

## Fenomenolojik Sosyoloji Öncüllerinin Turizm Alan Yazını Üzerinden Değerlendirilmesi

*Evaluation of the Antecedents of Phenomenological Sociology from Tourism Literature*

Meryem AKOĞLAN KOZAK\*, Deniz KALE\*\*

\* Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Yunus Emre Kampüsü, 26470, Eskişehir.

E-posta: mkozak@anadolu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-0577-1843

\*\* (Sorumlu Yazar) Yüksek Lisans Öğrencisi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yunus Emre Kampüsü, 26470, Eskişehir.

E-posta: denizkale3@gmail.com

ORCID: 0000-0002-6287-1173

### MAKALE BİLGİLERİ

#### Makale İşlem Bilgileri:

Gönderilme tarihi: 20 Ocak 2023

Birinci düzeltme: 23 Şubat 2023

İkinci düzeltme: 4 Mart 2023

Üçüncü düzeltme: 27 Mart 2023

Kabul: 29 Mart 2023

**Anahtar sözcükler:** Fenomenoloji, Fenomenolojik sosyoloji, Turizm, İçerik analizi.

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Submitted: 20 January 2023

Resubmitted: 23 February 2023

Resubmitted: 4 March 2023

Resubmitted: 27 March 2023

Accepted: 29 March 2023

**Key words:** Phenomenology, Phenomenological sociology, Tourism, Content analysis.

### ÖZ

Nitel araştırma yaklaşımlarından biri olan fenomenoloji, bireylerin fenomenlerle ilgili deneyimlerinin ortaya çıkarılması amacıyla uygulanan yöntemdir. Fenomenolojik sosyoloji ise fenomenolojinin sosyolojik bakış açısıyla yorumlanmasıdır. Bu çalışmada, turizm alanında yapılan fenomenoloji çalışmaları, fenomenolojik sosyolojinin öncülleri kapsamında incelenmektedir. Belirlenen çalışmalardaki öncüllerin yer alma durumu aynı zamanda, sosyolojik bakış açısını da temsil etmesi bakımından önemlidir. Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tercih edilmiştir. Yorumlamalarda betimsel analiz kullanılmıştır. Veriler iki veri tabanından (Dergipark ve Anadolu Üniversitesi Kütüphanesi Veritabanları Toplu Arama) derlenmiştir. Analizler sonucunda, fenomenolojik turizm çalışmalarının, fenomenolojiyi sosyolojik olarak açıklamada yetersiz kaldığı görülmüştür. Bu kapsamda, fenomenolojik sosyoloji öncüllerinden "biz ve onlar" ilişkisi, "özneler-arasılık", "amacıyla ve çünkü" güdüleri ve "toplumsal inşacılık" öncüllerinin çalışmalarda az sıklıkla temsil edildiği; diğer öncüllerden "yaşam dünyası", "deneyim" ile "paranteze alma" öncüllerinde ise sosyolojik temellendirmelerin kullanıldığı, açıklamalarda bu bağlamlardan sıklıkla yararlandığı görülmüştür.

### ABSTRACT

One of the qualitative research approaches, phenomenology, is a method used to reveal the experiences of individuals about phenomena. Meanwhile, phenomenological sociology is the interpretation of phenomenology with a sociological perspective. In present study, phenomenology studies carried out in the field of tourism were examined within the scope of phenomenological sociology antecedents. The presence of the antecedents in the determined studies is also important in terms of representing the sociological point of view. Descriptive analysis was used in the interpretations. All the data examined in the study were compiled from two databases (Dergipark and Anadolu University Library Databases Collective Search). As a result of the analysis, it has been seen that phenomenological tourism studies are insufficient to explain phenomenology sociologically. In this context, the antecedents of phenomenological sociology, "us and them" relationship, "intersubjectivity", "in-order-to and because" motives and "social constructivism" are less frequently represented in the studies; It has been observed that sociological justifications are used in the "lifeworld", "experience" and "bracketing" antecedents and that these contexts are frequently used in the explanations.

## GİRİŞ

İnsan yapısının dinamik ve karmaşık yapılı olmasından dolayı bilim insanları zamanla bilimsel çalışmalarda nitel araştırma yöntemlerini geliştirmeye yönelmiştir. Pozitivist yaklaşıma kıyasla yorumlamacı bir yapıya sahip olan, sosyal eylemlerin arkasındaki nedenleri anlamaya ve

yorumlamaya çalışan ve eylemleri yaşayanların kendi bakış açılarından inceleyen nitel araştırmalar pek çok disiplinde kullanılmaktadır. Nitel araştırma yöntemleri arasında yer alan fenomenolojik yaklaşım ise, ilk olarak Edmund Husserl (1931) tarafından felsefi bir ekol olarak ortaya konmuştur ve günümüzde pek çok bilimsel araştırma için yol gösterici bir yöntem olarak kulla-

nılmaktadır. Fenomenoloji, bir fenomenle ilgili bireylerin deneyimlerini evrensel bakış açısına indirgemektir (Kıral 2021). Bu açıdan ele alındığında fenomenoloji yaklaşımında temel olarak her şeyden önce bir öznellik söz konusu olduğu için daha katı ve mutlak olan doğa bilimlerinden uzaklaştığı söylenebilir. Sosyal bilimlerde ise genel olarak deney ve nesnellik önemlidir fakat yorum yapmak ve farklı bakış açılarını göz önünde bulundurmaya da dikkate alınmalıdır. Bu açıdan bakıldığında, sosyal bilimlerde genelleme yapmak zordur çünkü insanlar ve durumlar biriciktir. Fenomenoloji de belirli öncüller çerçevesinde bu biricik durumları anlamlandırmayı amaçlayan bir nitel araştırma yöntemidir.

Turizmin yoğun olarak deneyim ve keşifle alakalı olması sebebiyle; bu deneyimleri anlamlandırmaya yönelik olarak, fenomenolojik yöntem, pek çok turizm araştırmasında yer bulmaktadır. İnsanların boş zaman değerlendirme ve kültürel faaliyette bulunma amacıyla birer parçası olduğu turizm alanı geçmişten günümüze kadar pek çok farklı sosyal bilim alanıyla birlikte araştırılmıştır. Turizm sosyolojisi; turizmde yer alan karmaşık eylemler bütünü, sosyoloji biliminin yaklaşımı ile açıklayan bir özel sosyoloji dalı olarak tanımlanmaktadır (Avcıkurt 2017). Turizm ve sosyolojinin ortak inceleme alanları bilindiğinden dolayı, fenomenolojik sosyolojinin de turizm açısından ele alınması mümkün olmaktadır. Fenomenoloji, ilk kez Alfred Schutz tarafından sosyolojik bir yaklaşım haline getirilmiştir (Rasid vd. 2021). Fenomenolojik sosyoloji, bireylerin öznel dünyalarını tamamen anlamlandırmaya çalışan fenomenoloji yaklaşımını, sosyolojik olarak yorumlayarak, derinlemesine anlamlandırmaya çalışan bir yaklaşımdır. Bu çalışmanın amacı ise fenomenolojik sosyoloji öncüllerinin turizm çalışmalarındaki var olma durumunu değerlendirmektir.

