre az ama şaşırtıcı ve rekreasyonel turistlere oranla daha fazla hissetmekte ve otantiklik arayışları da bu iki gruba göre yoğun olan kimseleri oluşturmaktadır. *Şaşırtıcı turistler*, yabancılaşma hissetmekte ancak bu hisleri ve turizme katılma istekleri geçici olmaktadır. *Rekreasyonel turistler* ise gündelik yaşamlarında yabancılaşmayı oldukça az hissederek buna göre turistik faaliyetlere katılmaktadır (Rickly-Boyd, 2013).

Tüm bunların yanı sıra, otantik turizm faaliyetlerinin gelişimi ile turist kabul eden bölgede yaşayan yerel sakinlerin olumlu ve olumsuz kültürel etkilere maruz kalması söz konusudur. Bölge halkının kültürel değerlerinin korunması ve tanınırlığının artması, kültürel faaliyet çeşitliğinin artması,

kültürel etkileşimin sağladığı faydalar (farklı kültürleri öğrenme, açık görüşlülük, dil öğrenme vb.) gibi olumlu etkiler olsa da kültürel anlamda pek çok olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Bunlar; bölge halkının sanat anlayışının değişmesi, gelenek-görenek-örf ve adetlerinin değişmesi, dini inanış ve yaşayış biçiminin değişmesi, dilinin değişmesi, yerel kültürün metalaştırılması, yerel halkın istismarı vb. olarak sayılabilmektedir. Yerel halk ve turistler arasında yaşanan kültürel etkileşim sonrası yaşanan bir diğer olumsuz etki de bilhassa gelişmekte olan ya da az gelişmiş ülke toplumlarına ait kültürel yapının gelişmiş ülke toplumlarına ait baskın kültüre doğru bir dönüşüm gerçekleştirmesidir (Sampaio vd., 2014). Bu kültürel dönüşüm dört boyutta ele alınmaktadır (Wall & Mathieson, 2006):

- İçerisinde maddi çevreyi de barındıran somut kültürün benimsetilmesi,
- Turist kabul eden ve turist gönderen bölge kültürlerinin her ikisinin de kültürel dönüşüme uğraması,
- Kültürel üretim ve kültürün gelişim süreçlerinin yeniden yorumlanması,
- İletişim ve etkileşimin süresinin ve yoğunluk seviyesinin kültürel dönüşüm sürecini etkilemesi.

Kültürel dönüşüm çoğunlukla korunma ihtimalinin daha fazla olduğu varsayılan fiziksel görünüm ile başlamaktadır. Bilhassa geleneksel giyim tarzı ve bazı davranış kalıpları, gelenekçilerini ve uygulayıcılarını kaybettikçe dönüşüm süreci hızlanmaktadır. İlerleyen süreçte ise geleneksel yerel kıyafetler, yalnızca turizm faaliyetleri için kullanılan bir sembol hâline gelmektedir. Bu dönüşüm ile yerel mutfak kültürü de nispeten daha yavaş ve kısmi değişikliklere maruz kalsa da zaman içerisinde önemli farklılıkların yaşandığı anlaşılmaktadır (Carter & Beeton, 2004).

6. SONUÇ

Turizmde yabancılaşma konusuna varoluşçu perspektiften yaklaşan araştırmacılardan biri olan Wang'a (1999) göre, başka insanların önceden kurgulamış oldukları bir dünyada yaşayan bireyin düşüncelerinin ve eylemlerinin kontrol edilmesi ve sınırlandırılması ile yabancılaşma ortaya çıkmıştır. MacCannell (1976) ve Cohen'in (1979) yabancılaşma ve otantiklik konularına dair ortaya koyduğu çalışmalardan sonra bu iki konu turizmde görünür hale gelerek turizm araştırmacılarının ilgisini çekmeye başlamıştır. Buna bağlı olarak, yaş ve yabancılaşma arasındaki ilişkiye odaklanan araştırmacılar (Cohen, 1979; Maoz, 2006); iki değişken arasında doğrusal bir ilişkinin var olduğundan söz etmiştir. Dolayısıyla, yaşın ilerlemesiyle gezginlerin yabancılaşma düzeyinin arttığını veya yabancılaşma hâlini daha fazla hissettiklerini ortaya koyarak alan yazınına önemli bir katkı sağlamıştır. Aynı araştırmalarda genç yetişkinler, genç gezginlere göre seyahat tercihlerini etkileyerek seyahate çıkmalarına sebep olan bir yabancılaşma durumundan daha fazla söz etmiştir.

