

# ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN "TURİZM" VE "TURİST" KAVRAMLARINA İLİŞKİN METAFORİK ALGILARI

## METAPHORICAL PERCEPTIONS OF MIDDLE SCHOOL STUDENTS REGARDING THE CONCEPTS OF "TOURISM" And "TOURISTS"

### Araştırma Makalesi

Nusret KOCA<sup>1</sup> Abdurrahman ERTÜRK<sup>2</sup>

*Makale gönderim tarihi : 25 Ekim 2021*

*Makale kabul tarihi : 09 Aralık 2021*

#### Özet

Bu çalışmanın amacı ortaokul öğrencilerinin "turizm" ve "turist" kavramlarıyla ilgili algılarını ortaya çıkarmaktır. Çalışma nitel araştırma deseninde tasarlanmıştır. Araştırma 2018-2019 eğitim öğretim döneminde, Aydın ili Köşk İlçesinden ve Afyonkarahisar Merkez ilçesinden birer şehir merkezi birer de kırsal mahalle okulunda olmak üzere dört okulda gerçekleştirilmiştir. Araştırma yapılan okullarda, 5, 6 ve 7. sınıf düzeyinde her sınıftan bir şubede ve toplamda 280 öğrenciden veri toplanmıştır. Veri toplama aşamasında önceden hazırlanan formun birinci kısmına turizm ve turist kavramlarına ilişkin metaforlarını yazmalarını, ikinci kısma ise geliştirdikleri metaforlarını açıklamaları istenmiştir. Toplanan veriler betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiş ve her iki kavrama ilişkin; klasik bir algı olarak, tarihi ve kültürel değer olarak, toplumsal değer olarak, olumsuz bir algı olarak, finansal açıdan turizm ve turist kavramlarına ilişkin altı alt kategoride öğrencilerin geliştirdikleri metaforlar ortaya çıkarılmış ve değerlendirilmiştir. Çalışma neticesinde hem Aydın ilinden hem de Afyonkarahisar ilinden çalışmaya katılan öğrencilerin her iki kavramla ilgili, birçok metaforla turizm ve turist kavramlarını ekonomik etkisiyle değerlendirdikleri görülmektedir. Çalışmanın yapıldığı iki il karşılaştırıldığında ise Aydın ilinden çalışmaya katılan öğrencilerin, Afyonkarahisar iline göre geliştirmiş oldukları metaforları temellendirme konusunda daha iyi oldukları ifade edilebilir. Diğer bir ifadeyle Afyonkarahisar ilçesinden çalışmaya katılan öğrencilerin turizm ve turist kavramına ilişkin geliştirdikleri metaforları Aydın'dan katılan öğrencilere göre daha dayanaksız olduğu ifade edilebilir. Ayrıca bunların yanında her iki ilden de çalışmaya katılan öğrencilerin turizmin sosyal, siyasal ve kültürel etkilerinden fazla bahsetmedikleri tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Bilgiler, turizm eğitimi, turist.

#### Abstract

The aim of this study is to reveal the perceptions of middle school students about the concepts of "tourism" and "tourist". The study was designed in a qualitative research pattern. During the 2018-2019 academic year, the research took place in four schools, one city center and one rural school from Kosk District and Afyonkarahisar Central district in Aydın province. Data was collected from a branch of each class at the 5th, 6th and 7th grade levels and from a total of 280 students. During the data collection phase, they were asked to write their metaphors regarding tourism and tourist concepts in the first part of the form prepared in advance, and to explain their metaphors developed in the second part. The collected data were analyzed by descriptive analysis method and related to both concepts; As a classical perception, as historical and cultural value, as a social value, as a negative perception, the metaphors developed by students in six subcategories related to tourism and tourist concepts from a financial point of view were uncovered and evaluated. As a result of the study, it is seen that the students who participated in the study from both Aydın province and Afyonkarahisar province evaluated the concepts of tourism and tourists with their economic impact with many metaphors related to both concepts. Compared to the two provinces where the study was conducted, it can be stated that the students who participated in the study from Aydın province were better at basing the metaphors they developed according to Afyonkarahisar province. In other words, it can be stated that the metaphors developed by the students who participated in the study from Afyonkarahisar district regarding the concept of tourism and tourists are more unfounded than the students who participated from Aydın. In addition, it was determined that the students who participated in the study from both provinces did not talk much about the social, political and cultural effects of tourism.

1 Prof. Dr. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Temel Eğitim Bölümü, Afyonkarahisar, [nkoca@aku.edu.tr](mailto:nkoca@aku.edu.tr), ORCID: 0000-0002-1415-9683,

2 Doktora Öğrencisi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Bilgiler Eğitimi. Afyonkarahisar, [aerturk46@gmail.com](mailto:aerturk46@gmail.com), ORCID: 0000-0003-4076-4876

**Keywords:** Social studies, tourism education, tourist.

## GİRİŞ

Teknolojide meydana gelen hızlı değişim beraberinde farklılaşan toplumsal eğilimleri artırmakta, ulaşımın da gelişmesi ve kolaylaşması neticesinde insanların boş zamanlarını değerlendirme faaliyetlerinde olan değişim ve farklılaşma daha fazla belirginleşmektedir. Tüm bunların neticesinde tatil esnasında insanların hizmetine sunulan yeme içme imkânları, alışveriş, konaklama gibi imkânlarda da günümüzde hissedilir değişimler ortaya çıkmıştır. Özellikle ulaşım imkânlarının gelişmesi, toplumda gelir düzeyinde ortaya çıkan olumlu değişimler ve bu doğrultuda seyahat eden insanların sayısının da hızla artması, insanların turizme olan bakış açılarını değiştirmiştir. Ülke ekonomilerinde önemli bir paya sahip olan turizm gelirlerinin artırma çalışmaları turizme karşı bakış açılarını da değiştirmektedir. Bu çerçevede turizmin ülke için artan önemini gören ve değişen turizm algılarının bir sonucu olarak ülke politikaları da değişmektedir. Bu şekilde değişen turizm algıları ve değişen turizm beklentileri turizmin çeşitlenmesi ve zenginleşmesi noktasında önemli etkenlerin başında kabul edilmektedir. Diğer bir ifadeyle ülkelerin turizmden olan gelir seviyesini artırmak yatırım ve pazarlama faaliyetlerinin geliştirmek ve yorucu çalışma şartları neticesinde tatilin insan için bir ihtiyaç olduğunun farkına varılması, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması gibi nedenler dünyada turizm gelirlerinin artmasının ve turizm algısının değişmesinin en önemli sebepleri olarak kabul edilmektedir (Taş, Düz ve Ünlü, 2016: 353). Kaldı ki tarihine bakıldığında ilk çağdan itibaren turizm etkinliklerinin var olduğu görülmektedir. Tarihin ilk dönemlerinde turizm, toplumda üst sosyal sınıfların tekelinde sürdürülmekteydi. Bu dönemde belirli bir sınıfa yönelik basit turizm ürünleri üretilmekteydi. 20. Yüzyılın başlarına kadar devam eden bu dönem, “Modern Öncesi Turizm Paradigması”nın hakim olduğu dönem olarak kabul edilmektedir. 20. Yüzyılın başlarından itibaren sınıf farklılıklarının ortadan kalkması, insan haklarındaki gelişmeler, iletişimde ve ulaşımında meydana gelen gelişmeler neticesinde turizm bireysel ve toplumsal bir ihtiyaç olarak görülmeye başlandığı “Modern Turizm Paradigması”nı olarak kabul edilen döneme geçilmiştir. Bu dönemde özellikle 2000’li yılların başından itibaren turizmde kitlesel düşünceden bireyselliğe doğru bir geçişin olduğu görülmektedir. Bundan sonraki dönemde hakim olan paradigma post modern turizm paradigmasıdır. Bu düşüncenin hâkim olduğu dönemde, turist tipolojisinin anlamsızlaştığı, üst gerçeklik ve sanal deneyimlerin daha çok rağbet gördüğü ve bunun için teknolojiden had safhada faydalanılmıştır (Akoğlan Kozak, Evren ve Çakır, 2012: 7-8). Günümüzde ise turizm, dünya ekonomik sektörlerinden en önemlilerinde biri kabul edilmektedir. Bu anlamda toplumların sosyal ve ekonomik yapılarındaki değişime uygun bir değişim ortaya koymaktadır. Buna paralel gelir seviyesindeki artış neticesinde insanların ilgisi güneş, plaj ve kumdan faydalanmayı temel alan deniz turizmden, eko turizm ve kültürel turizme doğru kaymaktadır. Değişen ve gelişen iletişim araçları, insanların bilgi ve kültür seviyesindeki artış, büyük şehirlerin bunaltıcı atmosferi insanların doğal, tarihi ve kültürel yönden zengin ve keşfedilmemiş yerlere yönelmesine neden olmaktadır. Bu sebeple, toplumda kültürel değerlerin ve öğelerin ön plana çıktığı, tarihi eserlerin gündün güne daha fazla değer kazandığı turizm etkinliklerine her geçen gün ilgi artmaktadır (Özer, Kaya ve Ünlü, 2012:20). Bu durum gelişmiş veya geri kalmış ülkelerin var olan turizm potansiyellerini en etkin şekilde kullanabilme ve mevcut turizm sektöründen en üst seviyede yararlanma gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır.

