

Prof. Dr. Atila YÜKSEL

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

Turizm Fakültesi

atilayuksel@gmail.com

**Pozitivist-Ampirik Araştırmalarda İnsan: Yanıltmacanın Dünü,
Bugünü ve Yarını - 1¹**

Özet

Turizm alanyazınında niceliksel artışa karşın ham, bitkin, taklitçi, cansız niteliksel yoksunluğun varlığına dikkat çekmeyi amaçlayan bu iki parçalı çalışmada öncelikle turizm konulu akademik çalışmaların yer aldığı sosyal bilimlerde giderek ağırlığını hissettiren bürokratik kurallara, memurlaşan biz akademisyenlere ve düşünce kısırlığı yaratan kurnaz pozitivist-ampirik statükoya ışık tutulmakta, takibinde ansal ve geriye dönük bakışla kurmaca gerçekliğin nasıl türetildiği irdelenmektedir. Bir sürü “izm” etkilerinin görüldüğü pozitivist-ampirik araştırmalarda popüler kültürün etkisi; sentetik eklettizmin eleştirisini yapılmakta, yeni yön arayışında “belirsizlik” ve “ikicilik” unsuruna özellikle değinilmektedir. “P” hoyratlığı eleştirisinin ardından insanın turizm araştırmalarının neresinde olduğu sorgulanmakta, turizm araştırmalarına yerleştiğimiz yanlış inançlar eleştirilmektedir. İkinci çalışmada ise turizm araştırmalarının içinde yer aldığı sistemde baş gösteren yapısal sorunlara ışık tutulmaktadır. Bilgi üretiminde normal dağılımı engelleyen, bir tür ayrımcılık görüntüsündeki SSCI ve dergi etki faktörü gibi icatların bilimde emeğin sömürülmesine ve faydalı bilimin sonlanmasına neden olabileceği; atif kartellerinin nasıl oluştuğu ve çalıştığı; “yayınla ya da yok ol” un nasıl “yayınla ve yok ol” a dönüştüğü; sorunsallaştırma yerine boşluk doldurmaya çalışmanın faydasızlığı, pozitivist-ampirik çalışmalardaki olası McNamara yanılığı, Parkinson ve Peter ilkeleri ışığında bilimperestlik ve etkileri gibi konular ele alınmaktadır.

Giriş

Uluslararası yayınlarına fevkalade atıf alan yabancı uyruklu bir meslektaşımın son yayınına dönük kendisine yönelttiğim yapıcı eleştiri karşısında verdiği “*yapmayın hocam, atomu parçalamıyoruz sosyal bilim yapıyoruz, kansere de çare bulmuyoruz!*” cevabı üzerine bir an için düşündüm. “Gerçekten biz ne yapıyoruz?” Ancak, bir tarafta böyle düşünenlerin varlığına rağmen faydasız bilginin faydalı bilgiyi kovacağının farkında olan bazı düşünürlerin “insan (veri veren-veri alan) ve yanıltmaca, bilimin neresinde?” sorusuyla derinden ilgilendiğini görmek umutlarımı tazeledi. Kaçınılmaz olarak uluslararası turizm hareketleri dalgalanmaya devam ettikçe henüz toplumun refahından daha çok iş dünyası ve sermayenin hizmetine ya da biz akademisyenlerin kariyer menfaatine adanmış durumdaki pozitivist-ampirik turizm araştırmaları da sayısal olarak artacaktır. Korona pandemisinin turizm, tatil ve destinasyon anlayışını tamamen değiştirme olasılığına rağmen geleneksel konulardaki yayınlar sayısal olarak büyümeye devam edecektir. Bununla birlikte, alanyazında yeterince önemsenmeyen fakat giderek derinleşen bir kriz olduğunu düşünmekteyim. Krizin adı “**yanıltıcı niceliksel artışa karşın ham, bitkin, taklitçi, cansız niteliksel yoksunluk**”. Genelde temsil yeteneği tartışmalı örnekleme, kapsamsız sorularla, ileri analiz yöntemlerinin

¹ Pozitivist-ampirik yaklaşım hakkında eleştiri getiren çok olmuştur. Eleştiriye eleştiri getirende olmuştur, daha da olacaktır ve olmalıdır. Hangi eleştirinin kayda değer olduğunu elbette zaman gösterecektir. Kanaatlerimin ilk müsveddesini kendilerine sunduğum, eleştirerek gelişmesine katkı sağlayan tüm değerli meslektaşlarıma gönül borcum bulunmaktadır.

göz kamaştırıcı ışıltısına sığınarak sözde istatistiksel olarak anlamlı fakat hayatta geçerliliği tartışmalı yazılar yazmak mı yoksa turizmin sosyolojisini, tolerasyon endeksini, turist psikolojisini, destinasyonun cazibesini, yaşamın döngülerini katan Cohen (1972), Christaller (1963), Doxey (1975), MacCannell (1976), Plog (1973), Pearce (1982), Urry (1990), Butler (1980) da olduğu gibi kişisel izlenim, gözlem ve sezgisel zekayla fayda yaratmak mı? Çok derindeki kriz ve nedenleri farkına varılıp giderilmediği sürece pozitivist-ampirik turizm araştırmalarındaki sayısal artış daha fazla “nitelikten yoksunluk” yaratabilir.

Sosyal bilim disiplinleri arasında kendine yer bulmaya çalışan, Tribe’a (1997) göre “disiplinsiz” turizm araştırmalarının önemli önemsenmeyen kronikleşmiş sorunlarından bazıları, geçmişte umut verici şekilde ele alınmıştır (bakınız Airey, 2015; Ateljevic, Pritchard ve Morgan, 2007; Bianchi, 2009, Butler, 2015; Cooper, 2015; Dann 2009, 2011; Erdoğan, 2001; Franklin ve Crang, 2001; Hall, 2015; Korstanje, Mustelier ve Herrera, 2016; Jafari, 2001; Laws ve Scott, 2015; McKercher ve Prideaux, 2014; Pearce, 2012; Pearce ve Butler, 2010 a, b; Ryan, 2005, 2018; Singh 2015; Tribe 1997, 2005, 2006, 2007, 2009; Tribe ve Airey, 2007; Tribe, Dann ve Jamal, 2015; Walle, 1997 gibi). Kimi felsefi açıdan sorunlara yaklaşmış kimi ise tasarımsal, yöntem bilimsel tespitlerini, endişe ve öngörülerini dile getirmiştir. Ancak, bilgi üretme makinası pozitivist ampirik çalışmalarda egemen olan, güçlü sermayenin çıkarını savunan kuralcı görüşün aksine nesnellik olmadığı, başından sonuna kadar metodolojik süreçlere uyulmadığı dolayısıyla sonuçların geçerli ve güvenilir olamayacağı yönündeki bu eleştiriler özellikle akademisyenliği ücretli memurluğa indirgeyen sistem tarafından yeterince dikkate alınmamaktadır. Örneğin, Erdoğan (2001:119) red edilemez bir somutlukla “amaç, önem, kuramsal çerçeve, gerekçeli hipotez ve araştırma hazırlama ve sunma, veri toplama yöntemi, istatistik kullanımı, sonuç ve değerlendirme, bir araştırmayı oluşturan temel öğeler arasında bağlantı kurarak sonuçlar çıkartma bakımlarından makalelerin akademik değerden ve bilimsel geçerlilikten oldukça yoksun olduğu” uyarısında bulunmuştur.