Diğer taraftan, farklı sosyodemografik özelliklere ya da kişilik özelliklerine sahip bireylerin farklı psikolojik beklentilerle seyahat ettiğine dair görüş kimi araştırmacılar tarafından desteklenmiştir (Cohen, 1984; Moore vd., 1995; Rızaoğlu, 2012; Rickly-Boyd, 2013; Pearce, 2013; Xue vd., 2014; Aktaş Polat & Polat, 2016; Çelebi, 2017). Tüm turistlerin tatil tercihi ve tatilden beklentilerinin aynı olmadığı bilinmektedir. Başka şekilde ifade edilecek olursa turistler, seyahat kararını verdikten sonra evine dönünceye dek diğer turistlerden farklı pek çok kararlar alabilir ve tercihlerde bulunabilirler. Turist davranışlarının farklı olmasının arkasında yer alan psikolojik nedenler anlaşılırsa, turistlere sunulan hizmet ve ürünlerde de bu farklılıklara göre birtakım uyarlamalar yapılabilir. Buna bağlı olarak da turistlerin turizmden elde ettikleri psikolojik tatmin düzeyi artırılabilir (Akgündüz, 2016). Ayrıca, turizmde ana aktör konumunda yer alan turistlerin davranışlarının sosyal psikolojik

gerekçelerinin bilinmesi, aynı zamanda turistik destinasyonlarda turist akışının sağlanabilmesi ve turizm işletmelerinin faaliyetlerini sürdürebilmesi için oldukça elzemdir.

Çok yönlü yapısı ile turisti sosyal psikolojik anlamda olumlu yönde etkileyebilme kapasitesine sahip olan turizm, kendi gerçekliğinden uzaklaşan, kimliğine ve kendi eylemlerine yabancılaşan bireyin, kaybettiği özüne yaklaşabilmesi ve kendi ile bütünleşebilmesi noktasında bir aracı olabilecektir. Sahip olduğu pek çok toplumsal rol içerisinde kaybolan, düşünceleri, eylemleri, kişiliği ve kimliği ile bir bütün oluşturamayan çağımızın yitik bireyinin öze dönüşünde turizm, bir alternatif olarak düşünülmektedir. Dolayısıyla bireyler, seyahat ederek ve/veya turizm faaliyetlerine katılarak kendi iç dünyalarını keşfetme olanağını elde edebileceklerdir.

Otantik ve doğal ya da bunlara yakın bir turistik ortam ile buluşan turist, turistik deneyim sayesinde karakterini ve yaşamı algılayışını sorgulayarak özgün yapısına erişebilme imkanına kavuşabilmektedir. Bu sayede birey, bir taraftan manevi derinliğini güçlendirebilirken diğer taraftan yaşamı algılayışına ilişkin yeni ve çok yönlü bir bakış açısı edinebilmektedir. Günlük yaşamında yabancılaşmış birey, bir turist olarak turizm faaliyetlerine katıldığında söz konusu ruh halinden sıyrılarak turistik yaşamın kendine özgü doğasında otantiklik arayışına girmek istemektedir. Otantiklik arayışı, bireye kendini tanıma ve kendi ile barışık olma olanağı tanıdığı gibi diğer insanlara ve toplumlara ilişkin olarak da daha anlayışlı bir tutum geliştirme imkânı sunmaktadır. Seyahatin sanat, seyahatçinin ise sanatçı olduğunu savunan Adler'de (1989) turizm hareketlerini performans, turisti de bu performansı icra eden bir sanatçı olarak değerlendiren Edensor'da (2000) turizm faaliyetlerinin bireyleri günlük rutininden uzaklaştırarak kendini tanımalarına yol açabileceğini ve kendi yaratıcı edimlerini sergileme fırsatı ortaya koyabileceğini anlatmıştır.