## FENOMENOLOJİK SOSYOLOJİ KAVRAMI VE ÖNCÜLLERİ

Fenomenolojinin temel amacı, bir fenomenle ilgili her bireyin kişisel deneyimlerini ortak ve evrensel bir bakış açısına indirgemektir. Toplumda var olan her birey için kendi algısı gerçektir. Bu açıdan fenomenoloji, insan varoluşunun dene-

yim üzerine bir yansımasıdır (Van Manen 2007). Fenomenolojik araştırma, bir kişinin fenomenlere dair sahip olduğu algının ve hislerin nasıl olduğuna dair bir merakla başlamalıdır. Bu merak sayesinde araştırılan konuyu, deneyimleyen kişinin gözlerinden görmek mümkün olmaktadır.

Fenomenolojik sosyolojide ise insan, kendini inşa eden bir sosyal aktör olarak tanımlanır. Fenomenoloji ile sosyoloji arasındaki köprü kuran kişi ise Husserl'in öğrencisi olan Alfred Schutz'dur. Fenomenolojik sosyoloji, insanlar tarafından genel olarak kabul edilen sağduyu bilgilerinden yola çıkarak deneyimler ve yaşantılarla ilgilenir (Sofuoğlu 2009). Fenomenolojik sosyolojide; yaşam dünyası, deneyim, öznel-arasılık, "amacıyla ve çünkü" güdüleri, "biz ve onlar" ilişkisi boyutları mevcuttur. Bu boyutlardan "amacıyla ve çünkü" güdüleri, Schutz'un yaklaşımında yaşam dünyası boyutunun altında yer almaktayken, bu çalışmada turizmde özel bir yer tuttuğu düşünüldüğü için ayrı ele alınmıştır. Daha sonra Berger ve Luckman, yaptıkları çalışmalar sonucunda *toplumsal inşacılık* boyutu da bu kapsamda ele alınmaya başlanmıştır (Erbaş 1992). Bu öncüllere aşağıda detaylı olarak yer verilmektedir.

**Deneyim:** Fenomenolojinin, dolayısıyla fenomenolojik sosyolojinin en temel faktörü deneyimdir. Fenomenolojik sosyoloji de tıpkı fenomenolojide olduğu gibi deneyim ve bilinç arasındaki ilişkiyle ilgilidir. Bireyin yaşadığı deneyimler, kendilerini refleksiyon ve dil olarak sunarlar (Van Manen 2007; Creswell 2014). Fenomenolojik araştırmalar, "neyin", "nasıl" deneyimlendiğini, bireylerin deneyimlerinin özünün tartışıldığı bir bölümle son bulur (Creswell 2014). Dolayısıyla, tüm fenomenoloji araştırmalarının en önemli boyutu ve vazgeçilmezi deneyimdir. Bu boyuta ait iz düşümler turizm alanında sıklıkla irdelenen konulardan biridir. Bilindiği gibi turizm, insanların kısa süreli yer değiştirerek, farklı kültürden insanlar tanınmasıyla gerçekleşen deneyimsel bir olgudur. Turistler, katıldıkları turistik faaliyetlerle çeşitli olaylara ve deneyimlere sahip olup, pek çok farklı kişiyle iletişim kurarlar. Yaşanan her yeni deneyim turistlerin düşüncelerini etkiler ve bir deneyim farklı turistler için farklı şekiller-

de yorumlanabilir. Örneğin, gastro turistlerin yeme deneyimleri gibi (Sezen, Dağ ve Keskin 2020). Bugün gelinen noktada turizmde sanal gerçeklik teknolojisi, üç boyutlu nesnelere ve turistlerin dahil olabildiği sanal ortamlar oluşturarak destinasyonları, müzeleri, tarihi ve mimari alanları, turizm işletmelerini gerçekmiş gibi deneyimleme imkânı da tanımaktadır (Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak 2014).

**Yaşam Dünyası:** Türkçeye yaşam dünyası veya yaşantı dünyası olarak çevrilmiş olan "lifeworld" (lebenswelt) kelimesini ilk kullanan ve geliştiren kişi Husserl'dir (Zelić 2009). Schutz ise toplumdaki diğer bireylerin değer yargılarına göre gerçekleşen eylem alanına "gündelik yaşam dünyası" demiştir (Erbaş 1992). Yaşam dünyası, bireylerin kendi deneyimlerini gerçekleştirirken paylaşılan ortak kültürün dünyasıdır. Turizme katılmanın en önemli amaçlarından bir hoşça vakit geçirmek ve eğlenmektir. Bu kapsamda kişi aynı zamanda farklı bir yaşamı öğrenir ve deneyimler (Sezen, Dađ ve Keskin 2020). Yaşam dünyası, turizm açısından turist ile yerel halk arasındaki karşılaşmalar aracılığıyla ortaya çıkar (Emir ve Kaya Sayarı 2020). Örneđin, bir yerde kalma (barınma), yeme içme, gezme ve öğrenme hayatın içindeki olgular olduğu kadar, turizm sürecinin de olmazsa olmazıdır. Zaten bir konuyu sosyolojik olgu haline getiren de yaşamın içinde olması ve deneyimlenmesidir.

**Paranteze Alma:** Paranteze alma, kendi bilincimiz tarafından oluşturulan dünya algısının bir kenara bırakılmasını ifade eder. Husserl'in fenomenoloji anlayışında "paranteze alma" oldukça önemli bir yer tutmaktadır (Walsh 1988). Schutz ise bu kavramla gündelik yaşamdaki her şeyin paranteze alınmasını değil, hayatımızı daha pratik şekilde sürdürebilmek için gündelik yaşama dair sorguların askıya alınmasından bahsetmektedir (Sofuoğlu 2009). Örneğin, fenomenolojik sosyolojik gibi sembolik etkileşimcilikte de toplumsal gerçekliğin, çoğunlukla, toplumsal olarak paylaşılabilen karmaşık tipleştirmelerle meydana geldiği kabul edilir. Sembolik etkileşimci araştırmanın en önemli özelliği, araştırmacının kendi özünü, araştırdığı özlere; araştırdığı özlere de kendi özüne yerleştirmesidir. Dolayısıyla,

her iki yaklaşımda da karşılıklı paylaşılan anlamların ortaya çıkması, sorguların askıya alınması vasıtasıyla gerçekleştirilir (Çiftçi 2012). Bireylerin karşılıklarına çıkan durumlar ile başa çıkılmalarında, sosyal yaşamdaki diğer bireylerle etkileşime girerek anladıkları anlamlara başvurarak onları kendi zihin süzgeçlerinden geçirip yorumladıkları ve anlamları tekrar kendilerince oluşturarak kullandıkları bir aşama mevcuttur. Tüm bireyler bu anlamlara katkılarda bulunur ve toplumdaki diğer bireylere sunar (Varlık 2021).

