

## Turizm ve Kùltür: Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Algılarına İlişkin Metafor Analizi

DOI: 10.26466/opus.633139

\*

İlkay Taş Gürsoy\* - Nil Sonuç\*\*

\* Doç. Dr, Dokuz Eylül Üniversitesi, Reha Midilli Foça Turizm Fakùltesi, Foça / İzmir / Türkiye

E-Posta: [ilkay.tas@deu.edu.tr](mailto:ilkay.tas@deu.edu.tr)

ORCID: [0000-0001-7590-8177](https://orcid.org/0000-0001-7590-8177)

\*\* Dr. Öğretim Üyesi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakùltesi, Çiğli/İzmir Türkiye

E-Posta: [nilsonuc@gmail.com](mailto:nilsonuc@gmail.com)

ORCID: [0000-0002-7572-9192](https://orcid.org/0000-0002-7572-9192)

### Öz

*Turizm ve kùltür çoğunlukla birlikte düşünölen kavramlardır. Kùltürel öğeler, turistik çekicilikler olarak görölmekte, kùltür turizmine duyulan ilgi küresel ölçekte artmakta, turistler de ziyaret ettikleri destinasyonlardaki kùltür ekonomisine katkı vermektedir. Bu araştırma, turizm ve kùltür arasında yakın kabul edilen ilişkiyi bir kısmı turizm eğitimi alan üniversite ve lise öğrencilerinin algılarından yola çıkarak incelemektedir. Araştırma alanı olarak, turizmin günlük yaşamın ve yerel kùltürün parçası haline geldiği bir turizm destinasyonu olan Foça (İzmir'in ilçesi) seçilmiştir. Çalışma keşfe yöneliktir. Öznel deneyimler ve algıların anlaşılmasına önem verildiği için nitel araştırma yaklaşımları benimsenmiştir. Veri toplama açık uçlu soru formları aracılığıyla olmuş ve veri analizi yöntemi olarak metafor analizi kullanılmıştır. Sonuç olarak kùltür turizmi ve kùltürel miras turizminin sürdürülebilir planlamasında katkısı olabilecek paydaşlardan biri olan yerel halkın algısı öğrenci boyutuyla elde edilmiştir. Araştırma hem kùltür hem de turizmin algısının birlikte saptanması yönüyle teoriye katkı sağlamakta, sektörel anlamda gelecek planlamalara fikir sağlaması yönüyle de sektör-akademi bağlantısına katkıda bulunmaktadır*

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Kùltür, Üniversite öğrencileri, Lise öğrencileri, Metafor, Metafor analizi

## Tourism and Culture: Metaphor Analysis of Perceptions of High School and University Students

\*

### Abstract

*Tourism and culture are mostly considered together with each other. Cultural assets are seen as tourist attractions. The interest for cultural tourism is on the rise and tourists contribute to the culture economies in the destinations they visit. This study investigates the relationship between tourism and culture by deriving from the perception of high school and university students. The research field is selected to be a tourist destination, namely Foça in İzmir. Foça is a place where tourism has become a part of the daily life and local culture. The study is exploratory. Since the study prioritizes the understanding of subjective experiences and perceptions, a qualitative research design is adopted. The method of data collection is based on the open-ended question forms and the data analysis on metaphor analysis. Finally, the study provides the perception of students as local people about the culture and tourism as a stakeholder for the planning processes of cultural tourism and cultural heritage tourism. The research also contributes to the theory by identifying the perception of culture and tourism together. Additionally, as the study creates ideas for the prospective sectoral planning, it contributes to the sector-academy liaison.*

**Keywords:** *Tourism, Culture, University Students, High School Students, Metaphor, Metaphor analysis*

## Giriş

*Turizm, en azından günümüzde, bizi çevreleyen dünyayı algılama şeklimizin bir parçası, nerede olursak olalım ve ne yaparsak yapalım (Franklin ve Crang, 2001, s.8).*

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (DTÖ) 2018 yılına ait verilerine göre, uluslararası turist sayısı 1,4 milyara ve turizm ile ulaştırma sektörlerinden elde edilen gelir ise 1,7 trilyon Amerikan Dolar'ına ulaşmıştır. Turizm gelirlerinin büyüme hızının, dünya ekonomisinin büyüme hızından yüksek olması, ayrıca dikkat çeken bir husustur (The United Nations World Tourism Organisation, 2019). Ekonomik etkilerinin yanı sıra, turizm günümüzde çok sayıda insanın katıldığı, sosyal yaşamın parçası haline gelmiş ve dünyanın çeşitli bölgelerini etkileyen bir faaliyet olarak düşünülmelidir. 2018 yılında, Avrupa ile Asya ve Pasifik bölgelerini sırasıyla 170 milyon ve 348 milyon turist ziyaret ederken, Afrika ve Orta Doğu bölgelerini 67 milyon ve 60 milyon turist ziyaret etmiştir (The United Nations World Tourism Organisation, 2019). Turizmin genişleyen coğrafi kapsamı ve artan ekonomik öneminin yanı sıra, sosyal yaşamdaki konumu da güçlenmektedir. Page (2019, s.2), turizmin özellikle gelişmiş Batı toplumlarında dinlenme hakkının ve yaşam kalitesinin bir parçası olarak görüldüğünün; gelişmekte olan toplumlarda ise gelir ve istihdam yaratma aracı olarak yoksulluğun önlenmesinin bir yolu olarak benimsendiğinin altını çizmektedir.