Bu ve benzeri, oldukça yerinde ancak bahtı kara eleştiriler çığır açan bir uyarı niteliğinde olmakla birlikte bizler tarafından hak ettiği değeri görmemektedir. Moda olan “laf kalabalığı, önemsiz, anlamaya katkısı olmayan” popüler, “gideri” olan konuları içeren yazılarımız yüzlerce atıf alırken, bu “gideri” olan yazıların dayandığı temeli sorgulayan, malumat düzeyindeki bulguların bilgiye nasıl dönüştürülebileceğini sorgulayan yöntem bilimsel eleştirilerin göz ardı edilmesi vakası sadece turizm alanına özel bir sorun değildir. Giderek bürokrataşan ve memurlaşan, bir zamanlar eleştirdiği “dogmatik dine” benzeyen pozitivism temelli bilimde heterodoksların dışlanması tarihsel bir gerçektir. Metalaşan akademik hayatta, popüler, zamanın ruhuna uymayan Demoklesin Kılıcıvari gerçekleri ifade edenlere, uyumsuzlara kulaklarını tıkamak, dışlayıcı ve kayıtsız yaklaşım pozitivismde sorunların olmadığı ya da önemsiz olduğu anlamına gelmemelidir. Kanaatinin doğruluğunu ampirik bir çalışmayla ya da otorite sanılan fikirlere ve figürlere dayanarak, atıflayarak kanıtlama gereği hissetmeyen her aykırı duruşta olduğu gibi var olana soru sormanın, şüphenin devam etmesi bilimsel araştırma nosyonunun bir gereğidir. Kaynağa ulaşmak için kaynağın nerede olduğunu sorgulamak, kaynağa kendini adamak, akıntıya karşı yüzmek, bulduğunu oluş sürecinde bekletmek, gözlemek gerekir. Aksi takdirde istenildiği gibi nesnelleştirilen, araçsal, yüzeysel pozitivist bilim Bacon’un hayal ettiği gerçek bilimin cenazesini kaldırmak, defnetmek üzeredir.

Düzen düşkünlüğünden mustarip, statikliği dinamizme yeğleyen, yaşarken herhangi bir sınıfın savunucusu olmayıp izleyici kalmayı tercih etmiş ama bilimi sınıflara ayıran, bilimden devrimciliği alıp onu sayısal kesinliğin kaderciliğine teslim eden, yarattığı

azgın sayısal kesinlik canavarını çıktığı yere geri gönderemeyen, zihinsel anarşiden ve rastlantıdan her daim korkan Comte icat ettiği “numaracı kesinlikle” geleceği sınırlandırmış, kadükleştirmiştir. “Bilmek, önceden görebilmektir” diyerek olabilir geleceği numaracı kesinliğe indirgemmiştir. Oysaki gelecek “kesin tek seçenekten” ibaret değildir. Kesinlik ve sürekliliğin arasında on binlerce olabilirlik vardır. Korona pandemisi de göstermektedir ki turizm alanında yapılması gereken kesinlik kahinliği değil faydalı bilgi üretmek iken, üretilen genelde kendi kendini gerçekleştirmekten öteye geçmeyen, gerçek hayatta değer ve ruh kazanmamış malumat seviyesinde kalan yazılarımız olmuştur. Yazıda yer alan malumatlar konuşturulamadığı sürece yazı olarak kalacak, malumatlar en fazla kendini başka bir yazıda tekrar edecektir. Turizmde üretildiği iddia edilen, birbirinden ayrıştırılmış, farklı ve izole alanlarda hiper hızda çalışılarak üretilen malumatlar bilginin nerede ve nasıl etkili kullanılacağını bilmesi gereken bütünleşik turizm çatısı altında henüz birleştirilememiş, içselleştirilememiş, sosyalleştirilememiş ve dışsallaştırılamamıştır. Bu nedenle iki kısımlı bu çalışmada öncelikle bilimde var olan bürokratik kurallar, memurlaşan bilimi insanları ve statükoya dikkat çekilmekte, takibinde turizmde fotoğraf üzerinden kurmaca gerçekliğin nasıl türetildiği irdelenmektedir. Bir sürü “izm” etkilerinin görüldüğü turizm araştırmalarında popüler kültürün etkisi; zararlı eklektizmin eleştirisi yapılmakta, yeni yön arayışında “ikicilik” unsuruna özellikle dikkat çekilmektedir. “P” hoyratlığı eleştirisinin ardından insanın turizm araştırmalarının neresinde olduğu sorgulanmakta, turizm araştırmalarına hakim olduğunu düşündüğüm yanılısamalar eleştirilmektedir.

Pastiştik

Turizmin ne olduğu (kaynak kullanımı-fayda-maliyet ekseninde), turistin kim olduğu (düşünce-duygu-davranış ekseninde), turizmin nasıl yönetilmesi gerektiği (güç, büyüme-kar maksimizasyonu ekseninde) tartışmalarıyla birlikte, araştırmanın nasıl yapılması, makalenin nasıl yazılması, nasıl yayınlanmasını düzenleyen standart reçeteler, kalıplar öne sürülmüş; böylelikle turizm disiplinler arası disiplinler arası disiplin olarak kendini meşrulaştırarak yerini ve kalitesini teminat altına almaya çalışmıştır. Ancak, bürokratik kural haline getirilmiş sözde kusursuz “sonuç süreçten önemlidir” araştırma geleneklerine bağlı, bulunduğu konumu korumak isteyen, alternatiflere kapalı, konuya başkasının, özellikle işletme biliminin bulaşıcı hastalığıyla (işletmeyi yaşatmak) bakmayı dayatan, tüketme arzusunda, hakim güçlerin çıkarları doğrultusunda turizm “nasıl açıklanmalı, araştırmalı ya da yönetilmeli”yle ilgili maddi yoğunluklu bürokratik bir statüko oluşmuştur. “İşletmeler” için tüketmek, bencilce sosyalleşmek, haz ve yeniye ulaşmakla tanımlanabilecek maddi yönlü turizm anlayışı turizmin ahlaki anlayışının önüne geçmiştir. Genel haliyle işletme bazlı turizm araştırmamız konuları açıklamaya çalışırken okuyucuyu turizmi anlamaktan uzaklaştırmaktadır. Yayın mekanizmasının iplerini tekelinde tutan, kar artırmayı isteyen sermayenin isteklerini yerine getiren, turist bile turist olarak adlandırılmayı reddettiği seyyahlığı benimsemeye eğilim gösterdiği ortamda, araştırmacının gerçekte var olmayan ancak kurmacayla var ettiği malumatlarla faydasız yazı sayısını artırmaktan başka işe yaramayan, kendini olayın dışında tutarak sergilediği pasiflik turizmde problemleri çözmek şöyle dursun yeni problemlerin ortaya çıkmasına sebebiyet vermektedir. Turizmin, nasıl elde edildiği tartışmalı maddi ampirik ve steril bulgu dolu sözde reçeteye değil ahlaki düzeyde bilgelğe, uygulamaya, uygulanabilirliğe ihtiyaç duyduğu açıktır. Turizm araştırmacısı olarak bizler, destinasyon yöneticileri, işletmeciler, turist ve yerel halk antropolojik bir cemiyet oluşturmasına karşın, birbirini tanıyacak kadar birlikte zaman geçirmediklerinden, aynı dili konuşmadığından, biyolojik farklılıklarından aramızda giderek büyüyen bir uçurum oluşmuştur. Benzetmek gerekirse yerel halk ve çalışanlar dilsiz (dertlerini anlatamamakta), turizm araştırmacısı genelde sağır (veri toplamaktan öte gaye taşımamakta), işletmecisi kör (kar maksimize

etmekten başka şey düşünmemekte), destinasyon yöneticileri ise hem kör hem de sağır olduğundan ne turizmin ne de araştırmasının bu haliyle devam edemeyeceği gerçeğini birbirlerine anlatamamaktadır. Sadece görüneni önemseyen, görünmeyeni yok sayan işletme hastalığına karşın koronanın verdiği “turizmde ve araştırmasında çok şeyin değişmesi gerekeceği” mesajının dikkate alınacağını umarım.

Amerikan Psikiyatri Birliği tarafından ilk defa 1952 de yayımlanan “Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı” bugüne kadar beş köklü değişim geçirmiştir. Benzer bir şekilde 1929 yılında yayımlanan psikoloji ve benzer alanlardaki araştırmalara yön veren “Amerikan Psikoloji Birliği Yayın El kitabı” bugüne kadar yedi değişim geçirmiştir. Ama pozitivist-ampirik araştırmalarda vites bile değiştirmemiştir. Sadece pozitivistten post-pozitivistime geçenlerimiz olmuştur, o kadar. Değişkenlere bölünen kavramda, değişkenin bir ya da birkaç değişkenle, bir başka değişkenle, daha başka değişkenle, sonradan eklenen diğer değişkenlerle arasındaki ilişkiyi izole sanmaktan, açıklamaya çalışmaktan öteye gidilememiştir. Şu an için en büyük değişken “covid19” tüm değişkenleri yutmuş, evrensel genellenebilirlik iddiasında olan çalışma sonuçlarını tartışmalı hale getirmiştir.