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde fizyolojik, güvenlik, sevgi-ait olma ve takdir-saygınlık kazanma ihtiyaçlarını karşılayan bireyin, kendini gerçekleştirme ihtiyacı söz konusu olacaktır. Turizm, sevgi-ait olma ve takdir-saygınlık kazanma ihtiyaçlarının karşılanmasına katkıda bulunsa da çoğunlukla kendini gerçekleştirme ihtiyacının giderilmesine yönelik bir faaliyet olarak görülmektedir. Kendini gerçekleştirme gereksinimi, diğer gereksinimler gibi karşılandığında son bulan bir gereksinim olmadığı için sürekli devam etmekte ve karşılandıkça şiddeti artmaktadır. Seyahat eden, yeni yerler gören, yeni kültürler keşfeden, yeni insanlar tanıyan, kendini daha yakından tanıyan insanın seyahat ve keşfetme isteği sürekli olarak artmakta, ilgi ve merak alanı genişlemektedir. Daha önce denemediği sportif faaliyetleri deneyen, daha önce karşılaşmadığı türden canlılar ile karşılaşan, doğa ile daha yakın temasta bulunan, önyargı ile yaklaştığı kültürleri yaşamsal pratikler içerisinde görme imkânı bulan insanın ufku genişlemekte, kendisi, çevresi, diğer insanlar, doğa ve yaşam ile ilişkisi olumlu yönde farklılaşmaktadır. Nitekim tüm bu değişiklikler, kendine yabancılaşan bireyin kendini yeniden bulmasına ve keşfetmesine dönük olarak çok yönlü faydayı beraberinde getirebilecektir.

KAYNAKÇA

Adler, J. (1989). Travel as performed art. *American Journal of Sociology*, 94(6), 1366-1391.

Akdeniz, E. B. (2012). *J. P. Sartre'de yabancılaşma fenomeni*. Karakoyun Yayınları.

Akgündüz, Y. (2016). Turist, turizm ve turist psikolojisi. İçinde E. Duran, & C. Aslan (Eds.), *Turizmin sosyal psikolojik dinamikleri* (ss. 31-45). Paradigma Akademi Yayınları.

Aktaş Polat, S. A., & Polat, S. (2016). Turizm perspektifinden yabancılaşmanın sosyo-psikolojik analizi: Günlük yaşamdan turistik yaşama yabancılaşma döngüsü. *Sosyoekonomi*, 24(28), 235-253.

Allport, G. W. (1961). *Pattern and growth in personality*. Holt, Rinehart and Winston.

- Aristoteles. (2014). *Politika* (Çev. M. Tunçay). Remzi Kitabevi.
- Atılğan, Z. (2010). *Anomi ve yabancılaşma bağlamında İstanbul'daki kapkaç olaylarına bakış*, Tez No: 263572 [Doktora Tezi], Fırat Üniversitesi.
- Bulut, Y. (2024). *Yabancılaşma ve postmodern gezginin otantiklik arayışı*. Paradigma Akademi Yayınları.
- Carter, R. W. & Beeton, R. J. (2004). A model of cultural change and tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 9(4), 423-442.
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experience. *Sociology*, 13(2), 179-201.
- Cohen, E. (1984). The Sociology of tourism: Approaches, issues, and findings. *Annual Review of Sociology*, (10), 373-392.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 371-386.
- Çelebi, S. K. (2017). Turistik deneyime hayvanların dâhil edilmesi. İçinde E. G. Küçükaltan & S. E. Dilek (Eds.), *Metalaşan turizm - metalaştırılan hayvanlar turizmin ahlaki sorumluluğu olabilir mi?*. Nobel Yayınevi.
- Dann, G. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
- Descartes, R. (2015). *Yöntem üzerine konuşma* (Çev. M. Erşen,). Say Yayınları.
- Develioğlu, K. & Tekin, Ö. A. (2012). Otel çalışanlarının yabancılaşma düzeyinin demografik özellikler kapsamında incelenmesi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(3), 121-128.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin sosyo-kültürel temelleri*. Detay Yayıncılık.
- Dubrin, A. J. (1994). *Applying psychology: Individual and organizational effectiveness*. Prentice Hall.
- Durakoğlu, A. (2013). Mevlana ve Marcel'de insan varlığı. *Akademik Bakış Dergisi*, (37), 1-19.
- Duran, E. (2016). Turist perspektifinden. İçinde E. Duran & C. Aslan (Eds.), *Turizmin Sosyal Psikolojik Dinamikleri* (ss. 171-188). Paradigma Akademi Yayınları.
- Duru, E. (1995). Üniversite öğrencilerinde yabancılaşma ve yalnızlık düzeyi ilişkisi, (Tez No: 41347) [Yüksek Lisans Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Earl, B. (2020). *The practice of social research*. Cengage Publisher.
- Edensor, T. (2000). Staging tourism tourists as performers. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 322-344.
- Ergil, D. (1980). *Yabancılaşma ve siyasal katılma*. Olgaç Yayınevi.
- Ertoý, M. (2007). *Yabancılaşma kader mi, tercih mi?*. Lotus Yayınevi.
- Freud, S. (2016). *Kültürdeki huzursuzluk* (Çev. V. Atayman). Say Yayınları.
- Fromm, E. (1996). *Özgürlükten kaçış* (Çev. Şemsa Yeğin). Payel Yayınevi.
- Fromm, E. (2014). *Sağlıklı toplum* (Çev. Y. Salman, & Z. Tanrısever). Payel Yayınevi.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday Publishing.