Kültür, turizmin temel unsurlarından birisidir. DTÖ'nün turizmin geleceği ile ilgili tahminlerine göre, kültürel turizm önemini korumaya devam edecektir. Artık daha çok sayıda turist, gittiği ülkenin kültürünü deneyimlemeyi istemektedir (The United Nations World Tourism Organisation, 2019). Page (2019) kültür ve turizm arasındaki ilişkiyi "sevgi-nefret" ilişkisi olarak betimlemektedir. Page'e göre "kültür kurumları turizm gelirlerinden memnun olmaktadır ancak kendilerini turizm çekiciliği olarak pazarlamaya ya da turist zevkine hitap etmeye pek hevesli değildirler. Benzer şekilde, turizm endüstrisi, çok sayıda müzenin, anıtın ve festivalin temelde kültürel işlevi olduğunu göz ardı ederek, kültür sektörünün gereklerine uyum sağlamada geç kalmaktadır" (s.1). Bu araştırma, turizm ve kültür arasında yakın kabul edilen ilişkiyi sorgulamaktadır. Franklin

(2001) turizmin kültürel boyutunu vurgulamakla birlikte turizmin bir kültür ögesi olarak günlük yaşama girmesine dikkat çekmektedir. Turizm altyapı ve üst yapı hizmetlerinin, sadece turistlerin kullanımına yönelik olmadığını, yerel halkın da bunlardan faydalandığını belirten Franklin (2001, s.5), “günlük yaşantımızın büyük kısmının turistlerin ne yaptığına göre, turistlerin yanı sıra” belirlendiğini iddia etmektedir. Franklin’e göre (2001, s.2), “turizm artık günlük yaşantıdan uzakta bir yerlerde gerçekleşen bir şey değildir. Aksine turizm, günlük yaşantıya nüfuz etmiştir”. Bu bağlamda çalışma, turizm ve kültür ilişkisini, turizmin günlük yaşama nüfuz ettiği bir turizm beldesinden, İzmir’in Foça ilçesi örneğinden yola çıkarak anlamayı amaçlamaktadır. Urry (2009, s.15) “toplumsal grupların kendi turist bakışlarını nasıl oluşturdukları üzerinde düşünme”yi önermektedir. Urry’in tavsiyesine uygun olarak çalışma, toplumda turizm ve kültür kavramlarına ilişkin algıyı öğrenmek için Foça’da lise ve üniversite düzeyinde eğitim gören öğrencilerin bakışlarını ele almaktadır.

Yazarlar, ontolojik açıdan inşacı tutumu (constructivism) benimsemektedir ve “toplumsal olguların ve anlamlarının toplumsal aktörler tarafından sürekli bir şekilde oluşturulduğunu” (Bryman, 2001, s.16) kabul etmektedir. Buna göre, yazarlar açısından ulaşılmak istenilen gerçeklik “araştırmaya katılan bireyler tarafından inşa edilen gerçekliktir. Bu nedenle, çoklu gerçeklikler söz konusudur; araştırmacının gerçeklikleri, araştırmaya katılan bireylerin gerçeklikleri, araştırmayı okuyan ya da yorumlayanların gerçeklikleri” (Creswell, 1998, s.76). Epistemolojik olarak yazarlar, eriştikleri bilginin öznel olduğunu kabul etmektedir. Yazarların turizm ve kültür kavramlarıyla ilgili ulaştığı gerçeklik, iki kere yorum sürecinden geçmektedir. İlkinde, araştırmaya katılanlar kendi öznel gerçekliklerini, yorumları ile inşa etmektedir; ikincisinde yazarlar bu gerçekliği yorumlayarak, bilgiye ulaşmaktadır (Marsh ve Furlong, 2002). Yazarlar, araştırma sürecinde alanda katılımcılar ile vakit geçirerek ve araştırma öncesinde gözlemler yaparak, “içeriden biri” olmaya gayret etmiştir. Yazarlar, turizm ve kültürel miras alanlarında çalışan araştırmacılarıdır. Çalışmanın özdönüşümsel niteliği nedeniyle, yazarlar deneyimlerinin ve değer yargılarının araştırma sürecindeki rolünü kabul etmektedir (Creswell, 1998, s.75).

Yazarlar, turizm ve kültür olgularını katılımcıların onlara yüklediği anlamlar çerçevesinde, insani yönüyle incelemekte; emik bakış açısı taşımak-

tadır. Çalışma “sosyal yaşamı katılımcılarının gözünden ve etkileşim ve yorumlama süreçlerinin bir sonucu olarak” ele alması itibarıyla, nitel araştırma yaklaşımını benimsemiştir (Phillimore ve Goodson, 2004, s.4). Çalışmanın amacıyla, ontolojik ile epistemolojik bakış açılarıyla uygun şekilde, çalışmada veri toplama yöntemi olarak metafor analizi seçilmiştir. Metafor analizi, Adu-Ampong’a göre (2016, s.248) turizmde dilin kullanımına yönelik alan yazın ile ilişkilendirilebilir ancak bu alan yazın metafor analizi açısından gelişmeye açıktır çünkü metaforlar, “hızla değişen sosyal dünyada, mevcut kelimeler yetersiz kaldığı zaman [sosyal dünyayı] anlamak için yeni yollar sunmaktadır”.

Köroğlu, Ulusoy Yıldırım ve Avcıkurt (2018) kültürel miras kavramına ilişkin algıları; Yıldırım Saçılık, Çevik ve Özkan (2016), turizm ve otel işletmeciliği bölümü önlisans öğrencilerinin turizm olgusuna ilişkin algılarını metafor analizi yoluyla incelemektedir. Soykök ve Acun (2019) meslek yüksekokulu öğrencilerinin İznik ile ilgili metaforlarını; Yağcı ve Avcıkurt (2017), Seferihisar ile ilgili metaforları analiz etmektedir. Bu çalışma, metafor analizi yöntemi ile turizm ve kültür kavramlarını birlikte anlamaya çalışması açısından alan yazına katkı sunmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde araştırma bağlamı ve yöntemi başlığı altında araştırma süreci hakkında detaylı bilgi verilmekte; ikinci bölümde metafor kavramı tartışılmaktadır. Üçüncü bölüm bulgulara ve dördüncü bölüm bulguların tartışılmasına ayrılmıştır.

