

Vaka Takdimi

Prof. Dr. Atila YÜKSEL
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Turizm Fakültesi
atilayuksel@gmail.com

Turizm Akademisinde Yanılsamalar¹**Giriş**

Tüm gayrete, içinde “turizm” kelimesi geçen yüzlerce süreli yayınların bulunmasına (1945 Tourist Review, 1962 Journal of Travel Research, 1973 Annals of Tourism Research, 1980 Tourism Management) ve istisnai ışık çakan akademik çalışmalara rağmen genel olarak “*turizmi kendine has özerk bir yapı olmaktan daha çok toplumun bir turistik boyutu*” olarak ele alan uluslararası ve ulusal turizm akademisinin disiplinsel özerkliği yoktur. Altmış yılı aşkın geçmişinde diğer bilim alanlarından (*ağırlıklı olarak sosyoloji, antropoloji, coğrafya, rekreasyon, pazarlama, yönetim, ekonomi, yöntembilim, planlama vb.*) ithalat yapmaya devam eden, bu disiplinlerden aldığı “ödünç kavram ve konseptleri” sadece esneten, kendine has belirgin bir kavram ağı oluşturmayan, nesnellik kriteri bulunmayan turizm akademisinde her hangi bir öz “*yöntem, yaklaşım, model, bilgi*” henüz diğer bilim alanlarına ihraç edilebilir olgunluğa gelememiştir. Düşünmek ve gözlemlerle başlayıp, olan biteni anlamak ve açıklamak için daha fazla düşünerek ve gözlem yaparak kavramları fark etmek, ilişkileri akıl süzgecinden geçirmek aşamalarından geçmek gerekirken, “bilimselcilik hevesine” kapılmış, aceleci, taklit ederek bir şey bulma adına yayın yapma telaşında olan, araştırmada “bulamamanın ve hatanın” bilimi ilerletmek olmadığına inanan yoğun pozitivist turizm akademisinin varlığı karşısında cılız da kalsa sadece bir avuç teorisyen tarafından turizm akademisinin mevcut durumunun eleştirisi yapılmaktadır (Franklin ve Crang, 2001). Turizmi var olan yapılar içinde, sosyal olarak yapılandırılmış bir insan aktivitesi olarak gören bu cılız ses ısrarla turizm bilgisini oluşturanların da insan olduğuna dolayısıyla kişisel beğenilerinin, yanlılıklarının bulunduğu, diğer disiplinlerden ödünç alınan sözde “kuralların” hem geliştirici hem de engelleyici olduğuna; bilginin bilgiyi üreten kişinin durduğu pozisyondan etkilenebileceğine

¹ Bu çalışma 8. Uluslararası Turizm Sempozyumuna sunulmuştur.

(ekonomist duruşu, coğrafyacı duruşu, antropolog duruşu, sosyolog duruşu, anglo-sakson duruşu gibi); turizm bilgisinin evrenselliği tartışmalı serbest pazar ve liberalizm ideolojilerinin etkisinde olduğuna ve turizmde gerçeğin aranmasının ardında “metalaştırmanın” varlığına dikkat çekseler de (Tribe ve Airey, 2007) “yayın aşkı” bu tarihi uyarının kulaklara ulaşmasını engellemektedir. Bilirsiniz aşk geçici bir hevestir, sevda ise son nefese kadar sürer.

Turizmde teori ihtiyaç mıdır? Oldukça tartışmalı bir konu. Zıt görüşler var. Bu yazıda bu görüşlerden ilkinde değineceğim. Bir teorinin geliştirilmesi o teoriye girdi olan konunun, ilişkilerin, etkileşimlerin, eylemlerin öznelerinin ve nesnelere, beraberinde yanılısamların etraflıca anlaşılmasını gerekli kılmaktadır. O nedenle “turizmin teorisi olmalı mıdır?”ı ele alan bu çalışmada turizmin ve turizm akademisinin içinde bulunduğu hal hakkında mülahazalar yapılacaktır. Özetle bu çalışmanın ilk kısmı bir yandan turizm akademisinde yetersiz teori tartışmasına hız vermeyi hedeflerken diğer yandan “turizmde üretilen bilginin niteliğinin şaibeli olup olmadığını, keşfedilmemiş hakikatin hala gölgede bir yerde bulunup bulunmadığını” tartışmaya açmayı amaçlamaktadır.

Turizmin makro ya da mikro teorisi var mıdır, olmalı mıdır?