**Özneler-Arasılık:** Bireylerin öznel dünyalarının sağduyuyu bilgisiyle birlikte paylaşılan nesnel bir tarafı olduğu anlamına gelmektedir. Post-yapısalcı yaklaşımda özne merkeze alınmasında (Ulusoy 2018), fenomenolojik yaklaşımda benzer şekilde, özneler-arası bağlamda toplumun öğelerinin ve gündelik yaşamın işleyişinin anlaşılması için özneler-arası bir ilişki düzeni var olmaktadır. Bu ilişkiyi anlamak için aktörler arası etkileşimin nesnel yapısı incelenmelidir. Bireyler etraflarında olup bitenleri öznel bir bakış açısıyla görüp değerlendirmektedir, fakat bu olaylar sadece birey için değil, toplumdaki herkes için var olmaktadır (Gönç Şavran vd. 2013). Örneğin, post-yapısalcılık yaklaşımında, insan kültürünün yapılar aracılığıyla anlaşılabilirliği savunulur. Özneler-arasılık boyutu üç temel konudan oluşmaktadır. Bunlar; sağduyuyu (ortak bilgi stokları) bilgisi, tipleştirme ve bakış açılarının karşılıklılığıdır.

**"Amacıyla ve Çünkü" Güdülleri:** Schutz, "çünkü" formundaki güdünün, eylem planının kendisi olduğunu belirtmiştir (Sofuoğlu 2009). Örneğin, birey boş vakti olduğu için seyahat ediyor olabilir. Bu durumda birey, neden seyahat ettiği sorulduğu zaman "...çünkü boş vaktim vardı" gibi geçmiş motivasyonuna yönelik bir açıklama yapar. Bu "çünkü" güdüsüne bir örnektir. Bu kişinin İtalya'ya seyahat etmesinin nedeni orada panzerotti yemek ise bu, geleceğe yönelik motivasyonla ilgilidir ve "amacıyla" güdüsüne örnek gösterilebilir. Bu durum bir destinasyonun itici ve çekici faktörleri açısından da ele alınabilir. İtici faktörler bireyleri istekleri doğrultusunda harekete geçerek seyahat etmeye iterken, çekici faktörler bireylerin nereye seyahat edeceklerine

yönelik dış faktörlerden kaynaklanır (Dursun ve Karasakal 2018).

**“Biz ve Onlar” İlişkisi:** “Biz ilişkisi”, dünyanın “benim” değil, “bizim” olduğu düşüncesinden hareket eden, yaşam dünyasında anlamların paylaşıldığının vurgulandığı önemli bir ilişkidir. “Biz” ilişkisi gündelik yaşamın temelini oluşturur. Gündelik hayattaki insan ilişkileri biz ilişkisine bağlıdır. Biz ilişkisinde bireylerin karşısındaki bireyleri tamamen anlaması mümkün değildir (Gönç Şavran vd. 2013). “Onlar ilişkisi” ise bireylerin birbirine karşı yönelimlerinin kısıtlı olduğu ilişkilerdir. Bu ilişkide toplumsal roller önemli bir yer tutmaktadır. “Onlar” ilişkisinde bireyler aynı zaman ve aynı mekânı paylaşıyor olsalar dahi ilişkileri birebir değildir (Aytan 2019). Turizmin içinde yer alan bireylerin “biz” ilişkisi, yabancılaşmanın etkisiyle “öteki” konumuna gelebilir. Tam tersi olarak, birey gündelik hayatının eksik olduğunu düşünerek yabancılaşma sürecine girdiyse, turistik bir faaliyete katılmak onun yenilenmesi ve “biz” ilişkisi arayışına girmesiyle sonuçlanabilir (Aktaş Polat ve Polat 2016).

**Toplumsal İnşacılık:** Berger ve Luckmann’a göre toplumsal gerçeklik, bizim irademizden bağımsız olduğunu kabul ettiğimiz ve bizim seçemediğimiz bir gerçekliktir. Bu gerçeklik toplumsal iletişimle inşa edilir ve korunur. Gerçekliğin inşası ise dışsallaştırma, nesnelleştirme ve içselleştirme şeklindeki üç evre ile mümkündür ve toplum tarafından gerçek olarak gösterilen gerçekliğin kabul edilmesinin sebebi *dışsallaştırma, nesnelleştirme ve içselleştirme* adı verilen üç evre ile ifade edilmektedir. Bireyler maddi veya manevi ürünlerini topluma sunduktan sonra toplumun bu ürünleri anlamlandırmasıyla, birey tarafından üretilen bu nesnellik, *dışsallaştırma* yöntemi ile toplumda yer edinmiştir. *Nesnelleştirmeye* göre ise, insanların düşünceleri kendiliğinden değil, insanlar onları nesnelleştirdiği için toplumsal gerçekler haline gelmektedir. *İçselleştirme* ise bireylerin, nesnelleşen inanç ve kuralları benimsemeleridir (Uzun ve Şafak Uzun 2017). Örneğin, ilk çağlarda misafirlere cömertlik göstererek ağırlamak, bir erdem göstergesi olarak içselleştirilmişken, günümüzde bu ağırlama hizmeti tica-

rileşmiş olarak kabul görmektedir (Akoğlan Kozak, Evren ve Çakır 2013).

## TURİZM ALANYAZINI ÜZERİNDEN BİR DEĞERLENDİRME

Çalışmanın bu kısmında, fenomenolojik sosyoloji kapsamındaki turizm araştırmaları üzerinden yapılacak değerlendirmelerin yöntemi hakkında detaylı açıklamalar yapılmıştır. Çalışmanın önem ve amacına da bu kısımda yer verilmektedir.

### Amaç ve Önem

Bu çalışmanın temel amacı, alanyazında üç farklı veritabanında yapılan araştırmalar sonucunda toplanan, fenomenoloji konulu turizm çalışmalarının, fenomenolojik sosyoloji öncülleri kapsamında incelenmesidir. Ayrıca, turizm araştırmalarında yer aldığı düşünülen sosyoloji ve fenomenoloji konularının kesişim noktalarının da belirlenmesine çalışılacaktır. Fenomenoloji; turizm çalışmalarında sıklıkla kullanılan, turizmle alakalı fenomenlerin (olguların) deneyimler kapsamında ne ifade ettiğini araştırmaya yönelik bir nitel araştırmadır. Sosyoloji ise bir toplum bilim alt dalı olan turizm ile yakından ilişkidir. Bu nedenle, fenomenoloji yöntemi, turizmdeki temel olguları ortaya koyması bakımından önemli görülmüş, çeşitli çalışmalarda belli bir turizm olgusunun anlamlandırılmasına yönelik olarak kullanılmıştır. Ancak bu çalışmalarda fenomenoloji salt yöntem olarak kullanılırken, verilere ve sonuçlara sosyolojik açıdan bakılmamıştır. Bu çalışmada ise fenomenolojik sosyoloji öncülleri yoluyla turizm alanındaki fenomenolojik yöntemle yapılmış çalışmalar üzerinden bir sosyolojik değerlendirme yapılması planlanmaktadır. Konunun turizm araştırmalarına farklı bir yöntem ve bakış açısı sağlayacağı, fenomenolojik sosyoloji öncülleri sayesinde fenomenolojik araştırmalara sosyolojik bir derinlik kazandırılacağı düşünülmektedir.