Turizm sektörünün, ülkemiz ekonomisine sağladığı katkıya bakılacak olursa hem var olan turizm potansiyelini yeterince kullanamadığımız hem de turizm endüstrisinden gerektiğince yararlanamadığımız görülebilmektedir. Türkiye’nin mevcut potansiyeline karşın, dünyada ve özellikle de bulunduğu Akdeniz havzasındaki payı istenilen düzeyde değildir (Olçay, 2008: 383). Bunun birçok nedeni olmakla birlikte, temel nedenlerden bir tanesi turizm eğitiminden kaynaklandığını ifade etmek yanlış olmayacaktır. Dünyada yaşanan küreselleşme, turizm eğitimi yapısını ve uygulamalarını de etkilemiş ve değiştirmiştir. Her sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de artan rekabet koşulları, hizmet kalitesini ön plana çıkarmaktadır. Sektörde sunulan hizmet kalitesinin en önemli unsurlarından bir tanesi turizm sektöründe hizmet veren iş gücünün teorik ve pratik yetkinliğidir. Bu yetkinliği en üst seviyeye çıkarmak için verilen turizm eğitimi, her sınıf seviyesindeki öğrenciye ve bireye turizm bilinci kazandırmak, bu sektörde çalışan personelin mesleki

bilgilerini artırmak ve sektöre uzman, yönetici ve araştırmacı eleman yetiştirmek amacıyla yapılan faaliyetlerdir (Polat Üzümcü ve Alyakut, 2017: 807).

### **Turizm Eğitimi**

Turizm sadece ekonomik değil aynı zamanda sosyal ve kültürel bir etkileşim aracıdır. Bu anlamda, çeşitli kültürler arasında yakınlaşma sağlayarak uluslararası barışa ve milletlerarası hoşgörü ve sevgi ortamına da katkı sağlamaktadır (Tüylüoğlu, 2003: 1). Bu nedenle turizm eğitiminin de çok yönlü olarak yapılması gerekmektedir. Özellikle 21. yüzyılda artan ve değişen eğitim faaliyetleri, gelişen kültür anlayışının en önemli sonuçlarından bir tanesi, turizm algısında meydana gelen söz konusu dönüşümdür. Var olan durumda klasik turizm anlayışının dışında deniz kıyısından içlere doğru yön değiştiren, yılın tamamına yayılan, çevre kirliliğinin azaltılması noktasında yeni bir anlayışa geçilmesine farklı turizm türü anlayışı çabalarının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bütün bu sebepler göz önüne alındığında turizm sektöründe; bireysel veya daha küçük gruplar halinde turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi turizm aktivitelerinin çeşitlenmesi, turizmin daha uzun zamana yayılması ve farklı ortamlara uygulanması yeni turizm algısının en belirgin özellikleri arasında görülmektedir (Taş vd., 2016: 353). Kısaca turizm eğitimi, her sınıf düzeyindeki öğrencilere ve toplumda yaşayan bireylere turizm bilinci kazandırmak, misafirperverliğin gerekli prensiplerini öğretmek, bu endüstride çalışan personeli mesleki yeterliliklerle donatmak ve turizm endüstrisinin çeşitli kademelerine ara eleman yetiştirmek amacıyla yapılan eğitimidir. Turizm eğitimiyle:

- Teorik ve pratik arasında ilişki kurmak, turizm sektörünün gelişmesine katkıda bulunmak,
- Vatandaşa olumlu bir turizm bilinci yaratmak,
- Turizm sektöründe çalışanlara mesleki bir formasyon kazandırmak,
- Turizm sektörüne yetişmiş kalifiye personel sağlamak ve turizmin ekonomik kalkınmadaki önemini anlatmak,
- Turizm işletmelerinde çalışanların bilgi ve becerilerini artırmak,
- İnsanların turizme ilgisini çekmek,
- Nitelikli turizm eğitimcileri yetiştirmek (Polat Üzümcü ve Alyakut, 2017: 809) gibi genel kazanımların her vatandaşa kazandırılması amaçlanmaktadır.

Dünya turizm örgütünün (WTO) istatistiklerine göre, Türkiye’de turizm 2020 yılına kadar %5,5 oranında büyüme göstereceği tahmin edilmektedir. Türkiye bu büyüme oranı ile Avrupa ülkeleri arasında en yüksek 4. büyüme oranına sahip olacaktır (İnce, 2004). Bu amaçla geleceğin Türkiye’inde bacasız sanayi olarak tanımlanan turizm sektörüne yönelen talebin ihtiyaçlarını karşılayabilmesi ve amaçlanan hedeflere ulaşılabilmesi için sektördeki mevcut problemlerin çözümüne odaklanılması gerekmektedir. Bu sorunlar alt yapı ve üst yapı sorunlarının yanında turizm sektöründe çalışacak kalifiye yetişmiş personel kaynağı olarak görülmektedir. Bu nedenlerle turizm sektöründe hizmet veren personelin, hizmet içi eğitim alması, turizm alanında henüz çalışmamış olan adayların mesleki eğitim almalarıyla sektöre adım atmaları gerekmektedir (Olçay, 2008: 388). Ülkemizde turizm eğitimi Reşit Saffet Atabinen’in gayretleri ile başlamıştır. Bu doğrultuda turizm alanında eğitim, 1950’li yıllarda kamu kurumlarının ortaklaşa düzenlediği kurslarla gelişmeye başlamış daha sonra ortaöğretim düzeyinde turizm eğitimi gelişme göstermiştir. Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulunun kurulmasıyla lisans düzeyinde turizm eğitimi verilmeye başlanmıştır. İlerleyen dönemlerde lisans düzeyinde turizm eğitimi temel olarak Ticaret ve Turizm Eğitim Fakülteleri ile Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik yüksekokulları şeklinde örgütlenmiştir (Keleş, 2017: 144). Daha sonraki dönemlerde Türkiye’de mesleki turizm eğitimi, örgün ve yaygın olmak üzere iki şekilde gerçekleştirilmektedir. Bunlardan yaygın eğitim, değişik yaş gruplarında ve seviyelerindeki bireylere, amaçlara uygun hazırlanmış programlarla, programların gerektirdiği ortam ve sürelerde verilen eğitimidir. Yaygın turizm eğitiminin amacı, toplumda turizm bilincini geliştirmektir. Örgün mesleki

turizm eğitimi ise, örgün eğitim veren ortaöğretim ve yükseköğretim kurumlarındaki okullardan oluşmaktadır. Örgün eğitim, belirli yaş gruplarındaki ve aynı seviyedeki bireylere amaca göre hazırlanmış programlarla, okul çatısı altında düzenli olarak yapılan eğitim olup, kendi içinde genel ve mesleki eğitim olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür. Örgün turizm eğitimi olarak adlandırılan mesleki düzeyde formasyon veren turizm eğitim ve öğretimi, turizm sektörünün değişik dalları için bilgili, becerikli, yetenekli, verimli ve bilinçli elemanlar yetiştirmeyi amaçlamaktadır (Polat Üzümcü ve Alyakut, 2017: 809). Bu doğrultuda ülkemizde yükseköğrenim düzeyinde, örgün turizm eğitiminde ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora eğitimi verilmektedir. Ayrıca ortaöğretim düzeyinde Turizm Meslek Liselerinde ve diğer lise türlerinde seçmeli turizm dersi mevcuttur. Daha alt kademe olarak kabul edilen ilkokul ve ortaokul seviyelerinde ise Hayat Bilgisi ve Sosyal Bilgiler dersi içeriğinde turizm konuları mevcuttur. Özellikle Sosyal Bilgiler dersinde hem doğrudan hem de dolaylı olarak turizmle ilgili konular yer almaktadır.

### Sosyal Bilgiler Dersi ve Turizm

Sosyal Bilgiler Doğanay (2002) tarafından: *“Sosyal ve insanla ilgili diğer bilimlerin içerik ve yöntemlerinden yararlanarak, insanın fiziksel ve sosyal çevresiyle etkileşimini zaman boyutu içinde disiplinler arası bir yaklaşımla ele alan ve küreselleşen bir dünyada yaşamla ilgili temel demokratik değerlerle donatılmış, düşünen ve becerili demokratik vatandaşlar yetiştirmeyi amaçlayan bir çalışma alanıdır”* şeklinde tanımlanmıştır (Akt: Aslan, 2016: 7). Yapılan tanıma bakıldığında Sosyal Bilgiler dersiyle, insanla ilgili olan bilimlerin içerik ve yöntemlerinden yararlanılarak düşünen ve becerilerle donanmış, demokratik değerlere sahip bireylerin yetiştirilmesi amaçlandığı ifade edildiği görülmektedir. Sosyal Bilgiler dersi ile sosyal bir bilim olarak kabul edilen turizmle ilgili temel bilgi ve becerilerle donanmış, ülkemizin turizm değerlerinin farkında olan bireylerin yetiştirilmesinin hedeflendiği ifade edilebilir. Bu amaçla hazırlanan Sosyal Bilgiler Öğretim Programının içeriğine bakıldığında farklı sınıf düzeylerinde doğrudan ya da dolaylı olarak turizmle ilgili konuların öğrencilere kazandırılmasının hedeflendiği anlaşılmaktadır. 2018 yılında hazırlanan Sosyal Bilgiler Öğretim Programında özellikle, “Kültür ve Miras”, “İnsanlar, Yerler ve Çevreler” ve “Küresel Bağlantılar” öğrenme alanları içerisinde turizm konularının yer aldığı ifade edilebilir (MEB, 2018). 2018 Sosyal Bilgiler Öğretim Programı çerçevesinde hazırlanan ders kitaplarında, 4. Sınıf “Küresel Bağlantılar” öğrenme alanı içerisinde “Komşularımız” ve “Farklı Kültürler” başlıklarıyla diğer toplumların kültürel değerlerinin tanıtıldığı görülmektedir. 5. Sınıf düzeyinde ise yine “Küresel Bağlantılar” öğrenme alanında “Yaşadığım Yerin Ülke Ekonomisine Katkısı” başlıklı bölümde doğrudan turizme değinilmiştir. Bölümde özellikle turizmin bölge ve ülke ekonomisine katkısı ve turizm çeşitlerinden bahsedilmektedir. 6. Sınıf seviyesinde ise “İnsanlar, Yerler ve Çevreler” öğrenme alanında “Ülkemin Zenginlikleri Haritada” başlıklı bölümde turizmin öneminden dolayı olarak bahsedilmektedir. Bu bölümün hazırlık aşamasında öğrencilerle “Turistik yerleri nerelerdir?” sorusunun öğrencilere yöneltilerek sınıfta tartışılması önerilmektedir. 7. Sınıf düzeyinde ise, “Kültür ve Miras” öğrenme alanı içerisinde “Osmanlı’dan Kalan Mirasımız” başlıklı bölümde, doğrudan tarihi turizm değerlerimiz tanıtılmaktadır.