## **Araştırma Bağlamı ve Yöntemi**

İzmir merkezine 70 km uzaklıkta bulunan Foça, eski adıyla “Phokaia” (Akurgal, 2007), İzmir’in ilçesi ve aynı zamanda önemli bir turistik destinasyondur. Ege Denizi kıyısında bir balıkçı kasabası olarak da bilinen Foça, son yıllarda köyleri ve gastronomik yerel lezzetleriyle (örneğin “Foça Karası”üzümü, deniz ürünleri gibi) de ön plana çıkmaktadır. Foça, İzmir’den gelen yerli turistler için hem deniz ve plajından yararlanan hem de köylerinin gastronomik lezzetleri ve kültürel özellikleriyle ilgi çeken bir hafta sonu ve gününbirlik destinasyona dönüşmüştür. Buna ek olarak Foça, uzun yıllardır özellikle İstanbul ve Ankara gibi büyükşehirlerden kentlilerin yazlık evlerinde yazı geçirdikleri bir tatil beldesi konumundadır. Nüfusu mevsimsel olarak değişen Foça’nın daimi nüfusu İzmir Valiliği’nin

2018 verilerine göre 33.131'dir. Foça nüfusunun 19.790'ı erkek 13.341'i kadındır. (<http://www.izmir.gov.tr/istatistiklerle-izmir>). Bu araştırmanın popülasyonu Foça'da daimi yaşayan kişilerden seçilmiştir. Geçici olarak Foça'yı ziyaret eden kişiler araştırma kapsamına alınmamıştır.

Foça adının nesli tükenme tehlikesi olan Akdeniz Foku (*Monachus monachus*)'nun Türkçe adından (fok) geldiği çeşitli kaynaklarda belirtilmektedir. Ayrıca, etimolog Prof. Bilge Umar Phokaia adının Luwi dilindeki bereketli su kaynaklarının bulunduğu yer anlamına gelen "Pauwaka/(e)" kelimesinden değişime uğrayarak geldiği ve Yunan (Hellen) dilindeki kendi yurdu anlamındaki "ia" ekinin de eklenerek "Phokaia" adının oluştuğunu bildirmektedir. Ünlü tarihçi Herodot, bölgeyi sulayan üç önemli ırmağın; "Paktalos", "Hermos" ve "Phrygios" Foça yakınlarında suya döküldüğünden bahsetmiştir (Foça Belediyesi, 2020).

Tüm bunların yanında Foça, doğal ve kültürel koruma bölgesidir. Ege Denizi kıyılarının nesli tükenmekte olan önemli canlı türü *Monachus Monachus* koruma bölgesi, Foça kıyılarının önemli bölümünü oluşturmaktadır. Ayrıca önemli tarih ve kültür miraslarından Foça Kalesi'nin surları (Köksal ve Sonuç, 2017) UNESCO Kültürel Miras Listesinde adaydır. Yerel tarım ürünleri (örneğin domates, şaraplık üzüm) ve bunlardan elde edilen ürünler (örneğin "Foça Karası") tüm sayılan zenginlikleriyle birlikte Foça'yı yüksek turistik potansiyeli olan bir destinasyon yapmaktadır. Bununla birlikte, son dönemde düşüş gösteren uluslararası turist sayı ve gelirlerine dair istatistikler Foça'nın, turistik potansiyelini tümüyle değerlendiremediğini yansıtmaktadır (Sonuç, 2018).

Bir turistik destinasyonda yaşayan yerli halk ile onun kökenini temsil eden yaşamsal unsurlar, sürdürülebilir geçim yollarının ve sürdürülebilir turizm gelişiminin bir parçasını oluşturmaktadır (Tao ve Wall, 2009). Turizmin daha sürdürülebilir bir anlayışla geliştirilmesi için, orada yaşayan halkın da turizme dahil edilmesi önem taşımaktadır (Nicholas, Thapa ve Ko, 2009). Bu bağlamda onların turizm ve kültür ile ilgili fikirleri, farkındalık düzeyleri ve bilgilerine yer vermek ve onları değerlendirmek önem arz etmektedir. Dolayısıyla bu araştırma, Foça'da ortaöğretim ve lisans düzeyindeki öğrencilerin turizm ve kültür ile ilgili algılarını anlamak için metaforların kullanılmasından hareketle oluşturulmuştur. Araştırma 2017 yılı Nisan ayında Turizm Haftası etkinlikleri sırasında turizme ilişkin bilinç düzeyini anlamak ve arttırmak amacıyla liselerde yürütülen bilgilen-

dirme faaliyetinin bir parçası olarak gerçekleştirilmiştir. Etkinliğe katılan lise öğrencilerinden bir bölümü Anadolu lisesinde, diğer bölümü mesleki ve teknik liselerde eğitim gören, çoğunluğu turizm konusunda teori ve pratik eğitim de alan öğrencilerdir.

Çalışmaya toplam 261 öğrenci katılmıştır, katılımcıların 161'i lise, 100'ü üniversite lisans eğitimi düzeyindeki öğrencilerdir. Çalışmaya katılan lise öğrencileri Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ile Anadolu Lisesi öğrencileridir. Foça'daki üç Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi A, C, D şeklinde kodlanmıştır ve bir Anadolu lisesi, B şeklinde kodlanmıştır. Foça'da lisans eğitimi düzeyinde bir tane kurum olduğundan, bu kurum için ayrıca kod kullanılmamıştır. Yukarıda bahsedilen kurumlardan isteyen öğrenciler, araştırma sürecine katılmıştır. Katılımcılar, Foça'da yaşamaktadır ve turizme aşinadırlar. Turizmin günlük yaşamın parçası haline geldiği bir yerde yaşayan öğrencilerin turizm ve kùltür kavramlarıyla ilgili metafor üretmeleri, bu çalışmanın amacı açısından önem taşımaktadır.

Öğrencilere elden dağıtılan soru formlarını yazılı olarak cevaplandırmaları istenmiştir. Formlarda yer alan "Turizm ... gibidir", "Çünkü...", "Kùltür... gibidir", "Çünkü...", "Turizm ve kùltür ... gibidir", "Çünkü..." şeklindeki sorulara cümleler ya da paragraflar şeklinde istedikleri uzunlukta yanıtlayabilecekleri söylenmiştir. Araştırmacılar katılımcılara kendilerini, araştırmanın amacını ve soru formunu tanıtmıştır. Katılan öğrencilerin, düşüncelerini serbestçe ifade edebilmeleri için isimleri alınmamıştır ve bu faaliyetin bir sınav olmadığı, sadece düşüncelerini öğrenmeyi amaçladığı açıkça ve birkaç kere ifade edilmiştir. Öğrencilerin birbirinden etkilennememesi amacıyla, yanıtların bireysel olması gerektiği konusunda bilgilendirme yapılmıştır.