Her şeyin değişime uğradığı, yeni olan her şeye neredeyse tapınıldığı bilim dünyasında statükonun varlığı ilginç bir durumdur. Pozitivist statükonun dayattığı kurallar gereği, yapılan araştırmalar farklı gibi görünse de turizm araştırmalarında yaptığımız şey genelde şeklen ve amaç açısından sürekli bölme ve değişken ekleme memurluğu gibidir. O nedenle üretilen malumat “**pastıştır, homojendir, benzettir.**” Dayanması gereken kuramı değil anketi bir yöntem olarak gören bir trend konu, genellikle başka bilim alanından esinlenerek defalarca ve defalarca çalışılmakta, ta ki yeni bir trend konu icat edilene kadar. Turizmin, son zamanlarda cılızda olsa kendine has bir dil oluşturma gayesi, diğer bilim topluluklarının içinde bir topluluk olma çabası takdir görse de “işletmecilik eksenli” turizm araştırmaları turizmin kendinde var olan “sosyal ekoloji” gerçeğine yabancılaşmış, artan turizm sorunlarına çözüm bulamamış, bilginin başka alanlara ihracatında ise başarısız olmuştur. Bu başarısızlığın gerekçesini turizmin giderek paranın, primin ve gücün disiplini olduğu gerçeğine ve turizm araştırmalarının pastiş olmasına (taklit etme yoluyla ortaya eser çıkarma), dayandığı bürokratik bilimsel geleneklere bağlamak mümkündür. Özetle, işletme hastalığına tutulmuş pozitivist araştırmanın maddi dünyasında turizmi anlamak bir illüzyondur. Anlamak sadece sayıya dayalı kurmaca bir yanılsama olarak vardır, yani aslında yoktur. Bir damla bir damla daha iki damla mı, yoksa daha büyük damla mı eder?

Özentilik

Nomotetik (yasa koyucu) ve evrenselci bilimlere özenen, anlamdan çok tekniğe önem veren; ancak, henüz yasa koyamadığı aşikar olan, Tribe'nin deyişiyle “disiplinsiz” turizmde sadece ampirik bir özne olarak gördüğümüz insanın eylemindeki manaları açıklayabilmek için anlamak, mantık, ilham ve sezginin bir arada kullanılmasına ihtiyaç vardır. Yaygın pozitivist araştırma pratiğinin aksine insanlar her şeyden yalıtılamaz. Sözde pozitivist kurallar her şeyden yalıtılmamış kişilerin eylemlerindeki anlamlarda belirleyici olamaz. Hali hazırda turizm ve insan “açıklanmayı” değil “anlaşılmayı” beklemektedir. Turizmin ve insanın kompleksliğini değişkenlere indirgemek turizmde insanın tek ve eşsiz olan kişisel anlam dünyasına, özgürlüğüne, arzularına, değerlendirmelerine, etkileşimlerine, rastlantılarına, bütünselliğine sınır çizmektir, bunları yok saymaktır. İnsanı ve davranışını gözlenen nedene ve sonuca indirgemekte inat eden pozitivist araştırmalar her insanı tek ve eşsiz kılan süreci yadsımaktadır. Maddi bir o kadar da katı yaklaşımın şekillendirdiği pasif anket özentisi nedeniyle bilmenin estetik yönü (yani kişiyle ilgili yaş, cinsiyet vb somut göstergelere değil kişinin

anlam dünyasına odaklanan bilme biçimi) bilinçli olarak göz ardı edilmektedir. Bir doktorun tanı koyabilmesi için sadece kan testlerine bakmasının yetmediği, *anamneze'ye*, yani kişinin öyküsünü dinlemeye ihtiyaç duyulduğu unutulmamalıdır. Ortalama anket doldurma süresinin on dakikayı geçmemesi önerilen bir pratikte araştırmanın araştırılanın davranış, düşünce ve duygularını bu kadar kısa sürede üstelik öyküsünü bilmeden doğru değerlendirmesi, anlaması nasıl mümkün olabilir? İnsanın anlaşılması için turizm araştırmacısı olarak farkındalıkla dinleyebilmeli, izleyebilmeli, üstelik izlediği konuda yeterli bir süre yaşayabilmeliyiz. Çünkü turizm yaşamda anlam ve amaç yokluğuna bağlı olarak ortaya çıkabilecek acının, merakın, duyumsal/duygusal yoksunluk ya da fazlalığın tedavisi, dengelenmesi için yansıtma, kendini bulma, tanıma, güzel yaşama, dönüştürme, konuşma ve eylemde bulunma sanattır.

Matruşka İndirgemeciliği

Araştırmanın asıl pandemisi pozitivist-ampirik gelenekte bilgiyi gözlemlenebilir dünyaya bağlama, hakimiyet kurma ve hükmetme amacı güden, mekanik ve belirsiz bir boyuta doğru küçülen *Matruşka indirgemeciliği* yeni sorunlar yaratmaya gebedir. Bütünü parçalara, değişkenlere ayırmak ayrıntıları görmede etkili gibi görünse de aşırı indirgemecilik bütünü yok etmekle sonuçlanacaktır. İnsan bir bütündür. Bütün gözlemlenen parçaların toplamından farklı olabilir. Bütün gözlemlenemeyen yapıtaşlarından da etkilenebilir. Değişmez bir katılıkla bütün erkeklerin eril bütün kadınların ise dişil olduğunu savunan fakat ataerkil kültürün hakimiyetinin azaldığı günümüzde salt bireyin medeni durumuna bakarak aile ve tatil kararı alma sürecini anlamak mümkün müdür? Gerçeklik anlayışını biçimlendiren mekanik ve olgusalçı düşünce, anlayış ve duyumsal (maddeci), ölküsel (manevi), düşüncül (ikisinin sentezi) değerleri derinden değişimini sağlayan, bir ekolojik hatırlatma olan korona virüs pandemisi pozitivist bilimsel gelenekteki doğrusal, neden-sonuç düşünme geleneğini sarsmaktadır. Anlamadığımız, gözlemlemediğimiz ve ölçemediğimiz her şeyi yoka indirmek, parçanın özellikleri ve davranışlarından bütün hakkında kesin ve açıklayıcı bilgilere ulaşmaya çalışmak her açıdan sorundur. İnsan bir bütündür, parçalara bölünmesi anlamsızdır. "Hiçbir şey kesin değildir" demek bir kesinlik içerse de hiçbir şey tek başına bağımsız değildir. Korona pandemisi bunun en güzel örneğidir. İşte kesin olan turizm ve turist yaşamının pozitivist bir formüle sıkıştırılabilecek kadar yalın olmadığıdır. Her şeyden önce düşünceyle eylem dünyası birbirinin ardılı değildir. Hatta çoğu zaman birbirinin karşıtıdır. Sürekli indirmek yakında "eşek semerinin turizme faydası" konulu araştırmaların dergi pazarında kendine yer bulmasına sebebiyet verecektir.