### Araştırmanın Amacı

Ülkemizde turizm eğitimi, çeşitli sınıf düzeylerinde ve farklı okul türlerinde verilmektedir. Bu çalışmanın hedef kitlesi ortaokul öğrencileri olduğu için, ortaokul seviyesinde turizm konuları 5., 6. ve 7. sınıf düzeylerinde Sosyal Bilgiler dersinde farklı öğrenme alanları içerisinde yer almaktadır. Sosyal Bilgiler Öğretim Programına ve ders kitaplarına bakıldığında 4. Sınıftan başlayarak 7. Sınıf seviyesine kadar turizm konularının yer aldığı görülmektedir. Programda ve ders kitaplarında turizm olgusunun özellikle ekonomik, sosyal ve kültürel boyutları üzerinde durulmaktadır. Bu doğrultuda bu araştırmanın amacı, Ortaokul öğrencilerinin “turizm” ve “turist” kavramlarını nasıl algıladıklarını ortaya çıkarmayı hedeflenmektedir. Bu amaç doğrultusunda çalışma, “Farklı coğrafya ve turizm etkinliklerinin olduğu bölgelerde yaşayan ortaokul öğrencilerinin “turizm” ve “turist” kavramlarını nasıl algılamaktadırlar? sorusuna cevap aramaktadır.

## YÖNTEM

## Araştırmanın Modeli

Araştırmada, öğrencilerin “turizm” ve “turist” kavramlarına yönelik algılarını ifade eden metaforları belirlemede, nitel araştırma yöntemleri arasında yer alan olgu bilim (fenomenoloji) deseni kullanılmıştır. Fenomenoloji çalışmalarındaki temel hedef bir kişi veya kişiler için herhangi bir olguya ait tecrübenin anlamı, yapısı ve özünü araştırmaktır. Bu araştırma yöntemiyle genellikle sadece tek bir bireye özgü olan şeylere odaklanmak yerine bireyler arasındaki benzerlikler araştırılır (Sart, 2015: 73).

## Örnekleme / Çalışma grubu

Araştırmanın gurubu uygun örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir. Uygun örnekleme yönteminde örneklem, araştırmacının fazla bir maliyet gerekmeden, kolay ulaşabileceği ve uygulama yapabileceği çevreden seçilir (Aziz, 2017: 54). Bu amaçla Araştırmaya Aydın ili Köşk ilçesinden ve Afyonkarahisar ili Merkez ilçesinden birer şehir merkezi, birer de kırsal kesimden olmak üzere veri toplanan okullardan 5., 6. ve 7. Sınıf seviyesinden her sınıf düzeyinden bir sınıftan olmak üzere toplamda 280 öğrenci katılmıştır. Katılımcıların dağılımını ve demografik özelliklerinin gösteren tablolar aşağıdadır.

**Tablo 1.** Aydın’da çalışmaya katılan öğrencilerin sınıf düzeyleri, cinsiyete göre dağılımının frekans ve yüzdelik dağılımları ve toplam katılımcı sayısı

Sınıfı	Kız(f)	Erkek (%)	Kız (f)	Erkek (%)
5. Sınıf	22	45,83	26	54,16
6. Sınıf	24	48	26	52
7. Sınıf	33	54,09	28	45,90
Toplam	79	49,68	80	50,31

Tablo 1. incelendiğinde Aydın ili Köşk ilçesinden araştırmaya 159 öğrenci katıldığı görülmektedir. Katılan öğrencilerin cinsiyet dağılımına bakıldığında araştırmaya, 80 erkek ve 79 kız öğrenci katılmıştır. Buna göre araştırmaya katılan örneklerim yüzdelik dilimleri de bir birine yakın olduğu görülmektedir.

**Tablo 2.** Afyonkarahisar’da çalışmaya katılan öğrencilerin sınıf düzeyleri, cinsiyete göre dağılımının frekans ve yüzdelik dağılımları ve toplam katılımcı sayısı

Sınıfı	Kız (f)	Kız (%)	Erkek (f)	Erkek (%)
5. Sınıf	19	55,88	15	44,11
6. Sınıf	20	42,55	27	57,44
7. Sınıf	25	62,5	15	37,5
Toplam	64	52,89	57	47,10

Tablo 2. incelendiğinde ise, Afyonkarahisar ili Merkez ilçesinden çalışmaya toplam 121 öğrencinin katıldığı görülmektedir. Çalışmaya katılan öğrencilerin cinsiyete göre dağılımları ise 64 Kız (%52,89) ve 57 Erkek (%47,10) şeklindedir. Buna göre Afyonkarahisar ilinde seçilen örneklemin de cinsiyete göre dağılımı, bir birine yakın olduğu ifade edilebilir.

## Veri Toplama Araçları

Ortaokul öğrencilerinin “turizm” ve “turist” kavramlarına yönelik algılarını belirlemek amacıyla “Turizm ,.....gibidir. Çünkü ,.....”; “Turist .....gibidir. Çünkü.....” şeklinde form geliştirilmiş ve öğrencilerden formu tamamlamaları istenmiştir. Açıklamalar kısmında “turizm” ve “turist” kavramı ile ilgili metafor düşüncelerini ve bununla ilgili düşüncelerini ifadenin açıklama kısmına yazmaları istenmiştir. Öğrencilerin ortaya koyduğu metaforlar çalışmanın temel verilerini meydana getirmektedir. Öğrencilere, ifadeyi



tamamlamaları için 25 dakika süre tanınmıştır. Sürenin sonunda kâğıtlar toplanarak değerlendirmeye alınmıştır. Metafor çalışmalarında “gibi” kavramı genelde metaforun konusu ile metafor kaynağı arasındaki benzerliği daha net bir şekilde çağrıştırmak için kullanılmaktadır. Çalışmada çünkü ifadesi de yapılan benzetmeler için mantıklı bir sebep üretmeleri için verilmiştir (Özder vd., 2012: 22).

## Verilerin Analizi

Verilerin değerlendirilmesinde betimsel analizi tekniği kullanılmıştır. Betimsel analiz, çeşitli veri toplama teknikleri ile toplanmış verilerin önceden belirlenmiş olan temalar altında özetlenmesi ve yorumlanması yapılan bir veri analiz türüdür. Bu analiz türünde araştırmacı topladığı verileri gerçekçi bir şekilde verebilmek amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verebilmektedir. Betimsel analizde temel amaç, ulaşılmış bulguları okuyucuya özetlenmiş ve yorumlanmış şekilde sunulmasıdır (Şimşek ve Yıldırım, 1999: 259). Bu anlamda çalışmanın veri analiz bölümünde, Özder vd. (2012) yapmış oldukları “Ortaöğretim Öğrencilerinin “Turizm” Kavramı ile ilgili Geliştirdikleri Metaforların Analiz” çalışmasında öğrencilerin “turizm” kavramına ilişkin geliştirmiş oldukları metaforları; tarihi ve kültürel değerler açısından turizm, klasik bir algı olarak turizm, mekân ve maddi unsurlar açısından turizm, yabancı ülke unsurları açısından turizm ve finansal açıdan turizm şeklinde kategorilere ayırmıştır. Bu çalışma söz konusu kategorilerden yararlanılmıştır. Ancak bazı kategoriler çıkarılarak, çalışmaya “toplumsal değer olarak turizm” ve “olumsuz algı olarak turizm” şeklinde iki kategori eklenmiş ve bulgular bu kategoriler altında değerlendirilmiştir.

## BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde, öncelikle “turizm” ve “turist” kavramlarının literatürde bulunan tanımı yapılmış, kavramların Sosyal Bilgiler ders kitaplarında nasıl geçtiği ele alınmış ve araştırmaya katılanların “turizm” ve “turist” kavramlarına ilişkin geliştirmiş oldukları metaforlar da dikkate alınarak değerlendirilmiştir.