### YÖNTEM

Bu çalışmada, nitel araştırmalarda kullanılan analiz yöntemlerinden biri olan içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi yönteminde, araştırmacı

öncelikle araştırma konusu ile ilgili kategorileri ya da genel boyutları belirlemektedir. Sonrasında incelediği veri setinde, bu kategoriler içerisinde giren kelime, cümle ya da resimler incelenmektedir (Özdemir 2010). İçerik analizinde izlenen yol; benzeşen veriler ile belirli kavramlar veya temalar çerçevesinde bir değerlendirme yapmaya dayanmaktadır (Karataş 2015). Bu çalışmada ise kategoriler çalışmanın temel boyutları olan sosyolojik öncüller olarak kabul edilmiştir. Bu öncüllerdeki toplanmalar veya benzerliklerin belirlenmesinde ise anahtar kelimeler kullanılmıştır. Bu süreçte *ilk olarak*, verilerin nereden toplanacağına karar ve *İkinci aşamada*, rılmıştır. Veriler, iki farklı veri tabanından toplanmıştır. Bunlar; *Dergipark ve Anadolu Üniversitesi Kütüphanesidir*. Bu platformlarda, çalışmanın esas konusu ve şemsiye kavramlarının *abstract:fenomenoloji\** AND *abstract:turi\** şeklinde taranmasıyla yapılmıştır. Taramalar sonucunda: 22-27 Mart 2023 tarihlerinde *DergiParktan 47 ve Anadolu Üniversitesi Kütüphanesi Veritabanı Toplu Aramasından 4* sonuca ulaşılmıştır. Bu aşamada tekrar eden ve turizm konusu dışında kalan çalışmalar araştırmaya dahil edilmemiş, toplam 44 turizm çalışması çalışma alanı ya da veri seti olarak incelemeye alınmıştır. Taranan bu kaynaklara Tablo 2’de yer ve-

rildiğinden, ayrıca kaynakçada gösterilmemiştir. İkinci aşamada, toplam 44 çalışma öncelikle, özet altında yazılan “anahtar kelimeler” bağlamında taranmıştır. Sonrasında anahtar kelimeler “çalışmaların başlıkları” kapsamında elden geçirilmiştir. Bilindiği gibi anahtar kelime; bir çalışmanın odaklandığı temel konuları göstermesi bakımından önemlidir. Başlık ise çalışmanın özünü anlatan, çalışma hakkında ana fikri veren kısımdır. *Üçüncü aşamada*, çalışmanın kavramsal tartışmalarında belirlenmiş olan “fenomenolojik sosyoloji öncülleri” ile ilgili kısa açıklamalar ya da alt başlıklar oluşturulmaya çalışılmıştır. Burada araştırmacılar tarafından el ile yapılan kayıtlarda her bir çalışmaya (Ç1, Ç2, ..., Ç44) bir kod atanmıştır. Teorik çerçevede yer alan öncüllere ait detaylı açıklamalardan alt kavramlar oluşturulmuştur. Belirlenen alt kavramlar daha sonra iki uzman tarafından çapraz olarak gözden geçirilmiştir. Bu aşama sonucunda, Tablo 1’deki bilgiler elde edilmiştir.

Tablo 1’den izleneceği üzere, fenomenolojik sosyoloji öncülleri ve alt kavramları daha sonra yapılacak olan analizlerde kullanılacak hale getirilmiştir. Öncüllerin yanı sıra, bu alt kavramlar ile betimsel açıklamalara dayanak oluşturulmasına çalışılmaktadır. Bu yolla, fenomenolojik bağ-

Tablo 1. Fenomenolojik Sosyoloji Öncülleri

<i>Fenomenolojik Sosyoloji Öncülleri</i>	<i>Alt Kavramlar</i>
1-Deneyim	Gerçeklik/Sanal Gerçeklik, Keşfetme, Bilinç, Dil, Eylem, Memnuniyet
2-Yaşam Dünyası	Kültürel miras, Eğlenme, Yeme-içme, Öğrenme, Barınma, Değişim, Dinlenme
3-Paranteze Alma	Sembolik iletişim, Anlamak, Öznel anlamlar, Metafor
4-Özneler-Arasılık	Sağduyu bilgisi, Tipleştirme, Bakış açılarının karşılıklılığı
5-“Amacıyla ve Çünkü” Güdülleri	Kaçış, İtici ve çekici faktörler, Motivasyon, Kişisel gelişim
6-“Biz ve Onlar” İlişkisi	Yabancılaşma, Ötekileştirme, Geçmiş ve gelecek
7-Toplumsal İnşacılık	Dışsallaştırma, Nesnelleştirme, İçselleştirme

lamda hazırlanmış olan bu çalışmalarda sosyolojik bir bakış açısı olup olmadığı yolunda değerlendirmeler yapılması planlanmıştır. *Dördüncü aşamada*; elde edilen verilerin betimsel analizleri yapılmıştır. Betimsel analiz; belirlenmiş bir konu çerçevesinde, birbirinden bağımsız olarak hazırlanan tüm çalışmalarını inceleyip, düzenlediği ve alandaki genel eğilimlerin belirlenmesini mümkün kıldığı için tercih edilmiştir (Karataş 2015; Ültay, Akyurt ve Ültay 2021). Bu aşamada öncülere ait alt kavramlar ilgili makalelerin başlıkları ve anahtar kelimeleri üzerinden taranmıştır. *Son aşamada* ise araştırma sonucunda elde edilen bilgiler kapsamlı bir şekilde değerlendirilerek, çalışmanın “sonuç ve öneriler” bölümünde sunulmuştur.

## ANALİZ VE DEĞERLENDİRMELER

Gerçekleştirilen analizler sonucunda elde edilen bilgilere bu bölümde yer verilmektedir. Aşağıda, bu tabloda yer alan anahtar kelimeler ve öncülere ilişkin alt kavramlar bağlamında yapılan değerlendirmelere yer verilmektedir.

Tablo 2’ye bakıldığında “deneyim” öncülüne ait kullanım sıklığının 11/44 bir dağılım ile ortalama bir yaygınlık gösterdiği dikkat çekmektedir. Bu durum turizm çalışmalarında, deneyimleme ya da deneyim başlıklarının olmasına rağmen, bunun nasıl gerçekleştiğine yönelik “gerçeklik ve alt gerçeklik” temelinde ele alınmadığına yorumlanabilir. Bu arada, az sıklıkla işaret edilen “gerçeklik/sanal gerçeklik” (13/44 kez) de dikkat çekicidir. Bilindiği gibi turizmin en önemli özelliklerinden biri deneyime dayalı olmasıdır (Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak 2014). Bu deneyimleri kazanmak turist açısından turistik faaliyetin gerçekleşmesi ve aktif turist olma anlamına da gelmektedir. Deneyime ait diğer alt kavramlar olan “keşfetme”, “dil”, “eylem” ve “memnuniyet” konuları fenomenolojik turizm çalışmalarında kullanıldığı halde, “bilinç” kavramına hiç rastlanmamıştır. Bu sonuçlara dayanarak, turizm çalışmalarında sıklıkla yer alan “deneyim” konusunun fenomenolojik sosyoloji bağlamında yeteri kadar anlaşılmadığı, sadece turizmdeki uygulamalar bağlamında açıklanmaya çalışıldığı ileri sürülebilir.