Turizm araştırmaları ve araştırmacıları turizmin hızına yetişememektedir. Turizm maalesef genellikle bir ekonomik gelişme olarak ele alındığından araştırmaların ve araştırmacıların önceliği de sadece iş dünyasının ve turizm yatırımcılarının perspektifinden şekillenmiş ekonomik önceliklere uymaktadır. Bir bilim dalı olup olmadığı konusunda ciddi tartışmalar yaşayan turizmin en büyük eksiği, ki bazılarının iddiasına göre “çok teorisi” vardır (McKercher ve Prideaux, 2014) henüz tanımlanmış mikro ve/veya makro bir teorisinin bulunmayışıdır (Tribe, 2010). Aslında böylesine bir teorinin değerlendirilmesi önce bulunmasına bağlıdır. Var olan her on çalışmadan en az birinin turizm alanına teorik katkı yaptığının iddia edildiği; ancak, teori kelimesinin yedi farklı anlamda kullanıldığı turizm akademisi ilginç bir alandır. Son yıllarda turizm gibi farklı araştırma alanlarında da paralel bir “teorik katkı” düşkünlüğü görülmektedir. Bu nedenle eskiden 0.004 olan “çalışmanın teorik katkısı” iddiası 2000’li yıllarda 0.20’lere kadar çıkmıştır (Smith vd., 2013). Bu düşkünlük ister istemez “teori nedir ki teorik katkı ne olsun” sorularına cevap aramayı, bu arayıştaki olası yanılısamları tartışmayı zorunlu hale gerektirmektedir (*Teorinin anlam olarak ne olduğu için lütfen Mouza, (2018), Smith vd., (2013) ve Stergiou ve Airey, (2018)’in çalışmalarına bakınız*).

Disiplinler arası bir yerde olduğu iddia edilen ama nedense yeri tam olarak bir türlü açıklanamayan turizm alanındaki bilginin ilerlemesindeki en temel yakıt olan “*kendine ait mikro/makro teorinin geliştirilmesi ve bu teorinin gerçek yaşamdaki yansımalarının çalışılması eksikliği*”, günümüzde sözde çalışmalarla olguları, olayları bunlara ev sahipliği yapamayan turizmle ilişkilendirme çabasını daha da trajik hale getirmektedir. Mousa’dan hareketle (2018), geriye baktığımızda turizmin anlaşılmasına yönelik üç teorik yaklaşımın varlığı tartışılabilir. (1) *Bir bütün olarak anlamak yerine halihazırda oldukça karışık turizmin anatomik yapısını küçülterek, parçalara bölerek anlama arayışı*. Bu yaklaşım gerçek hayattan koparak, gerçeği bir bütün olarak değil gerçeğin alt yansımalarının parçalarını açıklamayı amaçladığından asla gerçeğin kendini açıklayamaz. (2) *Olguyla ilgili gerçeği ortaya çıkarmaktan daha çok olgunun açıklanması ve tahmin edilmesini savunan yaklaşım* ve (3) *gerçekçilik arayışı adına turizmde bilginin teoriden ya da yöntemden bağımsız bulunabileceğini savunan yaklaşım*. Bu yaklaşım bir sonuç bulmak için kendi gerçeğini ya da gerçek olarak kabul edilecek kavramları türetmeye ve bunlar türetildikten sonra türetilen bu kavramın diğerleri karşısında gayretle savunulmasına dayalıdır, bu da turizm dünyasını anlamak açısından yetersiz gelebilir. Şimdilerde ise dördüncü bir teorize etme yaklaşımından bahsetmek mümkün. Bu yaklaşımda insan dışındaki mekan ve süreçlerin etkisinden vazgeçilerek, “teori” bilişsellik moda akımının pençesinde zihinsel süreçlere doğru evrilmektedir.

Ancak tüm bu yaklaşımlar, bilimsel olarak geliştirilmiş olsa bile “bir insanın yargısını oluştururken başvurduğu sağduyuyu, bazen anlam kayması yaşayan sağduyuyu açıklamaya yeterli olamadığını ve olamayacağını henüz kabul etmemektedir.” Turizmin içinde insansı (sübjektif) özellikleri minimize edilmiş, nesnel, turizm olgusunu anlamaya ve açıklamaya çalışırken kanıtlanmış kurallara ve gerçeklere dayandıran, rafine ve revize edilmeye olanaklı, kavram ve yapıları tanımlayabilen, gerçekte turizm olgusundaki benzerlikleri, farklılıkları, tutarsızlıkları, tekrarlanabilir yöntemlerle analiz etmek için temel yapıyı oluşturabilecek mikro ve/veya makro seviyede bütünleştirici bir teorik yaklaşıma olan ihtiyacı ateşli tartışmalara gebecektir.

Turizm bir ekonomik davranış mıdır?