- Goldman, B. & Kernis, M. (2002). The role of authenticity in healthy psychological functioning and subjective well-being. *Annals of the American Psychotherapy Association*, 5(6), 18-20.
- Guignon, C. (2009). *Kimim ben: Otantik olmak* (Çev. A. Tüzer). Lotus Yayınevi.
- Gül, A. (2010). Benlik düzenleme odakları, otantiklik ve ilişkisel / özerk benlik ketlenmesi, (Tez No: 264172)[Yüksek Lisans Tezi]. Mersin Üniversitesi.
- Gül, A. (2016). Otantiklik ve dindarlığın özgecilik üzerindeki rolünün incelenmesi, (Tez No: 441197) [Yüksek Lisans Tezi]. Ondokuz Mayıs Üniversitesi.
- Güleç , C. (2015). *Ustaca yaşamak ve otantik varoluş*. Pusula Yayınevi.
- Gülüm, E. (2015). Yaratıcı turizm - halk kültürü ilişkisi ve yerelin popülerleşmesi. *Milli Folklor*, (105), 87-98.
- Hegel, G. (2016). *Tarih felsefesi I* (Çev. Y. Kaplan). Külliyat Yayınları.
- Heidegger, M. (2011). *Varlık ve zaman* (Çev. K. H. Ökten). Agora Yayınları.
- James, W. (1963). *The varieties of religious experience*. University Books.
- Köprülü, M. F. (2016). *Türk edebiyatı tarihi*. Alfa Basım Yayım.
- Lanquar, R. (1991). *Turizm ve seyahat sosyolojisi* (Çev. G. Ö. Kayır). İletişim Yayınları.
- MacCannell, D. (1976). *The tourist: A new theory of the leisure class*. Schocken.
- MacCannell, D. (1989). *The tourist - a new theory of the leisure class*. With a New Introduction by the Author.
- Maoz, D. (2006). Erikson on the tour. *Tourism Recreation Research*, 31(3), 55-63.
- Marx, K. (2017). *Yabancılaşma*. Sol Yayıncılık.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. Harper & Row Publisher.
- Montaigne. (2016). *Denemeler* (Çev. S. Eyüboğlu). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Moore, K., Cushman, G. & Simmons, D. (1995). Behavioral conceptualization of tourism and leisure. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 67-85.
- Moutinho, L. (1987). Consumer behaviour in tourism. *European journal of marketing*, 21(10), 5-44.
- Nash, D. (1981). Tourism as an anthropological subject. *Current Anthropology*, 22(5), 461-481.
- Özbudun, S., Markus, G. & Demirer, T. (2008). *Yabancılaşma ve... .* Ütopya Yayıncılık.
- Özel, İ. (2016). *Üç zor mesele*. Tiyo Yayıncılık.
- Parrinello, G. L. (1993). Motivation and anticipation in post-industrial tourism. *Annals of Tourism Research*, 20(2), 233-249.
- Pearce, P. L. (2013). *The social psychology of tourist behaviour: International series in experimental social psychology*. Pergamon Press.
- Rickly-Boyd, J. M. (2013). Alienation: Authenticity's forgotten cousin. *Annals of Tourism Research*, (40), 412-415.
- Rızaoğlu, B. (2004). *Turizm ve toplumsallaşma*. Detay Yayıncılık.
- Rızaoğlu, B. (2012). *Turizm davranışı*. Detay Yayıncılık.