### Turizm

Literatür incelendiğinde günümüze kadar turizm kavramına ilişkin birçok tanımlama yapılmaya çalışıldığı, ancak üzerinde görüş birliğine varılmış bir tanımın henüz yapılamadığı görülmektedir. Bu durum muhtemelen sosyal bilimlerin doğasından kaynaklanmaktadır. Ancak Birleşmiş Milletlerin 1963 tarihli turizm tanımı şu şekildedir: “24 saatten az olmamak, sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir sağlayıcı herhangi bir uğraşta bulunmamak koşulu ile bireyin yolculuk ve/veya konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tümüdür” (Akt: Tüylüoğlu, 2003: 4). Tanımdan yola çıkarak bir durumun turizm faaliyeti olarak kabul edilebilmesi için; 24 saatten fazla bir etkinlik olması, yerleşme düşüncesinin olmaması, gelir sağlayıcı herhangi bir ticari amaç taşımaması amacıyla yapılması gerektiği ifade edilebilir. Sosyal Bilgiler dersinde doğrudan turizm konusunun yer aldığı 5. Sınıf “Küresel Bağlantılar” öğrenme alanı içerisinde yer alan “Yaşadığım Yerin Ülke Ekonomisine Katkısı” başlıklı bölümde turizm, “bir ülkenin ekonomik olarak kalkınmasına katkıda bulunan önemli bir faaliyettir” şeklinde tanımlanmaktadır. Ders kitabında turizmin ekonomik bir faaliyet ya da sektör olduğu üzerinde durulduğu ifade edilebilir. Bu anlamda, araştırmaya katılan öğrencilerin “turizm” kavramına ilişkin 5. Sınıf düzeyinden 7. Sınıf düzeyine kadar geliştirdikleri metaforlar aşağıdaki tablolardaki gibidir.

**Tablo 3.** Çalışmaya Aydın’da katılan öğrencilerin “Turizm” algısına yönelik sınıf seviyesine göre metaforları ve frekans değerleri

Metafor Sırası	5.Sınıf Metafor Adı (f)	6.Sınıf Metafor Adı (f)	7.Sınıf Metafor Adı (f)
1	Yeni Duygu (1)	Faaliyet (3)	Eğlence (3)
2	Tarihi Yer (3)	Gezi (4)	Ekonomik Faaliyet (5)
3	Gezmek (5)	Para (3)	Gezmek (4)
4	Yabancı Yer (9)	Eğitim (3)	Para (7)
5	Ege (1)	Yaşam (3)	Tatil (1)
6	Eğlence (1)	Eğlence (2)	Sanat (2)

7	Otel (2)	Afiş (1)	Zenginlik (4)
8	Sektör (4)	Su (1)	Keşfetmek (1)
9	Gezilecek Yer (2)	Güzel Yer (3)	Etkinlik (1)
10	Taç Yaprağı (1)	Hayat (7)	Eğitim (3)
11	Müze (1)	Yardımlaşma (1)	Kaynak (1)
12	Banka (2)	Kaynak (1)	Eğlenceli Kişi (1)
13	Kazık (4)	Kazık (1)	Yemek (1)
14	Para (3)	Eğlence Yeri (1)	Arı (1)
15	Bomba (1)	Heyecan (1)	Hava (1)
16	Rehber (1)	Meslek (1)	Genel Ağ (1)
17	Roket (3)	Dünya (1)	Cennet (1)
18	Köpek Kuyruğu (1)	Mıknatıs (1)	Roket (4)
19	Turizmci (1)	Reklam (1)	Hayat (1)
20	Uçak (1)	Depo (1)	Uçurtma (1)
21	Zengin ve Fakir (1)	Misafirperverlik (1)	Su (1)
22		Tanıtım (1)	Hazine (1)
23		Ağaç (1)	Kanat (1)
24		Bina (1)	İp (1)
25		Kültür Miras (1)	Canlı Varlık (1)
26		Para Tuzağı (1)	Karıştırıcı (1)
27		Canavar (2)	Akarsu (1)
28		Sözlük (1)	Mancınık (1)
29		Bazuka (1)	Fabrika (2)
30			Çalışmak (1)
31			Gezilen Yer (2)
32			Şirket (1)
33			Kuş (1)
34			Ferrari (1)
35			Torpil (1)
Toplam	21	29	35

Tablo 3. incelendiğinde çalışmaya Aydın ili Köşk ilçesinden katılan 159 öğrencinin “turizm” kavramıyla ilgili toplamda 85 farklı metafor geliştirdikleri görülmektedir. Sınıf seviyelerine göre 5. sınıf öğrencileri 21 farklı metafor, 6. sınıf öğrencileri 29 farklı metafor ve 7. sınıf öğrencileri ise 35 farklı metafor geliştirmişlerdir. Geliştirilen metaforlar arasında 5. sınıf öğrencileri “turizm” kavramına ilişkin en çok (9) “yabancı yer”, 6. Sınıf öğrencileri en çok (7) “Hayat” ve 7. Sınıf öğrencileri ise en çok (7) “para” metaforunu kullanmışlardır.

**Tablo 4.** Çalışmaya Afyonkarahisar’da katılan öğrencilerin “Turizm” algısına yönelik sınıf seviyesine göre metaforları ve frekans değerleri

Metafor Sırası	5.Sınıf Metafor Adı (f)	6.Sınıf Metafor Adı (f)	7.Sınıf Metafor Adı (f)
1	Müze (1)	Para (1)	Gezip Bilgi Edinmek (3)
2	Dünya (3)	Bacasız Sanayi (6)	İnsan (1)
3	Okul (1)	Gezilen Yer (5)	Bankamatik (1)
4	Gezmek (6)	Balık Ağı (1)	Hayat (3)
5	Çivi (1)	Şirket (1)	Sanayi (2)
6	Tarihi Yerler (3)	Ev (1)	Tatlı (1)
7	Doğa Yürüyüşü (1)	Eğlence (4)	Kâşif (1)

8	İnsan Eylemi (1)	Sosyal Hayat (1)	Dolap (1)
9	Yaşam Şartları (1)	Ferahlık (1)	Ağaç (1)
10	Deniz (4)	Film (1)	Lunapark (1)
11	Turist (1)	Tarihi Yerler (1)	Gezmek (5)
12	Otele Gitmek (1)	Demir (1)	Para (2)
13	Gezilecek Yerler (1)	Pasta Yumurtlayan Tavuk (1)	Eğlence (4)
14	Tatil (1)	Yolar (1)	Tanımak (1)
15	Hava (1)	Otobüs (1)	Kaçmak (1)
16	Su (1)	Tatil (2)	Çeşitli Konular (1)
17	Eğlence (2)	Araba (1)	Anne (1)
18	Görmek (1)	Yumurta (1)	Yardıms severlik (1)
19	Turizm (2)	Yaşam Şekli (1)	Kitap Okumak (4)
20	Beyin (1)	Gezmek (3)	Güneş (1)
21		Kumbara (2)	Etkileşim (1)
22		Merak Etmek (1)	Geri Dönüşüm (1)
23		Para Kaynağı (2)	Tarihi Yer (1)
24		Kütüphane (1)	Çorba (1)
25		Işık (1)	
26		Pamuk (1)	
27		Dondurma (1)	
28		Güneş (2)	
29		Tuğla (1)	
30			
31			
32			
33			
34			
35			
	Toplam	20	29
			24

Tablo 4. İncelendiğinde, “turizm” kavramına ilişkin Afyonkarahisar ili Merkez ilçesinden çalışmaya katılan 121 öğrencinin toplamda 73 farklı metafor geliştirdiği görülmektedir. Bunlardan 5. sınıf seviyesinde 34 öğrenci 20 metafor, 6. sınıf seviyesinde 47 öğrenci 29 metafor ve 7. sınıf seviyesinde 40 öğrenci 24 farklı metafor geliştirmiştir. Geliştirilen metaforların sınıf düzeylerine göre dağılımı; 5. sınıf seviyesinde en çok tekrar eden (6) “gezmek”, 6. sınıf seviyesinde en çok tekrar eden (6) “bacasız sanayi” ve 7. sınıf seviyesinde ise en çok tekrar eden (5) “gezmek” metaforudur.

İki ilde yapılan çalışmada, ortaokul öğrencileri “turizm” kavramına ilişkin toplamda 158 farklı metafor geliştirmişlerdir. Öğrencilerin geliştirmiş oldukları metaforlar altı alt kategoriye ayrılarak değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda ortaokul öğrencilerinin “turizm” kavramıyla ilgili geliştirmiş oldukları metaforların alt kategorileri ve bu kategoriler içerisinde yer alan metaforlarının bazıları şu şekildedir.

#### Tarihi ve Kültürel Değerler Açısından Turizm

Çalışmaya katılan öğrencilerin “turizm” kavramına ilişkin tarihi ve kültürel değerler açısından geliştirdikleri metaforlar içerisinde; müze, tarihi yerler, gezilecek yerler, kültürel miras, güzel yer ve kütüphane olarak sayılabilir. Katılımcıların bu kategori içerisinde yer alan turizm algılarından birkaç tanesi şu şekildedir:

*“Turizm, yürüyen bir müze gibidir. Çünkü turistler gördüklerini başkalarına anlatır ve böylece ülkeye dolar girmiş olur.”*

*“Turizm gezilecek yerler gibidir. Çünkü turistler gezmeye gelirler.”*

*“Turizm, çok güzel yerler gibidir. Çünkü gezilecek çok yer vardır.”*



*“Turizm kültür ve miras gibidir. Çünkü farklı yerlere gezilir.”*

Bu anlamda öğrencilerin turizm kavramından, tarihi yerler, kültürel miras, müzeler, gezilmesi-görülmesi gereken yerleri ve kütüphaneleri algıladıkları söylenebilir.