Turizm akademisinin büyük yanılsamalarından bir diğeri turist hareketlerinin dış uyarılara verilen tepki olduğu ve turizm hareketinin fetişist bir inançla bir davranış,

özellikle ekonomik bir davranış olduğu iddiasıdır. Oysa, turizm maddeden çok manevi bir yolculuktur. Hayyam'ın dediği gibi seyahat eden iki kere yaşar. Archer'in (1977) yazdığı "Turizmde Çarpan Etkisi" bu ekonomik bakış tiranlığı için bulabildiğim tek nedendir. Bu dönüşümsel seyahatteki soyut ve somut, olgu ve fenomenleri açık tanım ve gerçeğin varlığının ispatıyla bilgiye dönüştürmesi gereken; akla dayalı çabayı sergilerken bilimi, teoriyi, pratiği, soru sormayı, aydınlatmayı, eleştiri yapmayı, şüphe etmeyi elden bırakmaması gereken bilim insanlarının konulara iş dünyası ve yatırımcı gözüyle ekonomik perspektiften bakması kısa sürede aşılamayacak bir tercihtir. Bu nedenle turizmin "kime göre, neye göre ne olduğunu" mevcut ekonomik gücünün bakış açısıyla değil, basit tanımlayıcı ifadelerle sarılmayan, her şeyi açıklayabildiğini iddia etmeyen, fenomenler arasındaki ilişkileri açıklamak için bu ilişkilerin nasıl test edilebileceğini ve ölçülebileceğini gösteren, benzer teorilerden belirgin şekilde ayrılabilen, açıklayıcılıkta daha güçlü bir performans sergileyen bir rakip çıkana kadar tutucu, dayanıklı ve ayakları yere sağlam basan, kısa ve öz, güçlü ve güçsüzün eleştirel bakışını yansıtan bir yaklaşıma ihtiyaç vardır. Çünkü turizm ekonomik bir davranış olmaktan daha çok uygun psikolojik, biyokimyasal, ekonomik ve niyetsel koşulların oluşması durumunda, enerji, kendini bulma ve üretim arayışındaki bireyin bu faydaya ulaşabilmesi için aktif ya da pasif biçimde gönüllü olarak yer aldığı, doğal ve yapay çevresiyle yaptığı sosyal, kültürel, fiziksel, sanatsal gerçek ve sanal etkileşimler aracılığıyla zihninde kişiye özel dönüşümcü anıların oluşmasına, deneyimlenmesine ve hatırlanmasına açık, soyut ve somut izleri barındıran kişisel, GELİŞİMSEL bir yatırımdır. Turist ise beslenmek için bazen diğerleri tarafından belirlenen rotayı bazense bağımsız belirlediği rotayı izleyerek, genelde farklı bazen aynı çiçekleri deneyen, topladığı çiçek tozlarıyla diğer çiçeklerin ve yer aldığı habitatın dönüşümüne, izlediği rotayla diğerlerinin gelişim seyahatine etki eden, değişik çiçeklerden aldığı tozu kendine ait hormonal katkıyla farklı ve tüketilebilir öze dönüştürerek peteğinde yer alan çok sayıda boş gözü doldururken bu gözlerden sadece kendinin değil aynı zamanda yakın çevresinin beslenmesine de izin veren, üretmek için tüketen bir arı gibidir.

Turizm ve pozitivist pazarlama/yönetim evliliği mutlu bir beraberlik midir?

Turizm akademisinin ikinci en büyük yanlışı yaptığı mutsuz evlilikten kaynaklanmaktadır. Özellikle turizmin, yönetim ve pazarlama araştırmaları ile bilimsel etiketleme ve sınıflamanın arkasındaki pozitivist hırslarla yaptığı evlilik hem mutsuz hem de psikolojik ve sosyolojik açıdan düz tabanlı çocukların doğmasına neden olmuştur. Turizm konusunda "hakikat" karmaşık bir kavramdır ve hakikat arayışı,