Her araştırma sahasında, soru formları toplandıktan sonra, araştırmacılar yanıtların bir ön değerlendirmesini yapmıştır ve katılımcılar ile bu öncül sonuçları paylaşmıştır, katılımcıların görüşlerini almıştır. Betimsel incelemeye dayanan bu öncül değerlendirmelerin, araştırma sahasından ayrılmadan katılımcılar ile paylaşılması ve onların görüşlerinin alınması yolu ile bulgularının geçerliliğini arttırmak amaçlanmıştır. Katılımcılara yanıtların kontrol ettirilmesi, nitel çalışmalarda geçerliliği arttırmak için kullanılan yollardan birisidir (Harper ve Cole, 2012). Ayrıca, her okul ziyaretinde araştırmacılar öğrencilerin formları cevaplamadan önce, cevap-

landırdıkları sırada ve geri bildirimini dinledikleri sıradaki hareketlerini gözlemlemişler ve not almışlardır.

Toplanan yazılı veriler elektronik ortama (Microsoft Excel) aktarılmıştır. Kodlama sürecinde rehberlik etmesi için bir kodlama rehberi oluşturulmuştur. Creswell (2008)'in kodlama süreciyle ilgili önerisine uygun şekilde, iki araştırmacı betimsel analiz yolu ile yazılı metinleri incelemiş in-vivo kodlama yöntemi ile kodlamıştır; diğer bir ifadeyle kodlar katılımcıların kendi ifadeleri birebir alınarak oluşturulmuştur. Kod sayısının yüksek olması nedeniyle, kodların benzerliklerine dayanarak sayısı azaltılmıştır. Sonrasında, araştırmacılar kodları temalara ayırmıştır.

### *Metafor Kavramı*

Aristoteles, 'Retorik' isimli eserinde metafor kavramını, benzerlikleri bulmaya, gerçeği taklit etmeye yönelik, metaforu kullanan kişinin algısal gerçekliğini varsayan bilişsel bir eylem olarak ele almaktadır. Metafor üretmek, benzerliklerin farkına varma, onları teşhis etme eylemidir (Swiggers, 1984). Metaforlara, mecaz ve kinaye gibi söz söyleme sanatı olarak dilin günlük kullanımında sıkça rastlanılmaktadır. Bu kullanımda metaforlar, "iletme (yerine geçme, ikame etme, çevirme) görevi ile benzerlik (yakınlık, karşılaştırma, analogi) görevi üstlenmektedir" (Dann, 2002, s.4). Metafor kullanımında bir şey bir başkasının yerine geçmektedir. Bu söz edimi, çoğunlukla temsil veya teşbihe dayalıdır ya da bir şey daha kısa yoldan ifade edilerek (ad aktarımı yoluyla) gerçekleşmektedir (Punter, 2007, s.3).

Metaforlar bilişsel sistemimizde de önemli bir yer tutmaktadır. Algılanabilirlik, duyu organlarıyla fark edilebilirlik, bir olgunun anlaşılmasını, sınıflandırılmasını ve somutlaştırılmasını kolaylaştırmaktadır. "Soyut kavramların üstesinden gelmek için, insanlar [soyut kavramları] sistematik biçimde somutlaştırma" yoluna gitmektedir. Kaynaklık eden kavramdaki özellikler diğerine yansıtılmaktadır (Forceville, 2009, s.20). Bu yönüyle metaforlar sistematiktir (Lakoff ve Johnson, 1980, s.10). Metafor aslında farklı olan şeyleri ortak özellikleri itibarıyla karşılaştırmaktadır ve söz konusu benzerlikler özellikle seçilmekte ve dile getirilmektedir (Dann, 2002). Metaforu üreten kişi, fikirleri (kavramları, nesnelere) kelimelere dönüştürmektedir ve dinleyici bu kelimelerde gömülü fikirleri bir kutuyu açar gibi ortaya çıkarmaktadır (Lakoff ve Johnson, 1980, s.10). Metaforu



kullanan ve hitap ettiği dinleyici karşılıklı şekilde buna anlam yükleyebildiği takdirde, metafor güçlü bir dilsel araç haline gelmektedir (Dann, 2002).

Metaforlar algılanan benzerliklere dayansa da içerdiği imgelemlerin açıklayıcı gücü nedeniyle benzerliklerden daha kapsamlı bir kavram olarak düşünülmelidir. Metaforlarda dile getirilen imgelemler, gerçekliğe yeni bakış açıları sunabilmektedir (Cornelissen, s.210). Adu-Ampong'a göre (2016, s.248) "yaşamayı seçtiğimiz metaforlar ile bilinçli ya da bilinçdışı olarak kendi gerçekliğimizi eş zamanlı olarak şekillendirmekteyiz" çünkü kavramsal sistemimiz ve düşünme şeklimiz öznedir; günlük gerçekliklerimizin oluşmasında rol oynamaktadır ve "büyük ölçüde metaforiktir" (Lakoff ve Johnson, 1980, s.4). Urry (2000, s.21) metaforların toplumsal yaşamdaki rolünü şöyle ifade etmektedir; "toplumu ve sosyal yaşamı anlayışımız çeşitli metaforlara dayalıdır ve metaforlar aracılığıyla yansıtılmaktadır".

### **Araştırma Bulguları**

Katılımcılara verilen formlar toplandıktan sonra, araştırmacılar tarafından verilen cevapların özeti ön değerlendirmeye seslendirilmiştir ve öğrencilerden geri bildirim alınmıştır. Özellikle lise öğrencilerin form öncesinde ve sonrasında hareketli ve heyecanlı olduğu, yanıtları ilgiyle dinledikleri gözlenmiştir.

Araştırma, öğrencilerin gerçek nesnelere aracılığıyla oluşturdukları metaforlarla hayal güçlerinin ifadeleri üzerinde odaklanmaktadır. "Turizm", "kültür", "kültür ve turizm" için öğrencilerin kullandığı metaforlar ile bunlara karşılık gelen anlamlar Tablo1 ve Tablo 2'de görülmektedir. Öğrencilerin bir kısmı turizmle ilgili metaforları kullanmış (Tablo1) bir kısmı ise direkt anlam içeren kelimeleri kullanmıştır (Tablo 2). Burada "turizm", "kültür", "kültür ve turizm" ile ilgili makro ve mikro düzeyde çeşitli temalar ortaya çıkmıştır.