“Yaşam dünyası” öncülü kapsamı içinde yer alan kavramların incelenen çalışmaların 20/44 içinde yer aldığı görülmektedir. Kültürel miras; geçmiş, bugün ve gelecek arasında köprü görevi gören, nesiller arası iletişime olanak sağlayan, bir yer ve bir kültür açısından bireye aitlik duygusu kazandıran değerlerin bütünü olarak görüldüğü için (Koroğlu vd. 2018), bireylerin yaşam dünyasında önemli bir yere sahiptir. İlgili çalışmalarda incelenen örneklerin miras algısını anlamaya yönelik bir yaklaşım gösterdiği, kültürel mirasın yeteri kadar ve derinlemesine konu edildiği görülmektedir. Öte yandan, çalışmalar içinde “dinlenme” ile ilgili doğrudan açıklayıcı bir sonuca rastlanmamıştır. Oysa “dinlenme”, eğlenme kadar önemli ve turizmin doğası ile ilgili bir kavramdır.

Bir diğer öncül olan “paranteze alma” da yer alan kavramların ilgili çalışmaların 12/44 adet ve 24 kez başlık ve anahtar kelimelerde tekrar ettiği görülmektedir. Bu kavramlar içinde en sık tekrarlanan ise “metafor” olmuştur. Turizmle ilgili kavramlara dair sahip olunan gömülü düşünce ve hislerin açığa çıkarılması için ilgili çalışmalarda sıkça kullanılan “metafor” kavramının, fenomenolojik sosyoloji bakımından da kullanım yeterliliğine sahip olduğu görülmektedir. Öncüle ait diğer açıklayıcı kavramlardan “anlamak” kavramının “anlatıcı” ve “hikâyeleştirme” anahtar kelimeleriyle çalışmalarda yer bulduğu ve “anlamak” kavramının ilgili turizm çalışmalarında oldukça dar bir görüşe sahip olduğu söylenebilir. Turizm çalışmalarında genel olarak bu öncülün “metafor analizi” uygulaması hariç, yeterince yer bulamadığı görülmektedir.

Toplam 5/44 çalışmada yer alan “özneler-arasılık” öncülü, kuramda üç alt başlık ya da kavram ile açıklanmaktadır. Bakıldığında, “tipleştirme” ya da “tipoloji oluşturma” bu öncül kapsamında, 8 kez ele alınmış görünmektedir. Bu önemli bir tekrar sıklığı sayılmamakla birlikte, turizm çalışmalarında gerek sosyoloji gerekse fenomenoloji için önemli bir konu olan kategorize etmeye önem verilmediğini göstermektedir. Diğer kavramlardan “sağduyu bilgisi” ve “bakış açılarının karşılıklılığı” ise birer kez yinelenmiştir. Bu ko-

Tablo 2. Turizm Alanyazınında Fenomenolojik Sosyoloji Öncülleri

Öncüller	Alt Kavramlar	Bulunduğu		Anahtar Kelimeler
		Tüm	Çalışma Başlıkları	
Deneyim	Gerçeklik/Sanal Gerçeklik	Ç5, Ç6, Ç7, Ç10, Ç24, Ç25, Ç33, Ç37	Turist Rehberlerinin Deneyimleri Çerçevesinde Turistlerin Restoran Seçiminde Göz Önünde Bulundurduğu Kriterler (Ç5), Doğa Turizmde Artırılmış Gerçeklik Teknolojileri Kullanıma İlişkin Turist Rehberlerinin Görüşlerinin Belirlenmesi (Ç7), Turistlerin Hatırlanabilir Yerel Yemek Deneyimlerinin İncelenmesi: Netnografik Bir Araştırma (Ç24) Doğa Turu Deneyimi ve Doğa Yürüyüşü Yönetimi: Turist Rehberlerinin Perspektifinden Fenomenolojik Bir Çözümleme (Ç25), Turist Rehberlerinin Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarına Yönelik Algılarının Belirlenmesi (Ç37)	Deneyim (Ç5), Deneyim (Ç6), Artırılmış Gerçeklik Teknolojileri (Ç7), Rehberlik Deneyimi (Ç10), Mesleki Uygulama Deneyimleri (Ç10), Unutulmaz Yerel Yemek Deneyimi (Ç24), Kültürel Deneyim (Ç33), Artırılmış Gerçeklik (Ç37)
	Keşfetme	Ç32	-	Keşif (Ç32)
	Bilinç	-	-	-
	Dil	Ç14	Üniversite Öğrencilerinin Sınıf Ortamında Yabancı Dil Konuşma Kaygısı Üzerine Nitel Bir Çalışma (Ç14)	Yabancı dil (Ç14)
	Eylem	Ç40	-	Eylemsiz Turist Rehberleri (Ç40)
Memnuniyet	Ç24	-	Yiyecek Memnuniyeti (Ç24)	
Yaşam Dünyası	Kültürel miras	Ç16, Ç17, Ç30, Ç43	Turist Rehberi ile Kültürel Miras ve Turizm Meslek Elemanı Adaylarının Kültürel Miras Algıları Üzerine Bir Çalışma (Ç16), Türk Kültüründe Bir Miras Olarak Bocuk Gecesi Ritüeli İçeriği: Fenomenolojik Bir Araştırma (Ç17), Üniversite Öğrencilerinin Kültürel Miras Kavramına İlişkin Algılarının Metafor Analizi Yoluyla İncelenmesi (Ç30), Turizm Ekseninde Somut Kültürel Mirasın Sürdürülebilirliğinin İncelenmesi (Ç43)	Kültürel Miras Algısı (Ç16), Kültürel Miras ve Turizm (Ç16), Kültür (Ç17), Kültürel miras (Ç17), Kültürel Miras (Ç30), Kültürel Miras Algısı (Ç30), Gelenek ve Görenek (Ç30), Somut Kültürel Miras (Ç43)
	Eğlenme	Ç9, Ç18, Ç31	Serhat İllerinin Rekreasyon Kaynaklarının Değerlendirilmesi: Tripadvisor Örneği (Ç9), Rekreatif Bir Etkinlik Olarak Turizm Cazibe Merkezi Ziyaretçilerinin Özçekim Motivasyonları (Ç31)	Rekreasyon (Ç9), Etkinlikler (Ç9), Eğlenme (Ç18), Boş zaman etkinlikleri (Ç18), Rekreasyon (Ç31)
	Yeme-içme	Ç11, Ç24, Ç28, Ç41	Profesyonel turist rehberlerinin foodie turist tipine bakış açıları: Nitel bir araştırma (Ç11), Turistlerin hatırlanabilir yerel yemek deneyimlerinin İncelenmesi: Netnografik bir araştırma (Ç24), Foodie Turist Tipolojisi: Gaziantep Restoranlarına Yönelik Nitel Bir Araştırma (Ç41)	Foodie (Ç11), Restoranlar (Ç11), Yiyecek-içecek (Ç11), Unutulmaz Yerel Yemek Deneyimi (Ç24), Yiyecek Memnuniyeti (Ç24), Seyahat ve yiyecek-içecek işletmeleri (Ç28), Foodie Turist (Ç41), Restoran (Ç41), Gastronomi (Ç41), Yiyecek-içecek (Ç41)