- Rousseau, J. J. (2015). *Toplum sözleşmesi* (Çev. V. Günyol). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Sampaio, S., Simoni, V. & Isnart, C. (2014). Tourism and transformation: Negotiating metaphors, experiencing change. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 12(2), 93-101.
- Sartre, J. P. (2017). *Baudelaire* (Çev. A. Tümertekin). İthaki Yayınları.
- Sedmak, G. & Mihalic, T. (2008). Authenticity in mature seaside resorts. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 1007-1031.
- Seeman, M. (1959). On the meaning of alienation. *American Sociological Review*, 24(6), 783-791.
- Seeman, M. (1991). Alienation and anomie. İçinde P. S. Shaver & L. S. Wrightsman (Eds.), *Measures of personality and social psychological attitude* (ss. 291-372). Academic Press.
- Shim, C. S. (2013). Postmodern tourism as signification: Definitional constructs of authenticity in the context of tourism and their influence on the urban tourist experience [Doktora Tezi]. Illinois Üniversitesi.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, (104), 333-339.
- Stebbins, R. A. (2001). *Exploratory research in the social sciences*. Sage Publications.
- Steiner, C. J. & Reisinger, Y. (2006). Understanding existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 299-318.
- TDK [Türk Dil Kurumu], 2018. Erişim Tarihi: 25 Mart, 2018. Erişim Adresi: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5abba9ea738765.06100147.
- Tolan, B. (1980). *Çağdaş toplumun bunalımı: Anomi ve yabancılaşma*. Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları.
- Torraco, R. J. (2005). Writing integrative literature reviews: Guidelines and examples. *Human Resource Development Review*, 4(3), 356-367.
- Trilling, L. (1972). *Sincerity and authenticity*. Harvard University Press.
- Tutar, H. (2022). Nitel araştırmalarda geçerlilik ve güvenilirlik: Bir model önerisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 117-140.
- Urry, J. (2009). *Turist bakışı* (Çev. E. Tataroğlu & İ. Yıldız). Bilgesu Yayıncılık.
- Uygur, N. (2002). *Çağdaş ortamda teknik*. Yapı Kredi Yayınları.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 249-270.
- Wall, G., & Mathieson, A. (2006). *Tourism: Change, impacts, and opportunities*. Pearson Education.
- Weber, M. (2011). *Protestan ahlakı ve kapitalizmin ruhu* (Çev. M. Köktürk). Bilgesu Yayıncılık.
- Xue, L., Manuel-Navarrete, D. & Buzinde, C. N. (2014). Theorizing the concept of alienation in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 44, 186-199.
- Yeniçeri, Ö. (1997). *Yozlaşma ve yabancılaşmaya karşı itirazlar*. Töre Yayınları.

Yazar(lar) Hakkında/About Author(s)

Yasin Bulut/yasin.bulut@kapadokya.edu.tr

Dr., bağımsız araştırmacı, Lisans eğitimini 2016 yılında Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü'nde, yüksek lisans eğitimini 2018 yılında Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı'nda tamamladı. 2019 yılında Anadolu Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Uluslararası İlişkiler lisans programından mezun oldu. Doktora eğitimini ise 2025 yılında Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı'nda tamamladı. Ayrıca, iki buçuk yıl süreyle Kapadokya Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olarak görev yaptı.

ETİK BEYAN FORMU

Araştırma Desteği Bilgisi: Araştırma desteği alınmamıştır.

Etik Kurul Onay Durumu

() Etik kurul raporu vardır.

Etik Kurul Raporunu Veren Kurum: -

Etik kurul raporu karar tarihi: -

Karar Sayı No: -

(x) Etik kurul onayı gerekmemektedir. (Nedenini kısaca açıklayınız.)

Derleme çalışma olduğu ve birincil veriye ulaşmada deneklerden veri toplanmadığı için gerekmemektedir.

Yazar(lar)ın Katkı Oranı

1.Yazar: % 100

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.