**Tablo 1. Öğrencilerin “Turizm”, “Kültür”, “Kültür ve Turizm” için Kullandığı Metaforlardan Örnekler**

	Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi (A)	Anadolu Lisesi (B)	Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi (C)	Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi (D)	Üniversite/ Lisans düzeyi
Turizm	Portakal (yararlı), sigara(elde etmesi zor ama yanlış kullanıldığında bünyeye zarar veren), müze(farklılık), çiçek (açıp solar), hayat, tecrübe, el emeği, okul (stajlar, para, çalışmak), kitap (tekrarlayan olaylar)	Çiçek, aşure, papatya, ayna, limon, müzik, şapka, slime	Gökyüzü, deniz, otobüs, ayakkabı	Kar tanesi, yolculuk, güvercin uçurmak, insanın iskeleti, turist	Yemek, sevgili, kedi, ağaç, kadın, çocuk, bukalemun, Araba, bulut, doğa, pazar, ağaç, bardak, ağzı açık yoğurt, bir ülkenin aynası, bardak, dolar, acı biber, gökkuşağı
Kültür	Bilgili bir insan, okul, dedelerimizden kalan, edebiyat, tiyatro	Emanet, eşya, çiçek, horoz, memleketimiz, hint kumaşı, kalp, kıyafet, giysi, ağaçtaki meyve	Çiçek, insan, gelenek, medeniyet, doğa, gökyüzü, nefes, eğitim, saygınlık, yaşam tarzı, geçmiş	Kardeş, insan, halkoyunu kıyafeti, sanat, özgürlük, şarap ,insan ruhu	Ambar, ağaç, ruh, kumbara, bir milletin aynası, virüs, şarap, hazine Yemeğin içindeki tuz, aşk, su damlası, altın, mücevher, aile, çocuk
Turizm ve Kültür	Çay ve şeker, sandık ve hazine, vitamin, ağrı kesici, iki dost, bilgi ve tecrübe, aşk ve sanat, coşkun bir sel.	Gökkuşağı, anne ve baba, çilek ile şeker, zincir, kardeş, bitirim ikili, yaz gününde buz	Bakanlık, deniz ve gökyüzü uyumu, dünya, ayrılmaz ikili, farklılıkları tanıma, bir bütün	Ekmekle tuz, dost ve arkadaş, damar, yaşam kaynağı, toplumun iskeleti, hava	İki dost, karavan, evli bir çift, verimli bir toprak, tahin ve pekmez, et ile tırnak, Leyla ile Mecnun, kardeş, millet ile devlet, aura, rakı Sağ el ile sol el, et ile tırnak, karı koca, erkek ve kadın, bir elmanın iki yanısı, kardeş gibi iki insan, okul ve öğrenci

Araştırma bulguları, her ne kadar yerel boyutta da olsa turizm eğitimi alan lise ve üniversite öğrencilerinin turizm, kültür ve bu iki terimin ilişkisine dair farkındalık düzeyleriyle ilgili veri sağlamaktadır. Buna ek olarak,

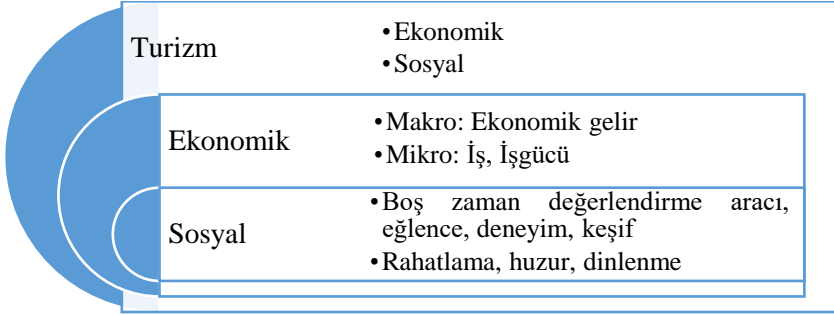
gençlerin ve dolayısıyla geleceğin turizm profesyonellerinin ya da geleceğin turistlerinin turizmin ve kültürün yeniden tanımlanması için de yaratıcı fikirlerine başvurulmuş bir kaynak niteliğini de taşımaktadır.

**Tablo 2: Öğrencilerin Kullandığı Metaforlara Karşılık Gelen Anamlardan Örnekler**

	Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi (A)	Anadolu Lisesi (B)	Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi (C)	Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi (D)	Üniversite/ Lisans Düzeyi
Turizm	İş, deneyim, ders, öğrenme, para, yer tanıma, eğlenmek, gezmek, evden uzak olmak, mutlu olmak	Para, ekonomik kazanç çeşitliliği, çiçek(kırılğan), içine çeken- s ürekliliği olan- istek yaratan (slime: oyun hamuru), gereksiz(-)	Rahatlama, huzur, gezme, keşfetme, ekonomi, ihtiyaç, para, kalkınma	Ekonomi, işi seyahat, gezmek, eğlenmek, keşfetmek	Kırılğan, çabuk etkilenen, ilgi isteyen, çeşitlilik, huzur veren, ülkenin aynası, tarihi değerleri açısından Türkiye'nin bir kültür ülkesi olması Çeşitlilik, ekonomi, ticaret, para, eğlence, ilgi verilirse ve yatırım yapılırsa güzelleştiği, ilgilenilmediğinde ise olumsuz sonuçlara yol açtığı (çevreye zarar gibi)
Kültür	Tarih, eski, geçmiş, sanat, yöresel adetler, gerekli, baskı unsuru(-)	Eksikliğinde kötü hissedilir, farklılıklar	Geçmiş, gelenek, yere ait, medeniyet, gelişmişlik düzeyi, toplumun değeri, yaşam tarzı	Varlığı yaşamın, özgürlüğün temeli, değerler bütünü, ülkenin, Türkiye'nin güzelliği	Birikim, miras, değerli, nesilden nesile değerlerin aktarılması Gelenek, görenek, vazgeçilmez
Turizm ve Kültür	Ayrılmaz ikili, birlikte, sanayi, ihtiyaç, birlikte olma bilinci	Çeşitlilik, zenginlik, birbirini tamamlayan iki farklı şey	Birbirini tamamlayan iki ayrı bütün, yer, yöre, gelişmişlik düzeyi, merak, tanuma, ülke imajı	Bağımlı olmak, çeşitlilik, zenginlik, ekonomiyi ayakta tutan güç	Birbirini tamamlayan bütün, ayrıken veya tek başınayken değeri yok, birlikte birbirine değer katar Birbirini tamamlayan ikili