Tablo 2. Turizm Alanyazınında Fenomenolojik Sosyoloji Öncülleri (Devam)

			Turizm ön lisans öğrencilerinin Covid-19 pandemisi sürecinde gerçekleştirilen uzaktan eğitim uygulamalarına yönelik görüşleri (Ç3), Üniversite Öğrencilerinin Sınıf Ortamında Yabancı Dil Konuşma Kaygısı Üzerine Nitel Bir Çalışma (Ç14), Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Sanal Müze Turlarına Yönelik Görüşleri (Ç23), Ortaöğretim Öğrencilerinin "Turizm" Kavramı ile İlgili Geliştirdikleri Metaforların Analiz Örneği (Ç27), Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü Önlisans Öğrencilerinin "Turizm" Olgusuna İlişkin Metaforik Algıları (Ç29), Üniversite Öğrencilerinin Kültürel Miras Kavramına İlişkin Algılarının Metafor Analizi Yoluyla İncelenmesi (Ç30), Rekreasyon Bölümü Öğrencilerinin Çocuk Kavramına İlişkin Metaforik Algıları (Ç35), Lise Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Hafif Düzeyde Zihin Engelli Öğrencilerin Staj Süreçlerine İlişkin İşveren Tutumları (Ç39)	Uzaktan eğitim (Ç3), Turizm eğitimi (Ç3), Yabancı dil (Ç14), Üniversite Öğrencileri (Ç14), Turizm Fakültesi (Ç14), Turizm Rehberliği Öğrencileri (Ç16), Öğrenci (Ç23), Kişisel Gelişim (Ç26) Orta öğretim öğrencileri (Ç27), Eğitim ve öğretim (Ç27), Önlisans Öğrenciler (Ç29), Üniversite Öğrencileri (Ç30), Turist Rehberliği Eğitimi (Ç33), Turizm Eğitimi (Ç33), Özel Eğitim Mesleki Eğitim Merkezi (Ç39)
Öğrenme	Ç3, Ç14, Ç16, Ç23, Ç26, Ç27, Ç29, Ç30, Ç33, Ç35, Ç39	-		
Barınma	Ç28	-		Konaklama (Ç28)
Değişim	Ç26	-		Davranışsal değişim (Ç26), Sosyal ve kültürel değişim (Ç26)
Dinlenme	-	-		-
Sembolik iletişim	Ç17	Türk Kültüründe Bir Miras Olarak Bocuk Gecesi Ritüeli İçeriği: Fenomenolojik Bir Araştırma (Ç17)		Geleneksel Kökeni Yorumlama (Ç17), Modern Anlamı Tanımlama (Ç17)
Anlamak	Ç19, Ç36	-		Hikâyeleştirme (Ç19), Ayrıntıları Anlatan Kişi (Ç36)
Öznel anlamlar	Ç11, Ç39	Profesyonel turist rehberlerinin foodie turist tipine bakış açıları: Nitel bir araştırma (Ç11)		İşveren Bakış Açılıarı (Ç39), Önyargı (Ç39),
Paranteze Alma			Turist Rehberi Adaylarının Marmaris Destinasyon İmajı Algılarının Metafor Yoluyla İncelenmesi (Ç4), Turizm Akademisyenlerinin "Kongre" Kavramı ile İlgili Kullandıkları Metaforlar Aracılığıyla Kongrelere İlişkin Algılarının Değerlendirilmesi (Ç15), Ortaöğretim Öğrencilerinin "Turizm" Kavramı ile İlgili Geliştirdikleri Metaforların Analiz Örneği. (Ç27), Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü Önlisans Öğrencilerinin "Turizm" Olgusuna İlişkin Metaforik Algıları (Ç29), Üniversite Öğrencilerinin Kültürel Miras Kavramına İlişkin Algılarının Metafor Analizi Yoluyla İncelenmesi (Ç30), Turizm Sektöründe Çalışanların "Çocuk" Kavramına İlişkin Algılarının Metaforlar Yoluyla İncelenmesi (Ç34), Rekreasyon Bölümü Öğrencilerinin Çocuk Kavramına İlişkin Metaforik Algıları (Ç35), Yerli Turistlerin Türkiye, İstanbul, Turizm ve Turist Rehberi ile İlgili Metaforları (Ç36)	Metafor (Ç4), Metafor (Ç15), Metafor Analizi (Ç16), Metafor (Ç27), Metafor (Ç29), Metafor Yöntemi (Ç30), Metafor (Ç34), Metafor (Ç35)
Metafor	Ç4, Ç15, Ç16, Ç29, Ç30, Ç34, Ç35, Ç36			



Tablo 2. Turizm Alanyazınında Fenomenolojik Sosyoloji Öncülleri (Devam)

	Sağduyu bilgisi	Ç26	-	Çevresel Farkındalık (Ç26)
Öznel- Arasılık	Tipleştirme	Ç11, Ç36, Ç41	-	Foodie (Ç11), Doğa Turisti Profili (Ç25), Köprü (Ç36), Ayrıntıları Anlatan Kişi (Ç36), Yolculuğa Rehberlik Eden Kişi (Ç36) Kılavuz (Ç36), Lider (Ç36), Foodie Turist (Ç41)
	Bakış açılarının karşılıklılığı	Ç39	-	Önyargı (Ç39)
	Kaçış	Ç22	Yaşam tarzı göçü bağlamında kentten kırsala kaçış: Yeni köylü turizm girişimcileri üzerine nitel bir araştırma (Ç22)	Kitlesel Göç (Ç22)
“Amacıyla” ve “Çünkü” Güdüleri	İtici ve çekici faktörler	Ç4, Ç31, Ç32	Rekreatif Bir Etkinlik Olarak Turizm Cazibe Merkezi Ziyaretçilerinin Özçekim Motivasyonları (Ç31) Seyahat bloğu yazarlarının uluslararası seyahat motivasyonlarında kültürel mesafenin rolü (Ç32)	Çekicilik unsuru (Ç4), Cazibe Merkezi (Ç31), Görsel Çekicilik (Ç31), İtici ve Çekici Faktörler (Ç32)
	Motivasyon	Ç13, Ç18, Ç31, Ç32	Şans oyunları turizmde katılım motivasyonlarından biri olabilir mi? (Ç13), Rekreatif Bir Etkinlik Olarak Turizm Cazibe Merkezi Ziyaretçilerinin Özçekim Motivasyonları (Ç31), Seyahat bloğu yazarlarının uluslararası seyahat motivasyonlarında kültürel mesafenin rolü (Ç32)	Motivasyon (Ç13), Motivasyon (Ç18), Motivasyon (Ç31), Seyahat motivasyonu (Ç32)
	Kişisel gelişim	Ç26	-	Kendini gerçekleştirme (Ç26), Kişisel gelişim (Ç26)
“Biz” ve “Onlar” İlişkisi	Yabancılaşma	-	-	-
	Ötekileştirme	-	-	-
	Geçmiş ve gelecek	Ç19	-	X kuşak (Ç19), Y kuşak (Ç19), Kuşaklararası farklılık (Ç19)
Toplumsal İnşacılık	Dışsallaştırma	Ç38	-	Mekânın Yeniden Üretimi (Ç38)
	Nesnelleştirme	Ç44	-	Küreselleşme (Ç44)
	İçselleştirme	Ç17	-	Geleneksel kökeni yorumlama (Ç17)

nunun, çevresel farkındalık ve çevre duyarlılığı konusunda olması dikkat çekicidir.