### **Klasik Bir Algı Olarak Turizm**

Çalışmaya katılan öğrencilerden “turizm” kavramını bilinen en yalın haliyle anlayanların oluşturdukları metaforlardan bazıları; gezmek, eğlence, gezi, deniz, güneş, turist ve tatildir. Katılımcıların bu kategorideki algılarının örnekleri ise aşağıdaki gibidir:

*“Turizm bir yeri gezmek gibidir. Çünkü insanlar başka yerleri merak eder ve gezmeye çıkar.”*

*“Turizm tatil geçirmek gibidir. Çünkü turizm olduğu zaman gezer.”*

*“Turizm seyahat etmek gibidir. Çünkü turizm etmek güzel yerleri görme fırsatımızdır.”*

*“Turizm bana göre eğlence ve mutluluk gibidir. Çünkü turizmde gezeriz, gezerken eğleniriz ve gezdiğimiz yerlerde yeni insanlarla tanıştığımız ve yeni şehirler öğrendiğimiz için mutlu oluruz.”*

Klasik bir algı olarak turizm kategorisinde katılımcıların verdiği cevaplar, genel olarak turizmi gezmek, eğlenmek ve seyahat olarak algıladıklarını ortaya koymaktadır.

### **Maddi Unsurlar Açısından Turizm**

Çalışmaya katılan öğrencilerin maddi unsur açısından turizm kategorisinde; roket, ağaç, film, otobüs, araba, mknatıs, kitap ve bina gibi olduğu şeklinde metafor oluşturmuşlardır. Katılımcıların bu kategoriyle ilgili vermiş oldukları cevaplardan birkaç tanesi şu şekildedir:

*“Turizm mknatıs gibidir. Çünkü turistleri çeker.”*

*“Turizm ağaç gibidir. Çünkü ağaca çok su verdiğinde ağaç hem gürler hem de çok meyve verir.”*

*“Turizm ağaç gibidir. Çünkü turizm gibi ülkeye bir yararı vardır.”*

*“Turizm kitap gibidir. Çünkü birçok konu ve fikri uygulamalı olarak deneyimlememizi sağlar.”*

Katılımcıların bu kategorideki cevaplarına bakıldığında genel olarak turizmin, hem birey hem de toplumsal faydası üzerinde değerlendirme yaptığı ifade edilebilir.

### **Finansal Açısından Turizm**

Çalışmaya katılan öğrencilerin turizm kavramına ilişkin yapmış oldukları metaforlar içerisinde en çok kullandıkları kategorilerden bir tanesi finansal açıdan turizmdir. Katılımcıların bu kategoriyle ilgili yapmış oldukları metaforlar ve açıklamalarının bazıları şu şekildedir. Turizm, bacasız sanayi, ekonomik faaliyet, sektör, zenginlik, fabrika, para ve turizmci şeklindedir. Metaforların açıklamalarından bazıları ise şöyledir:

*“Turizm bir ülkenin özellikle ülkemizde bizim bölgenin en önemli ekonomik faaliyeti gibidir. Çünkü turizmi olan batı şehirleri doğu şehirlerinden daha çok gelişmiştir.”*

*“Turizm bana göre para demek gibidir. Çünkü parası çok olanlar turizm yaparlar.”*

*“Turizm para gibidir. Çünkü turizm yaptıkça para gider.”*

*“Turizm bence zenginlik gibidir. Çünkü turistler geldiğinde para kazanıyoruz ve ülkemizi tanıtıyoruz.”*

*“Turizm para kaynağı, ülkenin gelirinin büyük kısmı gibidir. Çünkü turizmle her yıl çok miktarda gelir elde edilir.”*

*"Turizm ekonomidir gibidir. Çünkü ülkemiz turizm bölgelerinden gelir elde edilir."*

*"Turizm bacasız fabrika gibidir. Çünkü herkes çalışır."*

Katılımcıların bu kategoride yapmış oldukları metaforlara bakıldığında turizmin bir ekonomik faaliyet olmasının yanında, ülkeye maddi kaynak sağlayan bir sektör, bölgeler arasındaki gelişmişlik seviyesinin nedeni ve ülkenin para çıktısı olarak değerlendirdikleri söylenebilir.

### **Toplumsal Değer Olarak Turizm**

Katılımcıların toplumsal bir değer olarak geliştirdikleri metaforlara, bilgi, yardımlaşma, misafirperverlik ve karıştırıcı kabul edilebilir. Bununla ilgili vermiş oldukları cevaplar ise şu şekildedir:

*"Turizm kitap okumak gibidir. Çünkü zevk alıyoruz."*

*"Turizm ders gibidir. Çünkü gezdikçe oranın tarihçesini öğreniriz."*

*"Turizm yardımlaşma gibidir. Çünkü turistler yardımseverdirler."*

*"Turizm karıştırıcı gibidir. Çünkü tüm kültürleri karıştırır/kültürlerin karışmasını sağlar."*

Bu kategorideki katılımcılar genel olarak turizmi, toplumlar arasındaki etkileşimin nedeni ve bireysel ve toplumsal değer olarak değerlendirmişlerdir denilebilir.

### **Olumsuz Bir Algı Olarak Turizm**

Katılımcılarından olumsuz bir algı olarak turizmle ilgili; kazık, kurnaz, hırsız, canavar, para tuzağı şeklinde metaforların geliştirildiği görülmektedir. Olumsuz bir algı olarak turizm kategorisinde katılımcıların cevaplarının birkaç tanesi şöyledir:

*"Turizm gereksiz bir gezme türü gibidir. Çünkü gereksiz bir gezme türüdür."*

*"Turizm para tuzağı gibidir. Çünkü orda bir sürü tarihi yer var diye söyleyip sadece bir tarihi yer gösterir ve paranızı yutar."*

*"Turizm hırsız, canavar, kurnaz gibidir. Çünkü insanların paralarını alıp yeni yerler yaparlar."*

*"Turizm para canavarı gibidir. Çünkü turizmde gezmek büyük bir maliyete neden olabilir."*

*"Turizm çok kazık gibidir. Çünkü her şeyi kakalarız."*

*"Turizm turistleri kazıklamak içindir. Çünkü turistler 10 TL'lik şeyi 50 TL'ye alırlar."*

Olumsuz algı olarak metafor geliştiren katılımcıların turizmi, genel olarak turistlere karşı yapılan olumsuz tutum ve maddi açıdan ağır bir yük ya da gider olarak değerlendirdikleri ifade edilebilir.

### **Turist**

Turizm olgusunun, hizmet bekleyenler ve hizmet sunanlar olarak iki tarafı vardır. Turizmin hizmet bekleyen tarafı, geldiği toplumun kültürüne ve sosyal yapısına uyum sağlamaya çalışan yabancılarıdır. "Yabancı" kavramı yerine ülkemizin doğu yörelerinde, aynı anlamda "garip" kullanılmaktadır Diğer bir ifadeyle "yabancı"; bir gruba veya topluma yeni gelen ve geçici de olsa katılan kişi demektir. Grubun ya da içine geldiği toplumun dışından olduğu halde katıldığı grubun değerlerine hoşgörülü ve saygılı olan kişilerdir. O halde turist, bu açıklamaya ve tanıma göre daima yabancıdır (Çivelek, 2010: 338). Sosyal Bilgiler ders kitaplarında yer alan turizmle ilgili konularda her ne kadar doğrudan turist kavramına ilişkin tanım olmasa da, dolaylı olarak bir "yabancı" imgeleminin olduğu ifade edilebilir.

**Tablo 5.** Çalışmaya Aydın’da katılan öğrencilerin “Turist” algısına yönelik sınıf seviyesine göre metaforları ve frekans değerleri

Metafor Sırası	5.Sınıf Metafor Adı (f)	6.Sınıf Metafor Adı (f)	7.Sınıf Metafor Adı (f)
1	Saf İnsan (3)	Meraklı İnsan (1)	Misafir (2)
2	Evcil Hayvan (1)	Yabancı (8)	Yabancı (10)
3	Keriz(3)	Para (2)	Elçi (2)
4	Yabancı (16)	Gezgin (5)	Gezgin (6)
5	Nasrettin Hoca (1)	Yalancı (1)	İyi İnsan (3)
6	Misafir (2)	Uçurtma (1)	Yemek (1)
7	Melek (1)	Zor Durumda Kalan Köpek (1)	Görmek (1)
8	İnek (1)	Mutluluk Kaynağı (1)	Posta (1)
9	Makine (1)	Ördek (1)	Fotoğrafçı (1)
10	Zengin (1)	Toprak (1)	Dost (1)
11	Vampir (1)	Para Kaynağı (3)	İnek (1)
12	Dolar Kaynağı (1)	Kapı (1)	Arkadaş (1)
13	Köpek Kuyruğu (1)	Gelecek (2)	Zengin (5)
14	Yardımsever İnsan (1)	Banka (3)	Arı (1)
15	Gezen Kişi (13)	Yaşam(3)	Meyve (1)
16	Tarihçi (1)	İyilik (1)	Para (2)
17		Tamamlanmamış Kitap (1)	Bulut (1)
18		Bilgi Kaynağı (1)	Döviz (1)
19		Yeni Dünya (1)	Banka (1)
20		Eğitim (1)	Kardeş (1)
21		Bilgi (2)	Kuş (3)
22		Gezi Kulübü (1)	İlişki (1)
23		Öğretmen (1)	Yağmur Damlası (1)
24		Arkadaş (2)	İp (1)
25		Öğrenci (1)	Çiğdem (Çekirdek) (1)
26		Misafir (1)	Dünyanın Parçası (1)
27		Çocuk (1)	Sıcaklık (1)
28		Kuş (1)	Tanıtım (1)
29		Çiçek (1)	Bilgili Kişi (2)
30			Yarım Kitap (1)
31			Öğrenen Kişi (1)
32			Sanat (1)
33			Sevmediğim Biri (1)
34			Dil Öğrenmek (1)
35			Göçmen Kuş (1)
Toplam	16	29	35