kayma, yanlış adım, zorluk ve yıkılmış inançlarla doludur. Gerçeği ararken “bilimsel araştırmanın tatsız ama kuzeni olan hatayla kaçınılmaz olarak karşılaşırız. Ancak turizm araştırmaları hatayı sevmez, nedense hep doğru olmalıdır.” Turizm araştırmalarında yönetim teorilerinden miras kalan “kesin doğruluk” önemli bir yanılsamadır. Turizm araştırmalarında istatistik kullanımı ve basit betimsel açıklamalar yerine gözlemlenen olayların arkasındaki temel güçlerin kavramsal derinliğini ve temel güçlerini anlamalarını sağlamak için teorik modeller veya içgörüler gereklidir. İyi bir teoriden daha pratik ve yararlı olan başka bir şey yoktur. Aşırı hızdan, başkasını taklit etmekten dolayı çıkan sonuçların doğru olup olmadığı tam da denenmeden, sonuçların kendini tekrar edip etmediğine bakmadan araştırmacılarından bir kesinlik vurgulamasıyla genellenebilir yargılar çıkıveriyor (Yüksel, 2018). “Bu “kesinlik” saplantısı “antaoinizmin” bir tezahürü gibidir. İşte turizmin kendisine kılavuz olarak seçtiği yönetim-pazarlama alanından olasılığa göre test edilmiş “bilimsel kesin” bulgulardan bazıları: Güzel (yakışıklı) ebeveynlerin (anne-babanın) çirkin ebeveynlere göre kız çocuğu sahibi olma ihtimali daha yüksektir (Kanazawa 2006). Köri yemek beynin bilişsel kapasitesini yükseltir (Tze-Pin vd. 2006). Video oyunu oynayan cerrahlar ameliyatta daha başarılı performans sergiler (Rosser vd 2007). Solak çocukların gelecekte alacakları maaş, sağ elini kullanan çocuklara göre daha yüksektir (Ruebeck vd. 2006)!!!” (hipotez doğrulamanın yanlışlığı için bakınız Yüksel², 2018).

Evren yerine yanlış mikro kozmoslarda yaşamak daha mı rahattır?

Tarzi, tadı, kimliği olmayan bir köpüğün genişlemesindeki kantitatif büyümeden başka anlam ifade etmeyen turizm araştırmaları büyüdükçe kendini daha çok kabul gören analizlere, standardize edilmiş tanımlara hapsederek bir avuç kendi mikro kozmosunda yaşayan akademisyene yönünü emanet etmiş olması turizm akademisinin üçüncü büyük yanılsıdır. Potansiyeli itibariyle disiplinler arası bir alan olabilecek turizm, üretim ve iletişim sistemleri adayı olarak içinde yer alan bilim insanlarının entelektüel oryantasyonun uzmanlaşmasını gerektirirken bugünkü durumu birbirinden bağımsız, genelde kopuk, düzensiz farklı mikro kozmoslardan oluşan oldukça dağınık bir evren görünümündedir. Bu manada karşımıza çıkan en büyük engel turizmin alt fakat egemen akademik kozmoslarında oluşan mevcut bilginin ya da kuralların tarafsız değil taraflı bir seçicilik sonucu oluştuğudur. Bu seçicilikten dolayı turizm araştırmacısı elindeki ışığı sadece ilgilenmeyi istediği küçük bir alana tutmakta ve dolayısıyla sadece o seçilmiş alanla ilgili anlama ve açıklama arayışına girmektedir. Seçilen alanın seçilme gerekçesinin arkasında tarafsızlık değil araştırmacının mevcut bilgisi vardır.

Sadece bununla kalmamakta, hemen hemen her platformda objektiflikten dem vuran turizm araştırmacısı araştırmayı yaparken de mevcut bilgi ve deneyiminin etkisiyle bir yanlı seçicilik sürecinden geçmektedir. Araştırma sonunda anlatılan hikaye, kaçınılmaz olarak araştırmacı, kişi ve onların yerleşimleri tarafından çarpıtılacaktır (Tribe, 2006). Bu da üçüncü yanlı seçicilik halkasıdır. Mikro fakat baskın akademik kozmosların varlığı, beraberinde araştırmacı seçiciliğinin etkisi, turizm araştırmalarının doğal yansıtmasına, gerçeği temsil etmemesine neden olmaktadır (Rorty, 1979). Dolayısıyla turizm mikro kozmoslarında var olduğu iddia edilen genel kural o akademik kozmos adına konuşanların kimler olduğuna, mekânsal, zamansal ve idari pozisyonlarına, pozisyonlarını sürdürmekte kullandıkları sosyal uygulamalarına bağlıdır.

Defolu araştırma şablonunu görmemekte neden defoluyuz?