“Amacıyla ve çünkü” güdüleri öncülünün açıklandığı dört alt kavramın toplam 7/44 çalış-

ma içinde incelendiği görülmektedir. İtici ve çekici faktörler, turizmde genelde destinasyon bağ- zında ele alınırken, incelenen çalışmaların anah- tar kelimeleri arasında genellikle bireyin içsel

faktörlerinin de göz önünde bulundurulduğunun görülmesi, turizm çalışmalarında bu kavrama sosyolojik ve fenomenolojik açıdan nispeten önem verildiğini işaret etmektedir. İlgili diğer alt kavramlardan “motivasyon” kavramının çalışmalarda yüksek ilgi değerine sahip olmadığı, yalnızca seyahat etme motivasyonu bağlamında incelendiği görülmektedir. Halbuki, “motivasyon” turizmde olduğu kadar, sosyoloji ve fenomenoloji alanlarında da önemli bir kavramdır. “Amacıyla ve çünkü” güdüleri konusunun kısmen fenomenolojik sosyolojiye uygun olduğu, fakat öncülün alt kavramlarının bir kısmının neredeyse hiç karşılanmadığı görülmektedir.

“Biz ve onlar” ilişkisi öncülünün bu çalışma bağlamında 3/44 kez çalışıldığı görülmektedir. Yabancılaşma ve ötekileşme konularına bu bağlamda rastlanmadığı dikkat çekmektedir. Turizmde kültürel miras konusunun geçmiş ve gelecekle ilişkisi kaçınılmazdır. Bundan dolayı, araştırmanın konusu, “biz ve onlar” konusu kapsamında “biz” hissiyle ilişkilendirilmektedir. İlgili tek çalışmada konu sadece kuşak farklılığı özelinde ele alınmıştır. Ötekileşme konusunun sosyolojik açıdan değer arz ettiği düşünülmektedir çünkü, ötekileştirme modernleşmenin bir sonucu olarak görülmelidir.

Toplam 3/44 çalışma içinde 3/44 kez tekrarlanan “toplumsal inşacılık” öncülü üç açıklayıcı alt öncül kapsamında ele alınmıştır. *Mekânın yeneden üretimi* konusuna dair tutum, önce dışsallaştırma, sonra nesnelleştirme ve nihayetinde içselleştirme sürecinin parçası olarak görülmektedir. “Nesnelleştirme” kavramına dair anahtar kelimeler, nesnelleştirme sürecinin parçalarından birinin *küreselleşme* olabileceği düşünülerek belirlenmiştir. “Dışsallaştırma” ise her bireyin hazinesinde yer alan birikimin *geleneksel kökenin yorumlanması* aracılığıyla dışa vurulması süreci ile ilişkilidir. “Toplumsal inşacılık” öncülüne bütün olarak bakıldığında, kısmen uygun bağlamlar görüldüğü fakat derinlemesine bir inceleme-ye ihtiyaç duyulduğu söylenebilir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Nitel bir araştırma yöntemi olan fenomenoloji, turizm dahil pek çok alanda yapılan bilimsel

araştırmalarda kullanılan bir araştırma yöntemidir. Fenomenoloji yöntemini, sosyolojik açıdan ele alan fenomenolojik sosyoloji ise kendi içinde birçok boyuta ve açıklamaya sahip olan, çeşitli sosyal bilim dalları kapsamında geniş bir uygulama alanına sahip olan bir çalışma alanı, bir felsefedir. Bu çalışma, fenomenoloji yaklaşımıyla yürütülen turizm çalışmalarında sosyolojik bir bakışın olup olmadığına dair kimi çıktılar sunması açısından önemli görülebilir. Sosyolojik bakış açısının belirlenmesinde, herhangi bir kavramsal tartışmaya ve sübjektifliğe yol açmamak için fenomenolojik sosyolojinin öncüllerinden yararlanılmıştır.

Çalışma, fenomenoloji kavramını içeren turizm çalışmalarının sosyolojik boyutlar bakımından yeterince ele alınmadığı öngörüsüyle başlamıştır. Bununla birlikte, turizm çalışmalarında sosyolojinin sıklıkla ilişkilendirildiği ve çalışıldığı bilinmektedir. Dolayısıyla, çalışma çıktılarının turizm araştırmacılarına yeni bir sosyolojik bakış açısı kazandırması beklenmektedir. Turizmi, fenomenoloji ile ilişkilendirilen çalışmalara, sistematik tarama yöntemiyle iki veri tabanından ulaşılmış ve metinler içerik analiziyle yorumlanmıştır. Bu süreçte başlıkları ve anahtar kelimeleri itibarıyla 44 turizm çalışması listelenmiş, bu çalışmalar fenomenolojinin öncülleri itibarıyla değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen veriler bağlamında görülmüştür ki, çalışmalar turizmin farklı konuları bağlamında gerçekleştirilmiş, ancak fenomenoloji sadece yöntem olarak sistematik kurgulama amacıyla gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, fenomenolojik turizm çalışmalarının, fenomenolojiyi sosyolojik temelde açıklamada yetersiz kaldığı görülmüştür.

Bu kapsamda yapılan analizlerde, fenomenolojik sosyoloji öncüllerinden “biz ve onlar” ilişkisi, “özneler-arasılık”, “amacıyla ve çünkü” güdüleri ve “toplumsal inşacılık” öncüllerinin turizmde fenomenoloji çalışmalarında az sayıda temsil edildiği; diğer öncüllerden “yaşam dünyası”, “deneyim” ve “paranteze alma” öncüllerinin ise daha sık kullanıldığı ve sosyolojik temellendirmelerde kullanıldığı görülmüştür.

Sosyolojik öncüllerin çalışmalarla ilişkilendirilmesinde görülen bu boşluk, ilgili çalışmaların

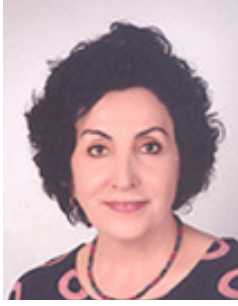
salt fenomenoloji amacıyla hazırlandığına veya sosyolojik bir bakış açısıyla hazırlanmadığına yorulabileceği gibi; sosyoloji kapsamlı bakış açısının henüz turizm çalışmalarında ele alınmadığına da bağlanabilir. Bilindiği gibi turizm deneysimsel olma yanında, çok farklı duygular ve güdülerle yapılan eylemlerdir. Toplu olarak gerçekleşse bile yaşanan deneyimler öznedir. Bu öznel olmanın ortaya çıkarılması elbette fenomenoloji kullanımını haklı bir yere oturtur. Ancak bu yerleştirmenin sosyolojik temellerine de bakılması çalışmaya beklenen derinliği getirecektir. Bu çalışmalardaki turizm konuları, salt fenomenolojik değil, fenomenolojik sosyoloji kapsamında da incelenmiş olsaydı, bu derinliğin sağlanması belli ölçüde mümkün olacaktı.