Diğer açıdan turizmi ekonomik davranışa indirmek, tek yönlü anlamlandırmaya çalışmak, yararlıysa devam etmeli, zararlıysa hükümetler tarafından yasaklanmalı demek değil midir? İşletme hastalığına tutulmuş fayda-maliyet, kar maksimizasyonu odağı, turizmin gerçek zemininden kopuk kurmaca bir gerçeklik üretmiştir. Turizm salt bireysel ekonomik bir olgu değil aynı zamanda bütünsel, sosyal, ekolojik bir olgudur. Kaldı ki kara kutu olarak değerlendirilen aklın işleyişi davranış bilimiyle değil nörolojik mekanizmalarla açıklamaya çalışsak da bilinçaltı vb alanlar genelde kapsam dışında tutulmaktadır. Zeminsiz, kurmaca ekonomik gerçekliğin varlığı kompleks analizlere pusula olan istatistikteki tartışmalı kanıt, şans olasılığı (p) hoyratlığıyla yayılmıştır. Turizmde pozitivist araştırmalar özgülüğünü ve yönünü kaybetmekle kalmamıştır. Kendine yön bulmada harita kullanmaktan da vazgeçmiş görünmektedir. Hangi yöne doğru ilerleyeceğini kestiremeyen memur, taklitçi ve indirgemeci araştırmalar kaçınılmaz olarak kendi etrafında dönmeye başlamış, bir kısır döngünün içine girmiştir. Örneğin, karşılıktan hareketle nitel ve nicel arasında çok dikkat çeken bir çekişme baş

göstermiş olmakla birlikte bugünün niteli kendini eleştirdiği sayılara indirgemekten kurtarabilmiş değildir. Ya da araştırmada geçerlilik iddiası olan araştırmacıların, koşullarını taşımadığı halde kompleks analizler, örneğin yapısal denklem eşitliği kullanmada beis görmemesi bir ikilemdir. Gerçekleşen tekrarlı ziyaret oranlarıyla araştırmalarda sorulan tekrar ziyaret etme niyeti arasında ampirik ilişkinin bulunmadığının ispatına karşın bağlılık çalışanların araştırmalarında tekrar ziyaret etme niyetini davranışın temsilcisi olarak hala kullanmaya ve sormaya devam etmesi bir muammadır. Bir konuda nötr bir tutumun olamayacağı, tutumun ya var ya yok olduğu gerçeğine, Likert'in kendisinin dahi nötr tutum olamaz demesine rağmen, kullanılan ölçeklerin hemen hemen hepsinde orta seçeneğin ne katılıyorum/ne katılmıyorum (nötr) olmaya devam etmesi ise bir pervasızlıktır.

Fotoğrafçılık ve Hızlı Baskı

Bayat bir çerçeve olarak işletme biliminden alınan konseptler, turizmin kendi doğasından çıkan çalışmalara göreceli olarak daha az kıymet verme geleneğimizi beslemiştir. Ayrıca araştırmalar seri ya da uzamsal olmayıp ansal, *ex post facto-geriye dönük* bir görüntü olmanın ötesine geçemedikleri için, turizmin zeminine ve kitlesine bıraktığı etkiler tartışmalı, çoğu zaman gereksiz, yetersiz ve anlamsızdır. Turizmin gerçeğini sayılardan oluşan bir görüntüye dönüştürerek ortadan kaldıran mevcut kolaj sistem, sayısal mevcudiyetini (dergi ve yayın sayısı) artırarak kendisini sağlıklı, güvenilir ve başarılı göstermeye çalışmaktadır. Turizmin otantik doğası materyalist, pastiş turizm araştırmasına duyarsızdır. Rakamlar, istatistiksel testler turizmin gerçeğini yeterince temsil edememektedir. Anlamak için gereken bilimsel emek yerini maliyetlerin karşılığı alınması gereken edere bırakmış (doktora için 2 makale, doçentlik için 6 makale, profesörlük için doçentliğin iki katı gibi), araştırmacının üretmesi gereken gerçek değer unutulmuştur. Bilim olanı açıklamaya çalışmakla yetinmemeli, anlamaya çalışmalı, açıklamak anlamının bir uzantısı olmalıdır. Devşirme ve katı bir bakış açısıyla değişkenler arasındaki ilişkileri açıklama amacı güden kriz konulu çalışmalardaki malumat birikimine rağmen Korona pandemisinden en olumsuz olarak etkilenen sektörün turizm olduğu düşünülürken, krizin kendine özgü, kuralsız aklını ve biricik karakterini anlamada pozitivist yöntemin ve bilim insanları olarak aklımızın yetmediği çok açık değil midir?

Promo Kültür

Kapitalizmin canavar çocuğu metalaşmanın oyuncağı popüler kültür (geçici moda yaratımı, takibi, taklidi ve tüketimi) olarak tanımlanabilecek promo kültür (promosyon-özendirme) bilimsel medyanın ardındaki gizli güç ilişkileriyle bolca reklam edilen, özendirilen, ikonlaştırılan araştırmada belli yöntem ve teknik fetişitliğiyle (örn., pozitivist ampirik) turizm ve insan ilişkisini organize etmeye çalışan, kendini pastiş tekniklerde ölçsüzlük, değer yitimi, taklit ve kopyalamayla gösteren bir kültürdür. Bu kültürde her şey promosyonun öznesidir. Seçilen araştırma konusu, incelenecek alan, araştırma stratejisi, veri toplama tekniği, istatistiksel yöntem ve veri analizi, yayınlanacak dergi ve etki değeri vb., her tür ikon özendirilen araştırmacının kendi promosyonunu yapması içindir. "Anlam" promosyon tekniklerle üretilmekte, sözel (konferanslar) ve görsel unsurlarla (dergiler) meşrulaştırılmakta, pozitivist ideolojinin yaygınlaşması için zemin hazırlamakta, böylelikle araştırma dünyasında hızlı dolaşımı sağlanmakta, takipçilerin itirazsız rızası kazanılmaktadır. Bilimsel dünyada promosyon simgelerinin oluşturduğu girdaba bir defa yakalanmak demek bu ırmağın öngördüğü yolda yer alan gösteriş anafolarında sürüklenmek anlamına gelmektedir. O nedenle dergilerin makaleleri yayınlamaları yazar olarak bizlere yetmemekte, kişi olarak sosyal etkinliklerle kendi promosyonumuzu yapmak, yayınımız olduğunu, başarılarımızı sosyal medya

mecralarından tüm gücümüzle duyurma çabasına girmektedir. Bu kültürde amaç araştırılan insanların mutluluğu ve refahının artmasından daha ziyade araştırıcının promosyon değerinin artmasıdır. Ayrıca farklılaşma üretilerek, kendimize mikro alanlar oluşturmaya gayret eden turizm araştırmaları, turizmin geçmişiyle geleceğini tutarlı bir yaşantı halinde örgütlenme gücünü kaybetmiştir. Turizmi bir bütün olarak anlamak terk edilmiş, kişisel ve bilinçli olarak önemi abartılmış niş alanlar oluşturulmuştur. Turizmde üretildiği iddia edilen, birbirinden ayrıştırılmış, farklı ve izole alanlarda hiper hızda çalışılarak üretilen malumatlar bilginin nerede ve nasıl etkili kullanılacağını bilmesi gereken bütünleşik turizm çatısı altında henüz birleştirilememiş, içselleştirilememiş, sosyalleştirilememiş ve dışsallaştırılamamıştır. Seri hızlı üretim nedeniyle çalışmalar üretmekten çok kendini tüketmektedir (2. kısımda ele alacağım “yayından kaldırılan makaleler” örneğinde olduğu gibi). Niceliksel türde fazlalık niteliksel türde yoksunluk kokan popüler konuların, yöntem ve tekniklerin fazlalaşmasıyla turizm araştırmalarımız giderek tek tipte olmaya zorlanmaktadır. Hacimsel artışla ilgili anlaşılmasız coşkuyu anlamak mümkün olmamakla birlikte giderek artan taklitsel (pastiş) uygulamalar kanaatimce turizm araştırmasında özgün öznenin öldüğünü ilan etmektedir. Popüler kültür hezeyanının neden olduğu histerik yücenin (devşirmeci eklektizm - seçmecilik) varlığının bizler tarafından fark edilmemesi ya da fark etsek de kayıtsızlığımız, bu anlamsız nicel sarhoşluğun eseridir.

Sentetik eklektizm

Turizmde benimsediğimiz yeni bir görüş getirmektense diğer görüşleri, yöntemleri kendi içinde eritmek yamalı bohçadan başka bir şey üretmemiş, daha çok yeni görünümlü eski meselleri sürekli bir şekilde ele alma kısır döngüsünü doğurmuştur. Bir rayda yer alan vagonlara yeni vagonların eklenmesi olarak tanımlayabileceğim eklektizm, turizm araştırmalarında bir zamanlar var olan yaratıcılığın sonu olmuştur. Tek rayda, sürekli eklenen yeni vagonlar, lokomotifin üzerinde artan baskı, hızı azalttığı gibi gözleri vagonlardan ayıramamaya da sebebiyet vermiştir. Yeni bir ray (yön) ya da yeni bir lokomotif üretme gayreti oluşmamış, varsa da bu gayret giderek zayıflamış, eklektik yaklaşım kendi içinde yaşam ya da güç kaynağı üretmemiş, dışarıya bağımlı kalmıştır. Tek ray, tek lokomotif ve aynı lokomotive sürekli eklenen yeni vagonlarla ilerlemek zordur.