Turizm makro anlamda ekonomik getiri olarak algılanırken, mikro düzeyde erken yaşta işgücüne girişi ve kazancı ifade etmektedir. Turizmin

sosyal olarak algısı boş zaman değerlendirme aracı, eğlence, keşif, kaçış, deneyim, dinlenme, rahatlama, huzur şeklinde ortaya çıkmaktadır (Şekil 1).



Şekil 1. Turizmin Alt Temaları

Kültüre de olumlu ve olumsuz anlamlar atfedilmiştir. Kültüre ilişkin makro olumlu atıflar hazine ve zenginlik teması altında; miras, geçmiş, gelenek, milletin ve toplumun temeli, olmazsa milletin var olmayacağı şeklinde insanları birleştiren ve kimlik sağlayan niteliktedir. Burada kültürün karşılıklı etkileşim alt teması ile bilgi paylaşımı, bulaşıcı olma, canlılık, kültürel asimilasyon, sınır çizme gibi özellikleri de belirtilmektedir. Mikro olumlu atıflar toplumun aynası teması altında; medeni olmak, iyi eğitilmiş ve bilgili olmak gibi çağrışımları ve hayat, ruh, değer, toplum, yiyecek, sanat, aile, eğitim, akrabalık gibi unsurları içermektedir. Olumsuz atıflarsa özgürce hareket etmeye engel olması, gelenekler sebebiyle toplumsal cinsiyetin aşılamanayan katı tutumu gibi durumlardır. Kültürün alt temaları Şekil 2’de görülebilmektedir.



Şekil 2. Kültürün Alt Temaları

Kültür ve turizmin birbirinden bağımsız olduğunu belirten görüş birbiri tamamlayan ikili olarak betimleyen görüşe göre azınlıktadır. Buna göre, kültür ve turizmin birbirinden ayrılmayan bir bütünün parçaları olduğu “gök ve denizdeki mavi gibi” örneğinde olduğu gibi çeşitli metaforlarla da betimlenmiştir. Sonuç olarak, Türkiye’de kültür ve turizmin birbiriyle olan ilişkisine dair birbirini tamamlayan ayrılmaz bir bütün olarak algılanmaya devam ettiği çıkarımına ulaşılmaktadır (Şekil 3). Buna göre birbiriyle bağlantılı olan bölümlerden bahseden tanımlamalara örnek olarak: “İkiz kardeşler, en iyi arkadaşlar, iki aşık, evli bir çift, anne ve çocuğu” verilebilir. Birbirini tamamlayan öğelere örnek olarak ise: “Aşk ve sanat, çay ve şeker, çay ve unlu mamüller, tavuk ve pilav, bilgi ve aşk, sağ el ile sol el, bir elmanın iki yarısı” gibi benzetmeler gösterilebilir.



Şekil 3. Birbirini Tamamlayan bir Bütünü Oluşturan Kültür ve Turizmin Konumları

Bu kategoriler turizm ve kültür algısının temel boyutlarına bir ışık tutmaktadır. Kurumsal politik bakış açısına paralel olarak, öğrencilerin algısı, kültürle turizmin bağlantısının güçlü olduğunu göstermektedir. Turizmle ilgili kavramsallaştırmalarında öğrenciler turizmin özgül niteliklerini yansıtmaktadırlar. Turizmin kırılabilirliği ve çeşitliliğinden bahsetmektedirler. Kültürle ilgili algılamalarında ise öğrenciler toplumsal kuralların koruyucusu ve geliştiricisi olarak kültürü sosyal hayatla içiçe algılamaktadırlar. Geçmiş ve gelecek, değerlerin aktarımı, kültürel çeşitlilik, kültürel değişim, toplumsal barış kültürle ilgili ön plana çıkan algı farkın-

dalığı kapsamında yer almaktadır. Turizmle kültürün kavramsallaştırılmasında ise birbirinden farklı ama birbirini tamamlayan nitelikleriyle ön plana çıkarılması göze çarpmaktadır. “Eğer turizm olmasaydı, insanlar diğer ülkelerin kültürlerini görmek için oralara gitmezlerdi”, “Kültür kimliği, turizm kişiliği gösterir”, “Kültür ve turizm deniz ve gökyüzü gibi mavidir ama ikisinin kendi içinde farklılığı vardır”. Araştırma sonuçları kültür ve turizmin güçlü ve zayıf ilişkilerinden yola çıkarak aralarındaki bağlantının karakteristiğini de vurgulayarak kültürel ve miras turizmi gibi turizmi türlerinin gelecek planlamasına katkıda bulunabilecektir.

### **Tartışma ve Sonuç**

Foça, deniz-güneş turizminin yanında kültür turizminin ön plana çıkmaya başladığı önemli bir kültürel miras turizmi destinasyonudur. Bu araştırmada Foça'nın yerel halkının turizm ve kültür algısı irdelenmiştir. Araştırma bulguları katılımcıların sadece turizm değil kültür ve bu iki kavram arasındaki bağlantı ve ilişkinin kurulması açısından da diğer araştırmalardan farklılaşan yönünü ortaya koymaktadır. Araştırma sonuçları turizmde yerel kültürün kullanımı, kültür-kimlik ilişkisi ve turizmin geliştirilmesinde yerel kültürün sürdürülebilirliği (Duran, 2011) ile kültür-turizm ilişkisinin somut ve soyut kültürel mirasın kültürel-ekonomik açıdan değerlendirilmesindeki önemini vurgulayan (Özdemir, 2009) teorik çalışmaları da doğrulamaktadır. Bu bağlamda, araştırma sonuçlarının akademi ile sektör arasında bağlantının kurulması anlamında da katkı sağlaması beklenmektedir. Kültür ve turizmin birleştiği noktada yer alan kültürel miras yönetimi, kültür turizmi ve daha birçok planlama gereken alanda bu ve benzeri araştırmaların yapılması sektörel stratejilerin belirlenmesinde de önem taşımaktadır.