Tablo 5. incelendiğinde çalışmaya Aydın ili Köşk ilçesinden katılan öğrencilerin “turist” kavramıyla ilgili toplamda 159 öğrenci 80 farklı metafor geliştirdiği görülmektedir. Sınıf düzeyleri bağlamında bakıldığında ise 5. sınıf seviyesinde 48 öğrenci 16 farklı metafor, 6. sınıf seviyesinde 50 öğrenci 29 farklı metafor ve 7. sınıf seviyesinde ise 61 öğrencinin toplamda 35 farklı metafor geliştirmiştir. Sınıf seviyelerine göre frekans değeri en yüksek olan, en çok tekrar eden, metaforlar ise; 5. sınıf seviyesinde 16 (f) “yabancı”; 6. sınıf seviyesinde 8 (f) “yabancı” ve 7. sınıf seviyesinde de 10 (f) ile yine “yabancı” metaforu olduğu görülmektedir.

**Tablo 6.** Çalışmaya Afyonkarahisar’da katılan öğrencilerin “Turist” algısına yönelik sınıf seviyesine göre metaforları ve frekans değerleri

Metafor Sırası	5.Sınıf Metafor Adı (f)	6.Sınıf Metafor Adı (f)	7.Sınıf Metafor Adı (f)
1	Gezgin (12)	Çocuk (2)	Yabancı (5)

2	Turist (5)	Çimento(1)	Özel (2)
3	Kafa (2)	Yabancı (7)	Salatalık (1)
4	İyidir (1)	Rüzgâr (1)	Darphane (1)
5	Ütanç (1)	Leylek(1)	Yeni Arkadaş (1)
6	Yabancı (4)	Şort, Tişört, Şapka(1)	Eğlenceli İnsan (1)
7	İnsan (1)	Yol (1)	Gezgin (9)
8	Şahin (1)	Yolcu(1)	Altın (1)
9	Leylek (1)	Gelir Kaynağı (1)	Kültür (1)
10	Kuş (1)	Nar (1)	Bilgin (2)
11	Ev (1)	Yemek (1)	Ders Kitabı (1)
12	Alman (2)	Şirket (1)	Başkan (1)
13	Ağaç (1)	Pasta (2)	Misafir (2)
14	Güneş (1)	Meraklı Kişi (2)	Doğa (1)
15		İyi Biri Değil (3)	Ülkenin Güzelliği (1)
16		Güneş (1)	Para (1)
17		Misafir (3)	Kuş (1)
18		Fabrika Bacası (1)	Banka (1)
19		Yumurtanın Sarısı (1)	Mevsim (1)
20		Ev (1)	Ürün (2)
21		Banka (2)	Kamera (1)
22		Tatil Yeri (1)	Karınca (2)
23		Para (1)	Uçak (1)
24		Gelecek (1)	
25		Makine (1)	
26		Gezgin (4)	
27		Değişik Biri (1)	
28		Leylek (1)	
29		Cüzdan (1)	
30		Sazan (1)	
31			
32			
33			
34			
35			
	Toplam	14	30
			23

Tablo 6. incelendiğinde Afyonkarahisar ili Merkez ilçesinden çalışmaya katılan 121 öğrencinin “turist” algılarıyla ilgili toplamda 67 farklı metafor geliştirdiği görülmektedir. Sınıf düzeylerine göre ise; 5. sınıf seviyesinde 34 öğrenci 14 farklı metafor, 6. Sınıf seviyesinde 47 öğrenci 30 farklı metafor ve 7. sınıf seviyesinde 40 öğrenci 23 farklı metafor geliştirmiştir. Geliştirilen metaforlar içinde sınıf düzeylerine göre en çok tekrar eden; 5. sınıflarda 12 (f) kere tekrar eden “gezgin”, 6. sınıf seviyesinde 7 (f) kere tekrar eden “yabancı” ve 7. sınıf seviyesinde de 9 (f) kere tekrar eden “gezgin” metaforudur.

Her iki ilde araştırmaya katılan öğrenciler turist kavramına ilişkin toplamda 147 farklı metafor oluşturmuşlardır. Tablo 5. ve 6. incelendiğinde, yukarıda verilen tanımda turist kavramının karşılığı olan “yabancı” kavramının öğrenciler tarafından en çok oluşturulan metaforlardan biri olduğu görülmektedir. Bu bölümde çalışmaya katılan öğrencilerin “turist” kavramına ilişkin oluşturdukları metaforlar altı kategoriye ayrılarak değerlendirilmiştir.

#### Klasik Bir Algı Olarak Turist

Çalışmaya katılanlardan “turist” kavramına ilişkin geliştirdikleri metaforlar; gezgin, turist, şort, tişört, şapka’dır. Bu kategoride oluşturulan metaforlar genel olarak turist denilince akla ilk gelen şeylerle eşleştirilmiştir. Katılımcıların kategoriyle ilgili yapmış oldukları metaforların birkaç tanesi şu şekildedir:

*“Turist tarihi yerleri gezen insanlar gibidir. Çünkü turist derken aklımıza insanlar gelir.”*

*"Turist bir yeri gezen insan gibidir. Çünkü turistler gezer ve öğrenmiş olurlar."*

*"Turist bir yeri gezmek, eğlenmek için gelen kişiler gibidir. Çünkü bir turist bir yeri eğlenmek, öğrenmek için gelir."*

*"Turist şort, tişört, şapka, güneş gözlüğü gibidir. Çünkü turist gelince üzerinde bunlar vardır."*

Katılımcıların klasik bir algı olarak turist kategorisine bakıldığında genel olarak turist deyince ilk akla gelen olguları anladığı ifade edilebilir. Bu anlamda turist deyince akla ilk gelen gezme eylemini gerçekleştiren, eğlenen ve görüntüsü de bu yönde olanlar turistir.

### **Toplumsal ve Kültürel Değer Olarak Turist**

Çalışmaya katılan öğrencilerin bu kategoriyle ilgili geliştirdikleri metaforlar arasında; misafir, konuk, dost ve arkadaş sayılabilir. Bu metaforları şu şekilde ifade etmişlerdir:

*"Turist ülkemize ya da evimize gelen misafir gibidir. Çünkü turistler ülkemize tanımak ve gezmek için gelir."*

*"Turist yabancı ülkelere Türkiye'ye gelenler gibidir. Çünkü buraya gezmeye geliyorlar."*

*"Turist misafirperverlik, konukseverlik gibidir. Çünkü gezmeye gelirler."*

*"Turist dost gibidir. Çünkü iyilerdir."*

*"Turist Türkiye'nin en iyi misafiri gibidir. Çünkü turistler Türkiye'yi geziyorlar ve Türkiye turistler sayesinde ünlü oluyor."*

Bu kategoriye göre turist değerlendirmesi yapan öğrenciler turisti, dost, misafir ve yabancı kavramlarıyla niteledikleri ifade edilebilir.

### **Yabancı Bir Unsur Olarak Turist**

Yabancı bir unsur olarak turist kavramına ilişkin katılımcılar; yabancı, Arap, Alman ve elçi gibi metaforlar geliştirmişlerdir. Geliştirdikleri metaforları ise şu şekilde aktarmışlardır:

*"Turist başka bir ülkeyi gezmeye gelen gibidir. Çünkü turistler ülkeleri gezmeye gelir."*

*"Turistler bizim gibi konuşmaz gibidir. Çünkü turistler Arap konuşur."*

*"Turist insanlar içinde bir yabancı gibidir. Çünkü başka bir ülkeden ya da tanıdığı insanların arasında olduğu gibidir."*

*"Turistler elçi gibidir. Çünkü kültürlerimizi tanıtır."*

*"Turist yabancı biri gibidir. Çünkü ülkemizi biz ona tanıtmalıyız."*

Turisti yabancı bir unsur olarak gören öğrencilerin geliştirmiş oldukları metaforlarda turistin aslında yabancı olduklarını ancak ülkeleri tanıtmak için bir imkân oluşturdukları üzerinde durdukları ifade edilebilir.