İkicilik

Araştırmalarda sorulara eşlik eden yanıtlar genellikle çoğulcu görünse de iki zıt ışıktan birinin seçilmesini gerektirecek bir şekilde sorulmaktadır. İstenen “ya o-ya bu” dur. İki ışık çoğu zaman birbirinin zıddı ve alternatifi gibi sunulsa da aslında birbirinin zıddı ya da alternatifi değildir. Kötülüğün zıddı iyilik değilse, memnuniyetsizliğin zıddı memnun olma hali (memnuniyet) değilse ne olacak? Memnuniyetsizliğin diğer ucu memnuniyetsiz olmama hali olabilir bu da memnun olma anlamına gelemez. “Ya o-ya bu” her zaman hayatın gerçeği olamaz. Turizmin zıddı var mıdır? O nedenle tekilci bir ikicilik yerine belirsizlik (müphemlik) ya da diğer basitleştirici gerçek “hem o-hem bu” da seçenek olarak düşünölmelidir. Farklılıklardan daha ziyade benzerliklerin dikkate alınması turizmde yeni bir ray ya da lokomotif teşkil edebilir.

P hoyratlığı

Gerçeği “akıl” ile mi yoksa “p” ile mi bulacağız? “İstatistiksel anlamda önemli” ya da “olasılık değerine göre” ifadesinin kullanımı ve bir hipotezin doğrulanması/yanlışlanmasında tek başına kanıt olarak sunulması yaygındır ama tartışmalıdır. Sosyal bilimlerdeki yüksek kullanımına karşın, “olasılık testi” fen

bilimlerinde (ör., Fizik, kimya) nadiren kullanılır. Oldukça fazla sayıda bilim insanı tarafından olasılık değerinin hipotezin kanıtı olarak kullanımı bilim dışı kabul edilmektedir (bknz. Yüksel, 2018, 2019). Bazıları bu yaklaşımın hipotez testinde yasaklanması gerektiğini kuvvetle tavsiye etmektedir. "P değeri" giderek artan bir tartışmanın ortasındadır. "Tek başına p değeri, hipotezin doğrulanması/yanlışlanması kanıtların rasyonel bir ölçümü olarak kabul edilemez. Ayrıca, tek başına bir p-değerinin, etkinin büyüklüğü hakkında hiçbir şey söylemediği de unutulmamalıdır" (Lecoutre, Poitevineau ve Lecoutre, 2005: 252). Kısaca, p değeri sıfır hipotezini yanlışlamak için yeterli olmayabilir. Gerçekte p değeri "sonucun örnekleme hatasının bir sonucu olup olmadığı ölçüsüdür. Hipotez hakkında doğrudur ya da yanlıştır diyemez. Marko Polo ya da Evliya Çelebi planlı yanıtlanmanın aleti istatistiğin büyümesine kapılmamış, turizm ve seyahate bugünün modern araştırmalarından daha çok fayda sağlamıştır. Ayrıca bu değerli kaşifler atfı almayı umursamamaktadır.

Öznel Nesnellik

Pozitivist-ampirik araştırmada nesnellik vardır iddiası nedense tartışılmazdır. Oysaki amaçlar ve araçlar ayrılmaz şekilde iç içedir. Eğer böyleyse araştırmacı amacına uygun araç seçme yanlılığı gösterecektir. Her insan az ya da çok çabayla benliğini var etme/koruma eğilimindedir. Ne bilim insanı ne de yanıtlayıcı bu etkiden muaf değildir. O nedenle sorulan herhangi bir soruya cevap verirken verdiği yanıtla kendini kötü hissetmek isteyen, kendi benliğine saygısızlık yapacak insan sayısı çok azdır. Her hangi bir konuda yapılan araştırmada değişkenlere verilen yanıtların kişinin yüksek/düşük benlik saygısından (pozitif yanlılık) bağımsız yanıtlandığını düşünmek şaşırtıcıdır. Araştırmacının amacını gerçekleştirmek için araç seçerken sergilediği yanlılık ta gözden kaçmamalıdır. Örneğin, "tatilde can sıkıntısı riskli midir?" konulu araştırmanın yapılacağını varsayalım. Can sıkıntısını ölçülmesi, yönetilmesi, yok edilmesi gereken bir risk olarak gören pozitivist bakış şöyle yapacaktır. Önce tanımlayıp, sonra can sıkıntısının bileşenleri (nedenleri ve sonuçları) ve aralarındaki ilişkiyi/etkiyi tahmin etmek test edilebilir hipoteze dönüştürür. Sonra veri toplar. Can sıkıntısı ve örneğin tatildeyken kendini soyutlama ya da madde bağımlılığı arasındaki korelasyonları analiz eder. Önemli bir korelasyon varsa konuyu deneyle test eder; böylelikle can sıkıntısındaki bir birim artış/azalış kendini soyutlama ya da madde bağımlılığında nasıl bir değişim yapıp yapmadığını ortaya koymaya çalışır. Eğer böyle bir şey varsa tatil yapan gençlerdeki can sıkıntısı mefhumu hakkında politikalar geliştir ve uygulamaya kalkar. Tatildeki insanların can sıkıntısı bu politikalarla geçer mi yoksa yeni uygulamalar yeni can sıkıntılarını neden mi olur bilinmez. Ama can sıkıntısı pozitivist bakışın dayattığı gibi bir risk faktörü müdür gerçekte? Genelde amaçlar ve araçlar ayrılmaz bir şekilde iç içedir. Yani can sıkıntısının risk olduğunu düşünen onun risk olduğunu ispatlamak için uğraşacaktır. Risk yerine can sıkıntısının "zamanda hiçbir şey yapmamayı tercih etmek" ya da "yeni bir hobiye geliştirmede sıçrama tahtası" olarak görülmesi durumunda ne olacak? O zaman bu kadar uğraşa ve baştan konan amacı gerçekleştirmeye uyan araçlarla araştırma yapmaya gerek var mı? Amaç nesnel olmayan dünyada bir sonuca neyin etki ettiğini nesnellikle bulmak mı yoksa olan bir şeyin neden olduğunu öznelikle açıklamak, anlamak mı? Hep tek/mutlak bir gerçek mi var yoksa gerçek birden fazla mı? Gerçek nedenlere, değişkenlere, etkilere ve sonuçlara bölünebilir mi yoksa gerçekler bölünemez mi? Araştırmanın amacı "zamana ve ortama göre değişmez genelleme yapmak mı?" yoksa "bireysel farklılıkların" varlığını anlamak mı?

İstismarcılık

Pozitivist araştırmanın kapitalizmin işine yarayacak kurmaca gerçekliğin yaratılması için son derece elverişli olduğunu düşünüyorum. Ticari bir turizm endüstrisinin

toplumda yoksulluk, ekonomik açıdan yetersizlik, bağımlılık, kıtlık duygusunun devamından çıkarı vardır. Ticari bir güvenlik endüstrisinin toplumda güvensizlik duygusundan çıkarı vardır. Benzer bir şekilde gerçeği sürekli yeni değişkenlere bölen pozitivistimden da sorunların çözümsüzlüğünden çıkarı bulunmaktadır. Sorunlar süreç içinde kendiliğinden çözülsürse pozitivistle araştırılacak, daha doğrusu metalaştırılacak bir şey kalmayacaktır. O nedenle pozitivist-ampirik araştırmanın amacı sorun çözmek (refahı artırmak) değil, "işletilmesi için" değişken yaratmaktır, hacimsel büyüme demek çok iddialı bir sav olmayacaktır.