Kültürel turizm Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün bildirdiği güncel verilere göre %39'dan fazla olan ziyaretçi sayısı ve buna paralel olarak uluslararası turizm gelirlerinde önemli bir paydayı temsil etmektedir. Buna ek olarak, kültürel turizmde değişen bakış açısı, somuttan soyuta doğru bir yön izlemekte, yerel kültürlerin önemine vurgu artmaktadır (Richards, 2018). Kültürel miras turizmi bağlamında ziyarete gelen kültür turistinin ekonomik ve kültürel düzeyi üstündür ve ziyaret edilen yerin kültürel miras kökenlerini öğrenme merakıyla gelirler (Gon-

zalez-Santa-Cruz ve Lopez Guzman, 2017). Dolayısıyla bu getirisi yüksek ve soyut kùltür bakış açısıyla daha spesifik hale gelen turizm alanında yapılan araştırmalara sektörel hedeflerin ve yatırımların planlanması açısından ihtiyaç bulunmaktadır.

Araştırmanın bir sonraki adımında öğrenciler dışındaki toplum kesimlerinden veri toplanarak farklı grupların da fikirleri ve deneyimlerinden yararlanılabilir. Araştırmaya, Poria, Reichel ve Cohen (2013) örneğinde olduğu gibi turistlerin ve turizm planlamasında rolü olabilecek başka paydaşların da dahil edilmesiyle kùltür ve turizmin etkin yönetimine katkıda bulunacak, sürdürülebilir katılımcı bir modelin ortaya çıkarılması sağlanabilir.

**EXTENDED ABSTRACT**

**Tourism and Culture: Metaphor Analysis of Perceptions of High School and University Students**

\*

İlkay Taş Gürsoy - Nil Sonuç  
*Dokuz Eylül University, Katip Çelebi University*

Tourism and culture are mostly conceived as interlinked concepts. Cultural assets may become tourist attractions even if tourism is not the primary goal of the culture industry. However, tourists tend to have increased interest in learning the culture of the places they visit. Thus, tourism creates more room for the culture economies in the destinations. Besides, the terms, culture and tourism are connected in the perceptions of current tourism professionals as may be grasped by the name “Ministry of Culture and Tourism” in Turkey.

Tourism and culture, by acting as societal forces, influence on the various aspects of social and personal life. Tourism destinations become the venues of such interaction. In this regard, this study aims to understand how tourism, culture and their relationship are conceptualized by deriving from the metaphor analysis of the perception of high school and university students. The field of research is selected as a tourist destination, namely Foça in İzmir, Turkey. This is a place where tourism has become a part of daily life and local culture.

The study aimed to understand the perception of students at the level of high school and university BA degree. The students at the BA level and a part of the students from the vocational and technical high school get tourism-oriented education. The students from Anatolian high school, do not get tourism-oriented education. What is important for the aims of this research is that these students are inhabitants of the research site which is a tourism destination. Besides, the students are selected as the target group of the research due to their prospects of becoming a tourist, their current role as members of the tourism host society and their prospective career in tourism (for the ones who study tourism).



This study is exploratory. It focuses on exploring students' subjective experiences and perceptions. This requires producing rich descriptions and dealing with non-numerical data. Therefore qualitative research design was adopted. The method of data collection was based on the open-ended question forms which enabled the students to choose their own words while replying the questions. Thus, the voices of the students were included in the study. This provided in-depth information and rich description. The data collected was examined based on metaphor analysis. Metaphor analysis enabled using free associations and thus the production of more creative representations of tourism, culture and the relationship between them. The imaginaries relating to tourism and culture provided a means to understand the cognitive schemes impacting on how participants approach to tourism and culture.

The findings of the study derived from the perceptions of students show that the liaison between culture and tourism is strong. The students reveal the specific characteristics of tourism in their conceptualisations of tourism. They refer to the fragility and diversity of tourism. Regarding their perceptions related to culture, they perceive it nested with social life as the protector and developer of the rules of society. Past and future, transfer of values, cultural diversity, cultural change, social peace are covered by the perception related to culture. The conceptualization of tourism and culture together glitter as their differing and supplementary characteristics are put forward. "If tourism did not exist, the people would not visit other countries to meet their cultures", "Culture shows the identity and tourism personality", "Culture and tourism are both blues similar to sea and sky, however, they each keep differences inside".

The results of the study are expected to contribute to the future planning of different tourism types such as cultural and heritage tourism by emphasizing the characteristics of liaison between culture and tourism and their strong and weak relationships. Foça is a destination where the importance of cultural and heritage tourism increases besides sun and sea tourism. This research provides an insight into the perceptions of local people on tourism and culture. Another contribution of the research is expected to create a connection between sector professionals and academy. Cultural heritage management placed on the meeting point of culture and tourism requires

measures of planning for various fields including culture tourism and determination of sectoral strategies.

Cultural tourism represents an important segment by receiving over 39% of the visitors and creating a parallel revenue according to the United Nations World Tourism Organization. Additionally, cultural tourism leads through a more intangible perspective emphasizing local cultures (Richards, 2018). In the context of cultural heritage tourism, the tourists visit places with a curiosity to learn the origins of cultural heritage in that place and their socio-economic level is high (Gonzalez-Santa-Cruz and Lopez Guzman, 2017). Thus research in this area of tourism which is becoming more specific with the intangible aspect and with high revenue potential is needed for the planning of sectoral objectives and investment.