Turizm akademisinin dördüncü büyük yanılsaması bildiği halde “defolu araştırma şablonunu” kullanmaya devam etmesidir. Öyle ki bu şablon (kalıp) bayat, işe yaramaz bilgi üretmeye, aynı konuların tekrar tekrar tavaf edilmesine, aynı yorumların tekrar tekrar çemkirmesine neden olmaktadır. Böylelikle, turizm bir seri farklı, yerel bir olguya karşı gaddar ama mantıklı ekonomik adamın vücut bularak bir bir sayılabilir ve sıralı satın alma, seyahat, konaklama, ayrılış eylemlerini sınıflama çabasına dönüşmüştür. Turizmde var olan mikro akademik kozmoslarının amacı bir sınıf altındaki sınıfı, onunda altındaki sınıfı, sınıfında altındaki sınıfı bulmaya indirgenmiştir. Bu büyük bir yanılgıdır. Turizmin bir bilim dalı ve içindekilerin bir bilimsel topluluk olabilmesi için kat etmesi gereken mesafe ve bu mesafeyi kat ederken farklı bilim insanlarınca temsil edilen akademik kozmoslar arası etkileşimin yoğunlaştırılmasına, ortak değerlerin bulunmasına, uzmanlık ortaklığına, ilgili bilim insanların sözde turizm disiplini denen olgunun sorunlarına ortaklaşa yönelmesine ihtiyaç vardır. Ancak, bağımsız kozmoslardaki araştırmacılar genelde kendilerini kendi ormanlarında gerçeği ortaya çıkarmak, sorunu çözmek için sözde iyi donanmış, bireysel araştırmacı öncüler yani bir nevi “ormandaki aslanlar” olarak görmektedirler (Tribe, 2006). Ama belki de araştırmacılar rolleri ve inandıkları mevcut bilimsel paradigmaca kafeslenerek sınırlandırılmış sirkteki aslanlardır (Biddle 1979). Bunlar Babil kulesini bir kere inşa ettikten sonra eleştirel analizlere girmek yerine mevcut bilgiyi ve esen sosyal rüzgarı kabul ederek turizm kulesinin eleştirel olmayan bir yaklaşımla Babil kulesine aynen benzer şekilde inşa edilmesini hedeflemektedir. Ancak, yapıldıktan sonra yıkılan Babil

kulesinde olduğu gibi turizm kulesi de temellerinden sarsılmaktadır. (Daha detaylı tartışma için Yüksel¹²³⁴ (2018) bakınız.)

Sınıfla(yama)ma çılgınlığı, nereye kadar?

Mevcut bilimsel yaklaşımda büyük ve takıntılı akademik patlamanın neden olduğu bir sınıfla(yama)ma çılgınlığı turizm akademisinde de devam etmektedir. Bunun sonucunda ise “yapılacaklar listeleri” üretilerek turizmin düzenlenebileceği ve yönetilebileceği zannedilmektedir. Bu beşinci yanılgıdır. Özel ilgi türü turizm türlerinin üretilmeye devam ediyor oluşu turizm akademisinde büyük resmi görmemizi engelleyen altıncı önemli yanılgıdır. Sadece yeni “hakim” alt ve bağımsız kozmoslar yaratılmaktadır. Turizm artık ne bir konuda uzmanlaşmış tüketici ürünü ne de tüketim türüdür. Turizm fani ve kısa süreli bir ritüel olmaktan çoktan çıkmış, giderek sınırsızlaşan modern yaşamın içinde düzenlendiği araç olmuştur. Kendince oluşturulmuş turistik mekanlara, özel ilgi alanlarına sıkıştırılmaya devam edilmesi, evinden uzakta olanların davranışı olarak görülmesi yerine turizmin küresel sosyal yaşantı olarak algılanmasının zamanı gelip de geçmektedir.

Yaşam estetiği, nerede?

Turizm akademisinin yedinci büyük yanılgısı bilim insanlarının turistleri anladığını sanmasıdır. Oysaki sosyal bir deney laboratuvarında denenmemiş çok sayıda ve başka kimliklerini sürekli deneyen, yeni ilişkilerin sonuçlarını test eden, hayal aleminde ve zihninde seyahat etmesine elveren becerilerini deneyen, gerçek ve fantezi arasında sürekli gelip giden turistleri “ekonomik gerekçelerle hareket ederler” bakış açısına hipnoz olmuş bilim insanlarının anlaması imkansızdır.

Turist bir egzotik göçebe midir?

Turizm akademisinin yanlış yöne gitmesinin nedeni olan sekizinci büyük yanılsaması başka bir yerdeyken diğer insanlar “ne yapar”dan başka bir şey merak etmeyen araştırmaların formalize edilmiş dedikodudan öteye gitmeyerek turizmi egzotikleştirmek istemesidir. Turizm egzotik bir göçebelik değildir, modern göçebeliler için bir oyalanma yeri değil yaşam alanıdır. Turizm hareketi basitçe ayrılmak ve ayrıldığı yere geri dönmek değil, yeni bir yerde yaşarken evi özlemek, eve dönerken yeni yaşantısını

özlemek gibi çok karışık duyguların yaşantısıdır. Bu dokuzuncu yanılısamanın fark edilmesi gerekmektedir.