Unutulmamalıdır ki, sömürme ve istismar üzerine kurulu her sürecin her dinamiği kişisel fayda için feda edilebilir niteliktedir. Pozitivist araştırmalar yapılış amacı açısından "insanı" merkeze koymaktan oldukça uzak görünmektedir. Pozitivist-ampirik araştırma araştırılanın durumunu, koşulunu, psikolojisini kendi menfaatine istismar edebilmektedir. "İncelenen insanın daha anlamlı bir hayat yaşaması" gayesi taşıyan pozitivist araştırma başka alanda var mıdır bilinmez ama turizm alanında bilgim dahilinde neredeyse yoktur. Var olanları tebrik ve takdir etmek gerekir. Araştırmanın gerçek değeri sadece alınan atıflar değildir, insan hayatına olan etkisidir. Deneyim ve izlenimlerime göre:

- Bir işletmede, bir bölgede yaşayan, çalışan ve sıkıntı çeken insanların korunaklı cemekean arkasından (anket vb tekniklerle) resimlerinin çekilerek durumlarının incelenmesi; böylelikle elde edilen verinin yorumlanması ve yayına dönmesi sürecinin incelenen insana somut bir yararı yoktur.
- İnceleme bittikten sonra yayın yapmasına, teşvik almasına, prestij kazanmasına vesile olan, belki de sorduğu sorular nedeniyle unutmak istediği travmaları tekrar hatırlaması gereken, psikolojisi bozulan incelenen insanlara araştırmacılar geri dönmemektedir.
- Araştırma sonucu üretilen sözde tavsiyelerin incelenen insanların koşullarını düzeltmede kullanılıp kullanılmadığı önemsenmemektedir.
- Elde ettiği veride çıkan ancak yorumunda ana akıma karşı olan bulgudan bahsetmeyip, mevcut düzenin muhafazası için meşruiyet kazandırma davranışı göstermek insancıl değildir.
- Mevcudu koruma şansı varken, gerçeğin dinamik karakterine karşı çıkmak ve "değişmeli" demek bilim maskesi altında ideoloji ve siyaset yapmak demektir.
- Turizm cenneti vaatlerinden, faydalarından bahseden çalışmalar, her ne kadar "serbest irade var" dese de toplumun başka ekonomik alanları düşünmesini ve bu alanları denemesini engellemektedir.
- Turizmin toplum üzerinde olumlu etkisi olduğunu vurgulayan araştırmalar bilinçsiz olarak özgürlüğe giden yolların seçimini devre dışı bırakmaktadır.
- Bir kültürü, örneğin yemek kültürünü, yayınlarda öven, satılabilir bir ürün olarak gösteren çalışmalar bu kültürün yozlaşmasına, ticarileşmesine ve yok olmasına neden olmaktadır.
- Araştırma yapmak, pozitivist-ampirik araştırma kültüründe statü veya kişisel prestij kazanmak içindir. Dolayısıyla araştırmacı kişisel özgürlüğünü sosyal sorumlulukla, insanlığın yararını hedefleyen kişisel tatminle birleştirmemektedir.

Ayrıca, araştırmalarda nesnel bilgi inşa etmek için deneklerden ya da fenomenlerden uzak durmak denildiği kadar doğru mudur? Pozitivist yaklaşımdaki nesnellik maskesindeki neden-sonuç geleneği, gerçekliğin alt boyutlarına, nedenleri ve etkilerine ayrılabilceğini savlamaktadır. Bu yaklaşım itiraf etmese de araştırmacı tarafından inşa edilen tek bir mutlak gerçeklik olduğunda ısrar etmektedir. Katılımcılar tarafından oluşturulmuş birden fazla gerçeklik varsa ne olacak? Ya gerçeklik sürekli olarak ve farklı logaritmik bir hızda geliyorsa? Ya pozitivistlerin düşündüğünün aksine gerçek

değişkenlere bölünemezse? İnsan hayatı değerlidir; en önemli gerçeklik insanın kendi yaşadığıdır. Her insan hayatı benzersiz bir süreçtir. O nedenle insan doğası bütündür parçalara bölünemez. İnsan ortamından soyutlanamaz. İnsanlar kendi yaşamına biçim ve anlam verme hakkında sahiptir. İnsanlar olana vesile olurlar gibi sayılabilecek pek çok konu pozitivist-ampirik araştırma yapma geleneğinin sil baştan insancıl bir şekilde gözden geçirilmesini gerekli kılmaktadır.

Ignoratio Elenchi

“Her şey eleştirilebilir ama pozitivist bilim ve tahakkümü eleştirilemez” sanrısı yaygınlaşmaktadır. Neden ki? Neticede bilim iflaslarla, başarısızlıklarla, kesintilerle kendi kendini düzeltten bir yapıya sahip değil mi? Sonuçları değişmeyecek olan, kesin bilgiye dayalı, metodu mutlak, sorgulanamaz, eleştirilemez sosyal bilimsel araştırma var mıdır? Ele aldığı şeyi değiştiren, dönüştüren, yıkan ve yeniden inşa eden sosyal bilimde araştırma yok mudur? Kendini zihinsel sisli soyut varsayımlar, kavramlar üzerine inşa eden, mutlak ve eleştirilemez olduğunu iddia eden bilim bilim değildir, olsa olsa bu sözde bilimdir. Kendini ölçülebilen şeylerin niceliksel yönüne sınırlayan, ölçülemeyeni dışlayan bilim bilim değildir, olsa olsa bu sözde bilimdir.

Sözde bilim turizme ne katabilir?

Pozitivizm en çok iddia edilen şeyle alakası olmayan bir sonuç çıkarma yanlılığından (*ignoratio Elenchi*) çekmektedir. Sadece diğer araştırmaları, diğerlerince söylenmiş şeyleri yani bir nevi kendinden önceki tarihi referans vererek argüman haklı kılınabilir mi? Hipotez red etmemeyi bir türlü içine sindirmemek ama daha çok teyit etmeyi amaçlamak bir tür yanlılık (ön yargı) değil midir? Atıf sayısına bakarak bir kişiyi, kullanım sıklığına bakarak metodu otorite kabul etmek (*argumentum ad verecundiam*) ve sırf o söylediği için söylediğinin doğru kabul edilmesi (*ipse dixit*) ne kadar tartışmasız? Tersinin yanlış olduğu ispatlanmadan, tersi hakkında bilgi yokluğunu umursamadan var olan malumatın doğru olduğunu kabul etmek ne kadar tartışmasız olabilir (*argumentum ad ignorantiam*)? Bir karşı argüman ortaya koyduğunuzda, örneğin “şu an yapılan bilim değil, sözde bilime boyun eğdirme çabasıdır” dendiğinde, bunun üzerine akıl yürütmek, karşı argüman koymak varken şahsa saldırıp kıvılcımın üstünü örtmek ne kadar tartışmasızdır (*argumentum ad hominem*)? Çok basit meselelerde dahi ileri istatistiki analizlerini elzem bir ihtiyaç olarak görmek, bir yöntemin kullanım sıklığının diğer kişilerin kullanım sıklığından dolayı artması, yayın sayısında ve atıfta başkalarından geri kalmama isteği (*bandwagon-sürü psikolojisi*) bir tür yanlılık (önyargı) değil mi?

Sonuç

Araştırmanın asıl pandemisi pozitivist-emprisizmdir. Turizm ve araştırmaları bu kurnaz virüsten enfektidir. İnancım odur ki turizmin sosyal ekolojik gerçeğine aykırı olan pozitivism, turizm araştırmalarında bir nevi memurluk dönemi getirmiş olsa da, süreç içinde katı bürokrasi eninde sonunda ayaklanmayı, ayaklanma ise turizm anlayışında devrimi getirecektir. Araştırma iklimi değişecek, enfekte, kurmaca pozitivist malumatlar turizm dünyasından ayrılacaktır.