### **Kaynakça / References**

- Adu-Ampong, E. A. (2016) A metaphor analysis research agenda for tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 57, 248-250, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.12.013>.
- Akurgal, E. (2007). *Ancient civilizations and ruins of Turkey*. 10. Basım, İstanbul: Net Turistik Yayınlar San. Tic. A.Ş.
- Bryman, A. (2001). *Social research methods*. Oxford:Oxford University Press.
- Cornelissen, J. P. (2003). Metaphor as a method in the domain of marketing. *Psychology & Marketing*, 20(3),209-225, <https://doi.org/10.1002/mar.10068>.
- Creswell, J. W. (2001). *Qualitative inquiry and research design*. Thousand Oaks, Sage.
- Dann, G.M.S. (2002). The tourist as a metaphor of the social world. G.M.S. Dann (Ed.). *The tourist as a metaphor of the social world* içinde (s.1-18), Oxon, CABI Press.
- Duran, E. (2011). Turizm, kültür ve kimlik ilişkisi; Turizmde toplumsal kültürel kimliğin sürdürülebilirliği, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(19), 291-313, <https://hdl.handle.net/11467/603>.
- Forceville, C. (2009). Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: Agendas for research. C. J. Forceville ve E. Urios-Aparisi (Ed.). *Multi-modal Metaphor* içinde (s. 19-44). Berlin, Mouton de Gruyter.
- Foça Belediyesi (2020). *Foça hakkında*. [http://www.foca.bel.tr/fo%C3%A7a\\_hakk%C4%B1nda-1-Fo%C3%A7a\\_Hakk%C4%B1nda.aspx](http://www.foca.bel.tr/fo%C3%A7a_hakk%C4%B1nda-1-Fo%C3%A7a_Hakk%C4%B1nda.aspx) adresinden erişilmiştir.

- Franklin, A. ve Crang, M. (2001). The trouble with tourism and travel theory? *Tourist studies*, 1(1), 5-22, <https://doi.org/10.1177/146879760100100101>.
- Gonzalez-Santa-Cruz, F. ve Lopez Guzman, T. (2017). Culture, tourism and world heritage sites, *Tourism Management Perspectives*, 24, 111-116, <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2017.08.004>.
- Köksal, S. ve Sonuç, N. (2017). Historical, archaeological and mythological elements in destination promotion at hotel websites in Foça, *Proceedings of the Global Conference on Services Management*, 1, 322-332.
- Köroğlu, Ö., Ulusoy Yıldırım, H. ve Avcıkurt, C. (2018). Kültürel miras kavramına ilişkin algıların metafor analizi yoluyla incelenmesi. *Turizm Akademik*, 5(1), 98-113, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/touraj/issue/37924/356989>.
- Lakoff, G. ve Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago, IL, London, University of Chicago Press.
- Marsh, D. ve Furlong, P. (2002). A skin not a sweater: Ontology and epistemology in political science. D. Marsh ve G. Stoker (Eds.). *Theory and methods in political science* içinde (s. 17-44). New York, Palgrave.
- Nicholas, L.N., Thapa, B. ve Ko, Y.J. (2009). Residents' perspectives of a world heritage site the Pitons Management Area, St. Lucia, *Annals of Tourism Research*, 36(3), 390-412, doi:10.1016/j.annals.2009.03.005.
- Özdemir, N. (2009). Kültür ekonomisi ve endüstrileri ile kültürel miras yönetimi ilişkisi, *Millî Folklor*, 21(84), 73-86, <http://www.millifolklor.com>.
- Page, S. (2019). *Tourism management*. Oxon, Routledge.
- Phillimore, J. ve Goodson, L. (2004). Progress in qualitative research in tourism. J. Phillimore ve L. Goodson (Eds.). *Qualitative Research in Tourism* içinde (s. 3-29). London, Routledge.
- Poria, Y., Rechel, A. ve Cohen, R. (2013). Tourists perceptions of world heritage site and its designation, *Tourism Management*, 35, 272-274, doi:10.1016/j.tourman.2012.02.011.
- Punter, D. (2007). *Metaphor*. Oxon, Routledge.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21, <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>.
- Richards, G. (2019). Culture and tourism: natural partners or reluctant bedfellows? A perspective paper. *Tourism Review*.(Basım aşamasında). <https://doi.org/10.1108/TR-04-2019-0139>.

- Sonuç, N. (2018). Developing tourism in Foça: Views of undergraduate students, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2(2), 20-32, <https://doi.org/10.30625/ijctr.444563>.
- Soykök, B. ve Acun, A. (2019). Bursa Uludağ Üniversitesi İznik Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin İznik ile ilgili metaforları, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 596-611, doi: 10.26677/TR1010.2019.180.
- Swiggers, P. (1984). Cognitive aspects of Aristotle's theory of metaphor, *Glotta*, 62(1-2). 40-45. JSTOR, [www.jstor.org/stable/40266648](http://www.jstor.org/stable/40266648) adresinden erişilmiştir.
- Tao, T.C.H. ve Wall, G. (2009). Tourism as a sustainable livelihood strategy, *Tourism Management*, 30, 90-98, doi:10.1016/j.tourman.2008.03.009.
- The United Nations World Tourism Organisation (2019). *International tourism highlights 2019 Edition*. 10 Ekim 2019 tarihinde <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> Web sayfasından erişilmiştir.
- Urry, J. (2000). *Sociology beyond societies*. London, Routledge.
- Urry, J. (2009). *Turist Bakışı*. E. Tataroğlu ve İ. Yıldız (Çev.). Ankara: Bilgesu (Özgün eser basım yılı 2002).
- Yağcı, P. ve Avcıkurt, C. (2016). Seferihisar halkının sakin şehir kavramına ilişkin metaforik algıları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(3), 1-18. seferihisar-halkinin-sakin-sehir-kavramina-ilişkin-metaforik-algilari20171228124326.pdf
- Yıldırım Saçılık, M., Çevik ve S., Özkan, Ç. (2016). Turizm ve otel işletmeciliği bölümü önlisans öğrencilerinin "turizm" olgusuna ilişkin metaforik algıları. *Akademik Bakış Dergisi*, 53, 84-103, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/abuhsbd/issue/32947/366133>.

### Kaynakça Bilgisi / Citation Information

Taş Gürsoy, İ. ve Sonuç, N. (2020). Turizm ve kültür: Lise ve üniversite öğrencilerinin algılarına ilişkin metafor analizi. *OPUS- Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(23), 1809-1828. DOI: 10.26466/opus.633139