Neden her şey eril?

Turizm teorisyenlerinin ve beraberindeki araştırmaların onuncu en büyük yanılığı erkek egemen bakış açısını görmemeleridir. Turizme ve turizm araştırmalarına konu olan hemen hemen her şey erkek dünyasının ürünü olup, erkeğe haz vermek için erkek arayışına verilen cevap olarak kadını tüm nesne ve objelerin erkeğe hizmet etmek için sergilendiği insan hayvanat bahçesidir. Ne seyahat halindeki turist ne de turizm araştırmacılarının aynen erkek mantalitesinde olduğu gibi araştırma halindeyken asla evcil sorumlulukları yoktur. Her şeye bakabilir, burnunu sokabilir ama kimse ona bakamaz, her şeye dokunabilir ama kimse ona dokunamaz. Bir erkek gibi meydan okuyan bir tarzda herkese her şeyi sorabilir ama kimse ona soramaz. Turizm teorisinde tek kutuplu erkek egemenlikten biraz uzaklaşıp her şeyi gözlemleyen, neden olduğunu sertçe sorgulamadan önce onu şefkatle kucaklayan kadın bakış açısına ihtiyaç vardır.

Fark edilmeyen yapaylık?

Turizm akademisinin on birinci yanılısaması sözde teori-bazlı soruların ürettiği insan eliyle oluşturulmuş, yapaylıktır. Herkesin taptığı kozmostaki bir akademisyenin eksik tanımı bu sonucun nedenidir. Turizmin turistin görmeleri için oluşturulan yapay yapıyı görenlerden oluştuğu sübjektif bir dünya olduğu inancı yanılıştır. Turizmin tamamen bir görsellik olduğu düşüncesi turistin sübjektif özgürlüğe sahip olduğunu varsayarak çok büyük günah işlemektedir. Öze dönüş peşinde, baktığına anlamak için bir defa daha bakan, yapay yapılardan daha çok günlük hayatın önemsiz ayrıntılarına dalan, turistik sunuşlara küçümseyerek bakan bu insanların davranışlarını görmediği ve önemsemediği bir görsellik içine sıkıştırmak ahmaklıktır. Turizm görsel repertuarın tüketilmesi değildir. Her turist kendi dünyasında ayırmak değil ama kendince bulunduğu yerde bir şey yapmak, yerle erimek ister.

Aşırı ciddiyet?

Turizm akademisinin on ikinci yanılısaması ise insanı *homo economicus* olarak görmekte direktip onu nedense *homo ludens* olarak görmemesidir. Turizm araştırmacılarının kaçırdığı budur. Araştırmacılar, konferanslar ve araştırmalar her

zaman ciddidir. Ciddi soruların keyif peşinde koşan turiste ne yaptığını ve cevaplar ne yaptırdığını görmezden gelmek büyük saçmalaktır. Bir sürü arzuyla şekillenmiş karışık ve çoğunlukla birbiriyle çelişen enerjiyi ciddi ciddi sorularla anlayan var mıdır?

Sonuç

“Betimsel çalışma” sığılığında kurtulamamış ülkemizdeki turizm araştırmalarının turizm dünyasına teorik katkısı hemen hemen yoktur. Teorik katkı olmayışının en temel nedeni yukarıda sayılan ve çoğumuzca benimsenen doğru bilinen yanlışlar olduğu kadar ülkemizde mevcut turizm araştırmalarının dosyayı kabartmak için yapıyor oluşudur. Turizm akademisyenlerin bilimi üretmek, genişletmek için sürekli çalıştığı ve yayın yaptığı düşünülmeyle birlikte bu amacı güden Pareto kuralı gereği gerçekte sadece bir avuç cesur akademisyen vardır. Bazı akademisyenler nam, ün, şöhret, mesleki itibar, adımız yürüsün, puan, teşvik için yarışta olabilir. Bunun nedeni akademik kariyer dayatmaları ve ölümcül zehir olan “teşvik”dir. Yayına teşvik vermek enfeksiyonu olan hastaya antibiyotik vermekle eşdeğer bir durum gibidir. Hastalık tam olarak tanımlanmadığı için anlamı olmayan bir tedavi uygulamasıdır.