Çok sayıda araştırmacı (Airey, 2015; Ateljevic, Pritchard ve Morgan, 2007; Bianchi, 2009, Butler, 2015; Cooper, 2015; Dann 2009, 2011; Erdoğan, 2001; Franklin ve Crang, 2001; Hall, 2015; Korstanje, Mustelier ve Herrera, 2016; Jafari, 2001; Laws ve Scott, 2015; McKercher ve Prideaux, 2014; Pearce, 2012; Pearce ve Butler, 2010 a, b; Ryan, 2005, 2018; Singh 2015; Tribe 1997, 2005, 2006, 2007, 2009; Tribe ve Airey,

2007; Tribe, Dann ve Jamal, 2015; Walle, 1997) sorunlara, yanlış inançlara ışık tutmuştur. Tekrarlamakta fayda var. Turizm alanındaki tartışmalı inançlardan ilki turist hareketlerinin sadece dış uyaranlara verilen tepki olduğu ve turizm hareketinin fetişist bir inançla bir davranış, özellikle ekonomik bir davranış olduğudur. Oysa turizm maddeden çok manevi bir yolculuktur. Hayyam'ın dediği gibi seyahat eden iki kere yaşar. Turizmdeki bir diğer sorun pazarlama ve işletme bilimi ile yaptığı mutsuz evliliğdir. Özellikle yönetim ve pazarlama araştırmaları ile bilimsel etiketleme ve sınıflamanın arkasındaki pozitivist hırslar arasındaki evlilik hem mutsuz hem psikolojik ve sosyolojik açıdan düz tabanlı çocukların doğmasına neden olmuştur. Tarzı, tadı, kimliği olmayan bir köpüğün genişlemesindeki kantitatif büyümeden başka anlam ifade etmeyen turizm araştırmaları büyüdükçe kendini daha çok kabul gören analizlere, şaibeli istatistiklere hapsederek bir avuç teorisyene yönünü emanet etmiş olması turizm alanının diğer sorunudur. "Defolu araştırma şablonunu" kullanmaya devam etmesi bir diğer meselesidir. Öyle ki bu şablon (kalıp) bayat, işe yaramaz bilgiyi üretmeye, aynı konuların tekrar tekrar tavaf edilmesine, işe yaramaz sonuçların tekrarlanmasına neden olmaktadır. Böylelikle, turizm bir seri farklı, yerel bir olguya karşı gaddar ama mantıklı ekonomik adamın vücut bularak sayılabilir ve sıralı satın alma, seyahat, konaklama, ayrılış eylemlerini sınıflama çabasına dönüşmüştür. Turizm çalışmalarının amacı bir sınıf altındaki sınıfı, onunda altındaki sınıfı, sınıfında altındaki sınıfı bulmaya indirgenmiştir. Bu büyük bir zaman kaybıdır. Mevcut bilimsel yaklaşımda büyük ve takıntılı akademik patlamanın neden olduğu abartılı bir sınıflama çılgınlığı devam etmektedir. Bunun sonucunda ise yapılacaklar listeleri üretilerek turizmin düzenlenebileceği ve yönetilebileceği zannedilmektedir. Bu ise tartışmalı bir kehanettir. Özel ilgi türü turizm türlerinin üretilmeye devam ediyor oluşu turizmde büyük resmi görmemizi engelleyen önemli tartışmalı inançlardandır. 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 sıkıştırılmaya devam edilmesi, evinden uzakta olanların davranışı olarak görülmesi yerine turizmin küresel sosyal yaşantı olarak algılanmasının zamanı gelip de geçmektedir. Turizm çalışmalarındaki bir önemli yanılsama 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. Turizm 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. Turizm çalışmalarının bir diğer sorunu erkek egemen oluşudur. 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 insanat bahçesidir. Ne seyahat halindeki turistin 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 araştırmalarında tek kutuplu erkek egemenlikten biraz uzaklaşıp her şeyi gözlemleyen, neden olduğunu sertçe sorgulamadan önce onu sezen, şefkatle kucaklayan kadın bakış açısına ihtiyaç vardır. Turizm çalışmalarının diğer sorunu çok gelişmiş teori-bazlı soruların ürettiği insan eliyle oluşturulmuş, yapaylıktır. Turizmin turistin görmeleri için oluşturulan yapay yapıyı görenlerden oluştuğu sübjektif bir dünya olduğu inancı yanlıştır. 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 ayrışmak değil ama kendince bulunduğu yerde bir şey yapmak, yerle erimek ister. Turizm çalışmalarının diğer önemli sorunu turisti *homo economicus* olarak görmekte direktip onu nedense *homo ludens* olarak görmemesidir. Turizm araştırmalarının kaçırdığı da budur. Araştırmacılar ve araştırmalar ciddidir. Ciddi soruların keyif peşinde koşan turiste ne yaptığını ve cevaplarırken ne yaptırdığını görmezden gelmek büyük saçmalıktır. Bir sürü arzuya şekillenmiş karışık ve çoğunlukla birbiriyle çelişen enerjiyi ciddi ciddi sorularla anlayan var mı?

İnsanların "içinde yaşadıkları çevreyi (toplumsal dünyayı) ve gündelik hayatlarını nasıl anlamlandırdıkları ile pozitivist araştırmalarının nasıl anlamlandırdıklarını düşündükleri arasında geniş bir uçurum bulunmaktadır. Gündelik eylemlerini anlamaya çalışırken, turizm gibi yapay bir düzende bireyin pasif, gözlemlenebilir bir özne olmadığı, meselelere yön veren aktif bir özne olduğunun önemini kavrayarak araştırmaların konusu olan katılımcılar hakkında yaptığımız yorumların tamamen doğru olamayacağını tartışılması gerekir. Açıkçası, yeni yaklaşım sunmaktan uzak, üstelik teorik alt yapıyla geliştirilmemiş sözde pozitivism temelli ampirik çalışmalarımızın gerçeğin resmi kanıtı olarak gösterilmesi büyük bir hayal kırıklığı yaratmaya devam etmektedir. Bir yıl hiç bilimsel araştırma yayınlanmasa da turizm dünyasının kendi halinde gelişmeye devam edeceği açıktır. O nedenle bu tür ampirik çalışmalar için değil "sağlam kanıt", nasıl üretildiği belli olmayan hipotezleri reddetme ya da kabul etmede destek sağlayan araçlar demek bile tartışmalıdır. Ampirik olduğu iddia edilen çalışmalarımızda sonuçların genellikle istatistiksel olasılık değeri ile ifade edilebilir "belirsizlik" tarafından etkilenebileceği unutulmaz. Temelsiz genellemeler yapıyor ancak şiddetle önerilen güven aralıkları, test gücü ve etki boyutları hakkında testler uygulamıyoruz. Nesnel ve ölçülebilir bir dünyanın varlığı iddiasına karşın, dünyanın sosyal bir ekoloji olduğunu düşünmüyoruz. Birincil olarak ele alınan materyal/nesnel dünyanın gerçekte biz akademisyenler tarafından tasarlandığı, analiz edildiği ve kısmen değiştirildiği hiç eleştirilmiyor. Ampirik araştırmalarımızı sadece kanıtlama/tahrif etmeye çalıştığı teorilerde ima edilen gerçeklere/iddialara odaklanıyor. Kısacası, ampirik araştırmalarımız kendi kendini gerçekleştiren kehanetlerden başka bir şey üretmiyor.

Tek bedende aynı anda üç yaşam süren (fiziksel, zihinsel ve ruhsal), turizm denen muazzam labirente girdiğinde her zerresiyle ait olduğu yeri, zamanı unutan, sözde özgür iradeyle realist, aktivist ya da idealistlik arasında gidip gelerek gerçekte ne aradığını bulmak için aklını kullanmaya ve bilincini yükseltmeye çalışan insanı (turisti) pozitivist-ampirik bir çalışma nasıl anlayabilir? Pozitivism mevcut haliyle daha çok kurmaca, kuralcı ve duygusuzdur. Eğer turizmde yaşam bir formdan diğerine "varlık/geçiş" akışı ise o zaman nasıl oluyor da duygusuz pozitivism oldukça müdahaleci sorularla ölçümlenen, doğrusu sadece kısmen gözlemlenen, doğal yaşam içinde var olmayan anlara ve olaylara "katı ve genelleştirilebilir "açıklama" getirebiliyor? Deneyle anlamak dünya ile varlıkların etkileşimleri için tek yol mu? Deney ve deneyim aynı mı? Ne kadar tekrarlanırsa tekrarlanırsa, ki deneyimler gerçekten birebir tekrar edilemezler, insan deneyimi her zaman tektir, yenidir. Ayrıca neden pozitivist-ampirik bilim, hayatta bir durumdan diğerine geçişin ardındaki dinamikleri anlamak yerine sadece seçilen zamanı/noktayı/anı ayrıcalıklı hale getiriyor? An tüm turistik yaşamın kesiti olabilir mi? Turizmi okumak, ezbere değerlendirmek yetmiyor, ezberi bozmak,

anlamak gerekiyor. Çünkü anlamadan bilmek özneyi arzulu ve hoşnut hale getirmiyor, açıklama yetmiyor.