### **Ekonomik Açıdan Turist**

Turisti ekonomik bağlamda değerlendiren öğrenciler; banka, döviz, zenginlik, gelir getirebilecek bir canlı ve gelir kaynağı gibi metaforlarla açıklamaya çalışmışlardır. Katılımcıların geliştirmiş oldukları metaforlardan birkaç tanesi aşağıdaki gibidir:

*"Turist banka gibidir. Çünkü turistler geldiğinde turistik yerlere çok para yatırmaktadırlar."*

*"Turist döviz gibidir. Çünkü ülkemize geldiklerinde dolar ve avro kazandırır."*



*"Turist çok zengin gibidir. Çünkü para birimleri dolardır."*

*"Turist inek gibidir. Çünkü Türkiye'ye para kazandırır."*

*"Turist gelir kaynağımız gibidir. Çünkü ekonomimizi geliştirir."*

*"Turist banka gibidir. Çünkü gelir kaynağımızdır."*

Ekonomik açıdan turist kategorisinde öğrenciler genel olarak turizm kavramında olduğu gibi turist olgusunun da toplum ve ülke ekonomisine yaptıkları katkının farkında oldukları ifade edilebilir.

### **Maddi Unsurlar Açısından Turist**

Bu kategoride öğrenciler "turist" kavramıyla ilgili olarak; nar, yemek, şirket, güneş ve pasta gibi maddi metaforlar oluşturmuşlardır. Katılımcıların oluşturmuş oldukları metaforlardan birkaç tanesi aşağıda verilmiştir:

*"Turist nar gibidir. Çünkü bir uçak gelir içinden bir sürü turist çıkar."*

*"Turist yemek gibidir. Çünkü çok tatlıdır."*

*"Turist bir şirket gibidir. Çünkü turizme yardımcı olan bir etkidir."*

*"Turist güneş gibidir. Çünkü kendine özgü özellikleriyle bizi aydınlatır."*

*"Turistler posta gibidir. Çünkü ülkemizin olumlu veya olumsuz yönlerini dış ülkelere yayarlar."*

*"Turist meyve gibidir. Çünkü her türlü tatlıdır."*

Maddi unsurlar açısından turist kategorisinde metafor geliştiren öğrencilerin, turist kavramına ilişkin kültürler arası etkileşime vurgu yapan metafor geliştirdikleri ifade edilebilir. Bu kategoride yer alan metaforların da genel anlamda olumlu olduğu ifade edilebilir.

### **Olumsuz Bir Algı Olarak Turist**

Katılımcılar bu kategoride turist kavramına ilişkin; keriz, kazık ya da seilmeyen kişi metaforlarını geliştirmişlerdir. Katılımcıların geliştirmiş oldukları metaforlardan bazıları şu şekildedir:

*"Turist çok keriz gibidir. Çünkü her zaman kazık yer."*

*"Turist kazıklanmak gibidir. Çünkü on liraya olan şeyi elli bin dolara almaktadır."*

*"Turist iyi kişi değildir. Çünkü yabancı ve yabancı vardır. Kimisi delidolu hareketler yapar ama biz anlamayız."*

Olumsuz bir algı olarak turist kategorisinde katılımcılar turistlere karşı ekonomik bağlamda bir algı ifade etmeye çalışsalar da olumsuz bir tutum ve düşünce ifade ettikleri söylenebilir.

## **TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER**

Bu araştırma ortaokul 5, 6 ve 7. sınıf düzeylerinde öğrenim gören öğrencilerin "turizm" ve turist kavramlarına ilişkin geliştirmiş oldukları metaforları ortaya çıkarmak ve ortaya çıkan metaforları belli kategoriler altında toplamak amacıyla yapılmıştır. Araştırmayla ilgili bazı çalışmalar ve bu araştırmanın bulguları doğrultusunda ortaya çıkan sonuç şu şekildedir.

Literatür incelendiğinde, yeterli düzeyde olmasa da, eğitim alanında yapılan turizm eğitimiyle ilgili hem metafor çalışması hem de diğer yöntemlerle yapılmış çalışmaların olduğu görülebilir. Turizm eğitimi alanında yapılan çalışmalardan bazıları şu şekildedir. Örneğin, Taş, Düz ve Ünlü (2016) yapmış oldukları "Ortaöğretim Öğrencilerinin "Alternatif Turizm" Kavramına İlişkin Algılarının Metaforlar Yardımıyla Analizi" başlıklı çalışmalarında, ortaöğretim öğrencilerinin alternatif turizm kavramına yönelik metaforik algılarını ortaya çıkarmışlardır. Çalışma neticesinde ortaöğretim öğrencilerinin

alternatif turizm kavramına ilişkin çeşitli metafor geliştirdiklerini saptamışlardır. Çalışmalarında ortaya çıkan metaforları sekiz kategoride ele alarak değerlendirmişlerdir. Bir diğer çalışma da Ayaz, Yeşiltaş ve Türkmen'in (2012) yapmış oldukları, *"Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kırsal Turizme Bakış Açuları ve Alguları Üzerine Bir Araştırma"* başlıklı çalışmalarıdır. Çalışma ile ön lisans ve lisans düzeyinde öğrenim gören öğrencilerin kırsal turizme bakış açıları ve alguları ortaya çıkarılmıştır. Çalışma neticesinde öğrencilerin kırsal turizmle ilgili olarak, kırsal bölgelerdeki kültürel çevrenin değerlendirileceğini ifade etseler de, kırsal bölgedeki doğal çevreyle ilgili kaygılarının olduğu sonucuna varmışlardır. Turizm eğitimiyle ilgili yapılan metafor çalışmalarından bir diğeri ise, Özder vd. (2012) yaptıkları *"Ortaöğretim Öğrencilerinin "TURİZM" Kavramı İle İlgili Geliştirdikleri Metaforların Analiz Örneği"* başlıklı metafor çalışmalarıdır. Çalışma sonucunda ortaöğretim düzeyinde öğrenim gören öğrencilerin "turizm" kavramına ilişkin çeşitli metafor geliştirdikleri saptanmış ve geliştirilen metaforlar alt kategorilere ayrılarak değerlendirilmiştir.

Bu bağlamda, *"Ortaokul Öğrencilerinin "Turizm" ve "Turist" Kavramlarına İlişkin Metaforik Alguları"* başlıklı bu çalışmada ortaokulda ve farklı turizm potansiyeli olan iki ilde öğrenim gören 5, 6 ve 7. Sınıf düzeylerindeki öğrencilerin söz konusu kavramlara ilişkin geliştirdikleri metaforlar ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Çalışmaya katılan 280 öğrenci her iki kavrama ilişkin toplamda 305 farklı metafor geliştirmişlerdir. Aydın'dan çalışmaya katılan öğrencilerin her iki kavrama ilişkin geliştirmiş oldukları metaforların çeşitliliği ve sayısı, sınıf düzeyinin yükseldikçe arttığı ifade edilebilir (Tablo 3 ve 5). Buna karşın Afyonkarahisar ilinden çalışmaya katılan öğrencilerin "turizm" ve "turist" algısına ilişkin geliştirmiş oldukları metaforlar çeşitliliği ve sayısı 5. sınıf seviyesinden sonra artmış, ancak 7. sınıf seviyesinde ise tekrar azalmıştır (Tablo 4 ve 6). Diğer taraftan ortaokul öğrencilerinin "turizm" ve "turist" kavramlarına ilişkin metaforlarını belirlemek amacıyla hazırlanan formun, öğrencinin geliştirdiği metaforu açıklaması için oluşturulan "çünkü....." kısmında, metaforu nasıl temellendirdikleri değerlendirilmek istenmiştir. Bu anlamda her iki ilde katılan öğrencilerin açıklama kısmına yazdıkları açıklamalara bakıldığında, Afyonkarahisar'dan araştırmaya katılan öğrencilerin temellendirmelerinin dayanaksız olduğu ifade edilebilir. Örneğin, Afyonkarahisar'dan araştırmaya katılan ve formu dolduran öğrencilerden birkaç tanesinin geliştirmiş olduğu metafor ve açıklaması şu şekildedir: "Turizm gezmek gibidir. Çünkü ben gezmeyi çok sevdiğim için gezmektir." Aynı ilden aynı sınıf düzeyinde turist kavramına ilişkin: "Turist salatalık gibidir. Çünkü katır katır ye" şeklinde metafor ve açıklama yapmışlardır. Aynı ilden 6. sınıf düzeyinde: "Turist yol gibidir. Çünkü turistler sürekli gezer, yollarda gezer"; 5. sınıf düzeyinde: "Turist ağaç gibidir. Çünkü her yeri gittiği için" gibi kavramlara ilişkin oluşturdukları metaforların açıklamasının temelsiz olduğu ifade edilebilir.