Daha çok teşvik için daha çok yayın gereklidir. Yayın için ise ölçüm yapmak gereklidir. Ancak, maalesef hızlıca ölçerken teorik katkı unutulmaktadır. Nasıl mı? (1) en kolay ölçülebilir olan ölçülmektedir; (2) istenen sonucun karmaşık olduğu durumlarda basit olan ölçülmektedir, (3) sonuçlardan ziyade girdileri ölçmekteyiz ve (4) standardizasyon yoluyla bilginin kalitesini düşürmekteyiz (Muller, 2018). Ayrıca, teorik katkı sunamayan bazı turizm akademisyenleri ölçümle de oyun oynamaktadır. Bu oyun kendini (1) yaratma, (2) standartları düşürerek sayıları iyileştirme, (3) verileri ihmal etme veya çarpıtma yoluyla sayıları iyileştirme ve diğerleri başarısız olduğunda (4) aldatmayla kendini göstermektedir. Yayın sayısı bir ölçüt haline geldiğinden bu ölçüt Goodhart yasası gereğince iğdiş edilerek araştırmanın niteliksel katkısı yok edilmektedir. Goodhart yasası "herhangi bir ölçüt (teşvik puanı, atıf sayısı vb), politika ve stratejileri belirleyen bir hedef haline dönerse (ki döndü), o ölçüt artık ölçme özelliğini yitirir" demektedir. Üretilen yayın sayısı araştırmacılara bir ölçüt olarak dayatılırsa artık sayısal olarak daha çok fakat içerik olarak anlamsız, katkısız, niteliksiz yayınlar üreyeceğinden yayın sayısı sıralamayı belirleyebilecek ölçüt olmaktan çıkacaktır.

Tüm ölçütler kötü amaçlı kullanıma maruz kalmaya mahkumdur. Ki ülkemiz sahte yayın üretimi ve sahte konferanslar düzenlemede dünya ülkeleri arasında “kötü

şöhret"e sahip ilk üç ülkeden birisidir (Tonta, 2018). 9 Ocak 2018'de YÖK'ün üniversite rektörlüklerine gönderdiği bir yazıda akademik teşvik ödeneği alabilmek için araştırmacılar tarafından yapılan etik ihlaller sıralanıp ve bu durumun "akademik yozlaşma"ya neden olabileceği vurgulanmaktadır (Tonta, 2018). Eskiden sadece 5-6 yayın uluslararası endekslerde yer alabilirken şimdi bu sayı 80 civarındadır (Tonta, 2018). Sebebi kalite artışı değil ticaridir. Örneğin (Thomson Reuters) 2006'da "bölgesel genişleme" kararı almasından sonra endekslere giren yayın sayısı 80'e yükselmiştir (Tonta, 2018).

Bir akademisyen için ölümcül bir tuzak olan teşvik kapanında atıf sayısı da bir ölçüt olup Goodhart yasası gereğince suiistimallerle sonlanacaktır. İlgili çalışmayla alakası yokken aynı yazar adının bir çalışmada defalarca atıflanması, atıflananın da bir jest olarak diğerini atıflaması katma değerden usulsüz pay kapmayı hedefleyen naylon fatura etkisidir. Bugün ülkemizde turizm alanında gördüğümüz şey yalnızca bilim ölçüm göstergeleriyle oynanışı değil aynı zamanda üretim sonrası suiistimal olarak adlandırabileceğimiz yeni bir "ölçüm" özellikli dolandırıcılıktır. Maalesef bazı dergiler ve sözde editörler bunu körüklemektedir. Akademide mevcut diğer hileler kadar yaygın, kapalı hakem inceleme süreci tahrif edildiğinden yüzlerce yayımlanmış makale geri çekilmiş durumdadır. Teşvik havucunun arkasındaki yayın dünyası sosyal ekolojik tuzağın dinamiğini iyi çözmüş görünmektedir. Tuzaklar iki türdür. Biri avını anında çevreler ikincisi avın hareket etmesiyle bir ileri aşamaya geçerek kapanı tamamlar. Bu tür kapanda av huylanmasın diye hareket etmesine ve beslenmesine önce biraz izin verilir. Akademisyenler için cazip ama yapay bir ekosistem yaratılmış, içine hoş kokular yayan ödüller konulmuştur ki bu cazip kokunun cazibesine kapılan peşine düşsün. Kapanda her adım bir sonuç yaratır ve her sonuç çok çok cazip olduğundan bir diğer adımı cazip hale getirir. Anlamak ve açıklamak için araştırma yapmak değil, teşvik almak için kapana girmek bol ödüllü "Açlık oyunları" gibidir.