Bilimin özünde sorgulamak ve sınamak yatar. Anlamak, daha çok anlamak, daha derinlemesine anlamak için ışığı bulmak gerekliyken pozitivistin karanlığa sığınmak neden? Hatalı sonuçlar her zaman olasıdır. Kuşkucu yaklaşımı bertaraf etmeyen gerçek bilim içtenlikle hatalarını saptayıp düzelttiğinde bir bütüne kavuşabilir. Görsel yanılığın tuzağına düşmek, rakamları anlamakta sistematik yanılmak, hoşumuza gitmeyen kanıtı red etmek, başkalarının düşüncelerinden kolayca etkilenmek günlük hayatın kaçınılmazı. Hatalara düşme eğilimi yüksek, yanılığın içinde debelenen insandan alınan veri ise bilimsel ve kusursuz! Araştırmanın veriden öteye düşünme sanatı olarak ele alınmasında bu nedenle fayda var. Turizm bir deneyimdir aynı zamandan turizm deneyimin aracıdır. Hiçbir deneyim düşüncül bulaşmadan bağımsız olamaz. Bu sebeple, çalışmada niceliğe karşı azalan niteliğin nedenlerinden bazıları ele alınmıştır. İkinci çalışmada ise turizm araştırmamızın içinde yer aldığı sistemde baş gösteren yapısal sorunlara ışık tutulmuştur. Bilgi üretiminde normal dağılımı engelleyen, bir tür ayrımcılık görüntüsündeki SSCI, dergi etki faktörü gibi icatların bilimde emeğin sömürülmesine ve faydalı bilimin sonlanmasına neden olabileceği; atf kartellerinin nasıl oluştuğu ve çalıştığı; “yayınla ya da yok ol” un nasıl “yayınla ve yok ol” a dönüştüğü; sorunsallaştırma yerine boşluk doldurmaya çalışmanın faydasızlığı, pozitivist-ampirik çalışmalardaki olası McNamara yanılığı, Parkinson ve Peter ilkeleri ışığında bilimperestlik ve etkileri gibi konular ele alınacaktır

Kaynakça

- Airey, D. (2015). 40 years of tourism studies- a remarkable story. *Tourism Recreation Research*. 40, 1: 6-15.
- Bianchi, R. (2009). The 'Critical Turn' in Tourism Studies: A Radical Critique. *Tourism Geographies*. 11, 4: 484-504.
- Ateljevic, I., Pritchard, A. ve Morgan, N. (2007). *The critical turn in tourism studies. Innovative research methods*. Elsevier Publishing.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer* 24, 1: 5-12.
- Butler, R. W. (2015). The evolution of tourism and tourism research. *Tourism Recreation Research*. 40, 1: 16-27.
- Christaller, W. (1963) Some considerations of tourism location in Europe: The peripheral regions – underdeveloped countries – recreation areas *Regional Science Association Papers* 95-105 Lund Congress XII
- Cohen, E. (1972) Toward a sociology of international tourism *Social Research* (39) 1 164-182
- Cooper, C. (2015). Managing tourism knowledge. *Tourism Recreation Research*. 40, 1: 107-119.
- Dann, G. (2009). How international is the International Academy for the Study of Tourism? *Tourism Analysis*, 14(1), 3-13.
- Dann, G. M. (2011). Anglophone hegemony in tourism studies today. *Enlightening Tourism: A Path-making Journal*, 1(1), 1-30.
- Doxey, G.V. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences *Proceedings of the Travel Research Association* 195-198 *Travel Research Association: San Diego*.
- Erdoğan, İ. (2001). Sosyal Bilimlerde Pozitivist-Ampirik Akademik Araştırmaların Tasarım ve Yöntem Sorunları. *Anatolia. Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12: 119-134.
- Franklin, A. ve Crang, M. (2001). The trouble with tourism and travel theory? *Tourist Studies*. 1, 1: 5-22.

- Hall, M. (2015). Tourism and biological exchange and invasions: a missing dimension in sustainable tourism? *Tourism Recreation Research*. 40, 1: 6-15.
- Jafari, J. (2001). The scientification of tourism. In V. L. Smith & M. Brent (Eds.), *Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century* (pp. 28–41). New York: Cognizant Communications.
- Korstanje, M., Mustelier, L. ve Herrera, S. (2016). Understanding the indiscipline of tourism: A radical critique to the current state of epistemology. İçinde Pappas, N. Ve Bregoli, I. (Editor). *Global Dynamics in Travel, Tourism and Hospitality*.
- Laws, E. ve Scott, N. (2015). Tourism research: building from other disciplines. *Tourism Recreation Research*. 40, 1: 48-58.
- Lecoutre, B., Poitevineau, J. ve Lecoutre, M. (2005). A reason why not to ban Null Hypothesis Significance Tests. *Revue MODULAD*. 33: 249-253.
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class* Macmillan: London
- McKercher, B. ve Prideaux, B. (2014). Academic myths of tourism. *Annals of Tourism Research* 46:16–28.
- Pearce, D. (2012). *Frameworks for Tourism Research*. Cabi Publishing.
- Pearce, D.G. ve Butler, R.W. (eds) (2010a). *Tourism Research: A 20-20 Vision*. Goodfellow, Woodeaton, Oxford.
- Pearce, D.G. ve Butler, R.W. (2010b). Conclusions: trends and advances in tourism research. In: Pearce, D.G. ve Butler, R.W. (eds) *Tourism Research: A 20-20 Vision*. Goodfellow, Woodeaton, Oxford, pp. 229–237.
- Pearce, P. L. (1982). *The social psychology of tourist behaviour*. New York: Pergamon Press.
- Plog, S.C. (1973). Why destination areas rise and fall in popularity *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 13 6-13.
- Ryan, C. (2005). Ethics in Tourism Research: objectivities and Personal Perspectives. In *Tourism Research Methods, integrating theory with Practice* (pp. 9–20). Wallingford: CABI
- Ryan, C. (2018). Future trends in tourism research – Looking back to look forward: The future of '*Tourism Management Perspectives*'. *Tourism Management Perspectives*. 25: 196-199.
- Singh, T. V., (2015). *Challenges in tourism research*. Channel View Publications.
- Tribe, J. (1997). The indiscipline of tourism. *Annals of Tourism Research* 24 (3) 638-657.
- Tribe, J. (2005). New tourism research. *Tourism Recreation Research*, 30(2), 5–8.
- Tribe, J. (2006). The truth about tourism. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 360–381.
- Tribe, J. (2007). Critical tourism: Rules and resistance. In I. Altejevic, A. Pritchard, & N. Morgan (Eds.), *The critical turn in tourism studies: Innovative research methodologies*: 29–40. Oxford, UK: Elsevier.
- Tribe, J. (2009). *Philosophical Issues in tourism*. Bristol: Channelview.
- Tribe, J. (2010). Tribes, territories and networks in the tourism academy. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 7–33.
- Tribe, J. Dann, G. ve Jamal, T. (2015). Paradigms in tourism research: a triologue. *Tourism Recreation Research*. 40, 1: 28-47.
- Tribe, J. ve Airey, D. (2007). *Developments in tourism research*. Elsevier Publishing.
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.
- Walle, A. H. (1997). Quantitative versus qualitative tourism research. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 524–536.
- Yüksel, A. (2018). Doğru Bilinen Yanlışlar Serisi (2): "P" ve Hipotez Doğrulamak!. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15 (2) , 481-488 .
- Yüksel, A. (2019). Aykırı: Araştırmada Yanılsamaları. *Detay Yayıncılık*