İlerleyen dönemlerde fenomenolojik sosyoloji bağlamında gerçekleştirilecek turizm çalışmalarında daha derin bir görüş ve anlama sağlanırken; bireylerin deneyim ve düşüncelerinin daha iyi anlaşılması neticesinde bilimsel anlamda da önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca, bireylerin turistik deneyimler incelenirken, şimdiye kadar ele alınmamış sosyolojik konular olan deneyimi anlama, yabancılaşma, konaklama (barınma), bilinç, dil ve eylemlerle bağlantısına bakılabilir. Benzer şekilde, turizm konuları kişilerin, yaşam dünyaları gibi sosyolojik boyutlarla derinleştirilebilir. Turizmde hangi konuların dışsallaştırıldığı veya nesnelleştirildiği, bu tür metalaştırmaların turizmdeki sosyokültürel etkileri çok sayıda araştırmaya konu olsa da içselleştirme ve aktif turist olma yaşantılarının yeni bir araştırma alanı olarak incelenmesi beklenmektedir. Sıklıkla bilimsel araştırmalarda yöntem olarak kullanılan fenomenoloji, aslında derin bir deniz niteliğindedir ve çeşitli perspektifleri kendi içinde bulundurmaktadır. Bu araştırmada bu örtülü anlam ve bakış açılarının sadece fenomenolojik çalışmalar ile açığa çıkarılması amaçlanmıştır. Fenomenolojik sosyoloji konusunda gelecekte araştırma yapacak araştırmacıların özellikle, turizm ve sosyoloji konusunda daha kapsamlı ve derin analizleri denemeleri önerilebilir. Bunun için araştırmacıların gerek turizm alanında gerekse sosyoloji alanında bilgi sahibi olmaları disiplinlerarası çalışmaların amacına ulaşması bakımından önemsenmelidir.

## KAYNAKÇA

- Akoğlan Kozak, M., Evren, S. ve Çakır, O. (2013). Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24 (1): 7-22.
- Aktaş Polat, S. ve Polat S. (2016). Turizm Perspektifinden Yabancılaşmanın Sosyo-Psikolojik Analizi: Günlük Yaşamdan Turistik Yaşama Yabancılaşma Döngüsü, *Sosyoekonomi*, 24 (28): 235-253.
- Avcıkurt, C. (2017). *Turizm Sosyolojisi: Genel ve Yapısal Yaklaşım*. (Yenilenmiş ve Genişletilmiş Beşinci Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aytan, G. (2019). Fenomenolojik Sosyoloji Perspektifinden Dijital Oyunlar: Moba Oyuncuları Örneği. (*Basilmamış Yüksek Lisans Tezi*). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- Creswell J. W. (2014). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşım Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni* (M. Aydın, Çev.). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Dursun, A. ve Karasakal, S. (2018). Destinasyona Yönelik İtici ve Çekici Faktörler: Bir Literatür İncelemesi, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 5 (1): 23-37.
- Emir, O. ve Kaya Sayarı, B. (2020). *Turizm Sosyolojisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını. Yayın No: 2875.
- Erbaş, H. (1992). Sosyolojide Fenomenoloji, *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Araştırma Dergisi*, 14: 158-166.
- Gönç Şavran, T., Suğur, S., Koçak Turhanoglu, F. A., Gökalp E. ve Karkıner N. (2013). *Modern Sosyoloji Tarihi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını. Yayın No: 2595.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1 (1): 62-80.
- Kıral, B. (2021). Nitel Araştırmalarda Fenomenoloji Deseni: Türleri ve Araştırma Süreci, *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 10 (4): 92-103.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M. ve Kozak, M. (2014). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar* (Gözden Geçirilmiş On Beşinci Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köroğlu, Ö., Ulusoy Y. H. ve Avcıkurt, C. (2018). Kültürel Miras Kavramına İlişkin Algıların Metafor Analizi Yoluya İncelenmesi, *Turizm Akademik Dergisi*, 5 (1): 98-113.
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (1): 323-343.
- Pernecky, T. ve Jamal, T. (2010). (Hermeneutic) Phenomenology in Tourism Studies, *Annals of Tourism Research*, 37 (4): 1055-1075.
- Rasid, R., Djafar, H. ve Santoso, B. (2021). Alfred Schutz's Perspective in Phenomenology Approach: Concepts, Characteristics, Methods and Examples, *International Journal of Educational Research & Social Sciences*, 2 (1): 190-201.

- Sofuoğlu, N. (2009). Alfred Schutz'un Fenomenolojik Sosyolojisi ve Din Sosyolojisine Uygulanabilirliği. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ulusoy, M. D. (2018). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını. Yayın No: 2386.
- Uzun, Z. ve Şafak Uzun, A. M. (2017). Peter L. Berger ve Thomas Luckmann'ın Sosyal İnşacılığı Açısından Değerin Yeniden İnşası: Profesyonel Askerlikte Değer Eğitimi-ne Kuramsal Bir Yaklaşım, *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 63: 503-520.
- Ültay, E., Akyurt, H. ve Ültay N. (2021). Sosyal Bilimlerde Be-timsel İçerik Analizi, *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (10): 188-201.
- Van Manen, M. (2007). Phenomenology of Practice, *Phenome-nology & Practice*, (1) 1: 11-30.
- Varlık, R. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Tüketim Davra-nışlarına Sosyal Medyanın Etkisi: Pamukkale Üniversi-tesi Örneği (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Denizli: Pa-mukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Walsh, R.D. (1988). Husserl's Epoche as Method and Truth, *Auslegung: A Journal of Philosophy*, 14 (2): 211-223.
- Zelić, T. (2009). On The Phenomenology of The Life-World, *Synthesis Philosophica*, 23 (2): 413-426.



Meryem AKOĞLAN KOZAK

Ege Üniversitesi Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nu bitirdi (1980). Yaklaşık yedi yıl sektörde farklı otellerde farklı yönetim düzeylerinde çalıştı. Akademik hayata Mersin Turizm İşletmeciliği Yüksekokulu'nda başladı (1987). Yüksek lisans derecesini Hacettepe Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ABD'da, Gazi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Eğitimi ABD' ise dok-torasını tamamladı (1996). Nevşehir Turizm İşletmeciliği Yüksekokulu'nda görev yaptı (1990-1993). Ardından Anadolu Üniversitesi'nde göreve baş-ladı (1993). Halen Anadolu Üniversitesi'nde İşletme Fakültesi Turizm İşlet-meciliği Bölümü'nde görev yapmaktadır. Anadolu Üniversitesi Sosyoloji Li-sans Programından (2. Üniversite) mezun oldu (2020).



Deniz KALE

Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği bölümünden mezun oldu (2018). Yüksek lisans derecesine Anadolu Üniversitesi'nde Turizm İşletmeciliği Dalı'nda (2022) başladı. Lise öğrenimi sırasında Türk Telekom firmasında 10 ay (2013-2014) staj yaptı. Kirman Belazur Resort & Spa Hotel'de (2019-2022) çalıştı. Temel çalışma alanları turizm ve sos-yolojidir.