Özetlemek gerekirse bu çalışma bir yandan turizm araştırmalarında nitelik tartışmasına hız vermeyi hedeflerken diğer yandan "turizmde üretilen bilginin niteliğinin şaibeli olduğunu, keşfedilmemiş hakikatin hala gölgede bir yerde bulunduğunu" hatırlatmayı amaçlamıştır. Kanaatime göre turizm akademisi "gerçek" turizmi anlamada henüz yetersizdir ve yanılsamalar barındırmaktadır. Kişi tarafından "yaşanan deneyimin ve algılanan gerçeğin" tek gerçek olduğu bir dünyada "veriyi" tek gerçek olarak görmeye inatla devam eden bazı turizm akademisyenlerinin turizm dünyasını sadece hipotezlerle anlayabileceği saplantısından bir an önce kurtulması bu nedenle elzemdir.

Sözde sistematik sorgulamadan vazgeçmeyen bu akademisyenler tek gerçekliğin kişinin deneyimi olduğunu görmezden gelmeye devam ettikçe, turizm akademisindeki mevcut “nitelik ve yönsüzlük sorunsalından” çıkmak mümkün görünmemektedir. Turizm akademisinde hakim olan “gelecek bir şekilde geçmişe benzer” inancının körüklediği, nedenlere bağlantılı bir sonucun varlığının peşine düşerken nedensel açıklamaların dahi gerçekte stokastik (bilinmeyen unsurların bilinen bir sıklık dağılımına göre davranacağına ön kabulü) ve öznel olduğu gerçeğini göz ardı etmek hata üstüne hata doğuran bereketli bir hatadır. Turizmi var olan yapılar içinde, sosyal olarak yapılandırılmış bir insan aktivitesi olarak gören cılız sesin duyulma zamanı gelmiştir. Turizm bilgisini oluşturanların da insan olduğuna dolayısıyla kişisel beğenilerinin, yanlılıklarının bulunduğu, diğer disiplinlerden ödünç alınan “kuralların” hem geliştirici hem de engelleyici olduğuna; bilginin bilgiyi üreten kişinin durduğu pozisyondan etkilenebileceğine (ekonomist duruşu, coğrafyacı duruşu, antropolog duruşu, sosyolog duruşu, anglo-sakson duruşu gibi); turizm bilgisinin evrenselliği tartışmalı serbest pazar ve liberalizm ideolojilerinin etkisinde olduğuna, gerçeğin aranmasının ardında “metalaştırmanın” olduğuna ve “puan fobisinin” bilimsellik vebasını körüklediğine dikkat etmekte fayda var.

Kaynakça

- Archer, B. H. (1977). *Tourism multipliers: The state of the art*. Cardiff: University of Wales Press.
- Biddle, C. (1979). *Role Theory - Expectations, Identities, and Behaviours*. London: Academic Press.
- Franklin, A. ve Crang, M. (2001). The trouble with tourism and travel theory. *Tourist studies*. 1(1): 5-22.
- McKercher, B. ve Prideaux, B. (2014). Academic myths of tourism, *Annals of Tourism Research*, 46: 16-28.
- Mouza, M. (2018). What is theory? *ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1370-5029>*
- Muller, J. Z. (2018). *The tyranny of metrics*. Princeton University Press.
- Rorty, R. (1979). *Philosophy and the Mirror of Nature*. Princetown : Princetown University Press.
- Smith, S., Xiao, H., Bunkoo, R ve Tukamushaba, K. E. (2013). Theory in hospitality, tourism and leisure studies. *Journal of Hospitality Marketing and management*. 22: 875-894.

- Stergiou, D. P. ve Airey, d. (2018), Understandings of Tourism Theory, Tourism Review. February. 1-25.
- Tonta, Y. (2018). Araştırma Değerlendirme Üzerine. https://www.researchgate.net/profile/Yasar_Tonta/publication/329453510_Arastirma_Degerlendirme_Uzerine/links/5c098135a6fdcc494fdf64f5/Arastirma-Degerlendirme-Uezerine.pdf
- Tribe, J. (2006). The truth about tourism. Annals of Tourism Research. 33(2): 1-20.
- Tribe, J. (2010), Tribes, territories and networks in the tourism academy, Annals of Tourism Research, 37 (1): 7-33.
- Tribe, J. ve Airey, D. (2007). Developments in tourism research. New directions, challenges and applications. Elsevier Science.
- Yüksel, A¹. (2018). Doğru Bilinen yanlışlar serisi- 1: Kimin için yazmak? SOİD. 15(1): 240-245.
- Yüksel, A². (2018). Doğru Bilinen yanlışlar serisi- 2: P ve hipotez doğrulama. SOİD. 15(2): 481-488.
- Yüksel, A³. (2018). Doğru bilinen yanlışlar serisi-3: Ortalama ve Normal Dağılım Rehaveti. SOİD. 15(3): 703-722
- Yüksel, A⁴. (2018). Aykırı: Araştırmalarda Yanılsamalar. Detay Yayıncılık.