Diğer taraftan Aydın ilinden çalışmaya katılan öğrencilerin kavramlara ilişkin vermiş oldukları cevapların birkaç tanesi de şu şekildedir. Bu ilden çalışmaya katılan 7. sınıf düzeyindeki öğrenciler: "Turist tanıtım gibidir. Çünkü bölgemizi gelip tanıtırlar ve yorumlarlar"; aynı sınıf seviyesinde: "Turist bir kuş gibidir. Çünkü turistler yazın gelir kışın giderler" şekilde değerlendirmiştir. Turizm kavramıyla ilgi de 6. sınıf düzeyindeki öğrenciler: "Turizm eğitim gibidir. Çünkü insanlara çok şey öğretir"; "Turizm ders gibidir. Çünkü gezdikçe oranın tarihçesini öğrenirsin" şeklinde formu doldurmuşlardır. Elbette her iki ilden de çalışmaya katılan öğrenciler arasında geliştirmiş oldukları metaforun temellendirilmesi konusunda problemin olduğu söylenebilir. Ancak Afyonkarahisar'dan çalışmaya katılanların geliştirdikleri metaforları açıklama sorununun olduğunu ifade etmek yanlış olmayacaktır. Bu durum, her iki ilin de ülkemiz genelindeki eğitim sıralamasından ve turizm potansiyelinden kaynaklanıyor da olabilir. Çünkü çalışmanın yapıldığı iki ilin turizm potansiyeline bakıldığında Aydın ilinde hem turizm çeşitliliğinin, turizm alanlarının ve yıl içinde gelen turist sayısının Afyonkarahisar'dan fazla olduğu görülmektedir. Aydın Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün verilerine göre 2018 yılı turizm dönemi için, "Aydın'ın 2018 yılında iyi bir turizm sezonunu geride bıraktığına işaret ederek; Bu yıl 4 milyonun üzerinde turist Aydın'da misafirimiz oldu" dedi (<http://www.hurriyet.com.tr>). Buna karşı Afyonkarahisar'a 2018 yılında gelen ve tesislerde kalan turist sayısı 468.741'dir (Afyonkarahisar TOBB, 2018). Araştırma yapılan her iki ilin eğitimdeki başarısına bakıldığında ise, 2018 yılında Liselere Giriş Sınavı (LGS) başarı sıralamasında genel puan bazında Afyonkarahisar 37., Aydın ise 15. sırada yer almaktadır. Buradan çalışmaya katılan öğrencilerin oluşturdukları metaforların açıklama durumlarının kaynağının hem turizm potansiyeli hem de eğitim durumlarından kaynaklandığı ifade edilebilir.

Sonuç olarak, çok çeşitli ve yüksek bir turizm potansiyeline sahip olan ülkemizde, turizm potansiyelinden yeterince faydalanılmamasının nedenleri arasında toplumun turizm ve turist olgusuna bakış açısının şekillendiği söylenebilir. Nitekim çalışmaya katılan öğrencilerin söz konusu kavramları hangi kategoride açıklarsa açıklasın, genellikle turizm ve turist kavramlarını ekonomik bir algı olarak görmektedirler. Buna karşı turizmin sadece ekonomik değil toplumlar üzerinde sosyal, kültürel ve daha birçok etkileri söz konusudur. Bu anlamda geleceğin turizm sektöründe çalışan veya turizm konusunda bilinçli bir vatandaş olacak olan ortaokul öğrencilerinin turizmin sadece ekonomik etkilerinin değil, diğer etkilerinin de farkında olması için etkili ve etkin turizm eğitiminin daha ortaokul sıralarında verilmesi gerekmektedir. Ortaokul öğrencilerinin “turizm” ve “turist” kavramlarına ilişkin metaforlarının incelendiği bu araştırma neticesinde, şu öneriler yapılabilir:

- Ortaokul seviyesinde ve çeşitli öğrenme alanları içerisinde farklı ünitelerde verilen turizm eğitimi, ortaokulun sınıf düzeyinde ayrı bir ders olarak verilebilir.
- Sosyal Bilgiler eğitimi sürecinde turizm konuları, sınıf dışı etkinlikler veya öğrenci katılımıyla etkinlik temelli öğretilir.
- Sosyal Bilgiler dersinde yer alan turizm konuları teknolojiyle faydalanılarak öğretilir.
- Proje temelli turizm eğitimi yapılarak, turizm konusunda öğrencilerde farkındalık oluşturulabilir.
- Değer temelli turizm eğitimi yapılarak, öğrencilerde turizme karşı bulunan olumsuz algı değiştirilmeye çalışılabilir.

## KAYNAKÇA

- Afyonkarahisar TOBB, 2018 Yılı Afyonkarahisar sosyo-ekonomik rapor araştırması.  
<http://www.afyonborsa.org.tr>
- Akoğlan Kozak, M., Evren, S. & Çakır, O. (2012). Tarihsel süreç içinde turizm paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24 (1), Bahar, 7 - 22.  
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/atad/issue/16805/174577>.
- Altıntaş, A. & Şahin, F.K. (2007). Reşit Saffet Atabinen (1884-1965) ve Türk turizmine katkıları. *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 26(42), 9-36. [https://doi.org/10.1501/Tarar\\_0000000330](https://doi.org/10.1501/Tarar_0000000330).
- Aslan, E. (2016). Geçmişten günümüze sosyal bilgiler. Dursun Dilek (Ed.) *Sosyal Bilgiler Eğitimi İçinde*, 1. Baskı, Sayfa: 3-52, Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Ayaz, N., Yeşiltaş, M. & Türkmen, M. (2012). Turizm eğitimi alan öğrencilerin kırsal turizme bakış açıları ve algıları üzerine bir araştırma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14/(22): 103-112. <https://dergipark.org.tr/en/pub/kmusekad/issue/10214/125534>
- Civelek, A. (2010). Turizmin sosyal yapıya ve sosyal değişmeye etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 1-2, 331-350.  
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/selcuksbmyd/issue/11301/135146>.
- Keleş, Y. (2017). Neden turizm eğitimi? lisans düzeyinde turizm öğrencilerine yönelik bir araştırma. <https://www.researchgate.net/publication/320617866>.
- Olçay, A. (2008). Türk turizmde eğitimin önemi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2): 383-390. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jss>.
- Özder, A. Kaya, H. & Ünlü, M. (2012). Ortaöğretim öğrencilerinin “turizm” kavramı ile ilgili geliştirdikleri metaforların analiz örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (25), 18-31.  
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/marucog/issue/472/3852>.

- Sart, G. (2015). Fenomenoloji ve yorumlayıcı fenomenolojik analizi. Fatma Nevra Seggie ve Yasemin Bayyurt(Ed.), *Nitel Araştırma Yöntem, Teknik, Analiz ve Yaklaşımları İçinde*, (Sayfa: 70-81), Ankara: Anı Yayıncılık.
- Şimşek, A. & Yıldırım H. (1999). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Taş, M., Düz, İ. & Ünlü, E. (2016). Ortaöğretim öğrencilerinin "alternatif turizm" kavramına ilişkin algılarının metaforlar yardımıyla analizi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, (5), 352-360. [http://www.jret.org/FileUpload/ks281142/File/39.mahmut\\_tas.pdf](http://www.jret.org/FileUpload/ks281142/File/39.mahmut_tas.pdf)
- Tüylüoğlu, T. (2003). *Türkiye'de turizm eğitiminin niteliği*. Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Polat Üzümcü, T. & Alyakut, Ö. (2017). Turizm eğitimcileri perspektifinden turizm eğitimi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 51 (10), 807-823. Doi Numarası: 10.17719/jisr.2017.1817 <http://www.hurriyet.com.tr>, Aydın 2018'de 4 milyon turisti ağırladı, Erişim Tarihi: 28.05.2019.

### EXTENDED SUMMARY

This research was carried out in order to uncover the metaphors developed by the students at the 5th, 6th and 7th grade levels of middle school regarding the concepts of "tourism" and "tourist" and to collect the resulting metaphors under certain categories. In the research, the phenomenon science (phenomenology) pattern, which is among the qualitative research methods, was used to determine the metaphors that expressed the perceptions of students regarding the concepts of "tourism" and "tourist". The group of the research was determined by the appropriate sampling method. During the 2018-2019 academic year, the research took place in four schools, one city center and one rural school from Kosk District and Afyonkarahisar Central district in Aydın province. Data was collected from a branch of each class at the 5th, 6th and 7th grade levels and from a total of 280 students. During the data collection phase, they were asked to write their metaphors regarding tourism and tourist concepts in the first part of the form prepared in advance, and to explain their metaphors developed in the second part. The collected data were analyzed by descriptive analysis method and related to both concepts; As a classical perception, as historical and cultural value, as a social value, as a negative perception, the metaphors developed by students in six subcategories related to tourism and tourist concepts from a financial point of view were uncovered and evaluated.

In the research findings, 159 students from Kosk district of Aydın province developed a total of 85 different metaphors related to the concept of "tourism". Afyonkarahisar province developed a total of 73 metaphors for the 121 students who participated in the study. Middle school students in both provinces have produced a total of 158 different metaphors for the concept of "tourism". As for the concept of tourists, a total of 159 students from The Kosk district of Aydın province developed 80 different metaphors. The 121 students who participated in the study from the Central district of Afyonkarahisar province developed a total of 67 different metaphors related to the concept of "tourist". Students from both provinces presented a total of 147 different metaphors for the concept of tourists.

It was observed that the variety and number of metaphors developed by the students who participated in the study from Aydın related to both concepts increased as the class level increased. However, the variety and number of metaphors developed by the students from Afyonkarahisar province regarding the perception of "tourism" and "tourists" increased after the 5th grade level, but only in the 7th grade. At the class level, it decreased again. On the other hand, in the part of the form prepared to determine the metaphors of middle school students regarding the concepts of "tourism" and "tourist", it was requested to evaluate how they base the metaphor in the part created to explain the metaphor developed by the student. In this sense, it can be said that the foundations of the students who participated in the research from Afyonkarahisar are unfounded when looking at the

explanations written in the description section of the students from both provinces. This may be due to the education ranking and tourism potential of both provinces throughout our country. Because when we look at the tourism potential of the two provinces where the study was carried out, it is seen that both the tourism diversity, tourism areas and the number of tourists coming during the year are greater than Afyonkarahisar. Afyonkarahisar ranks 37th and Aydin 15th in the 2018 High School Entrance Exam (LGS) achievement rankings. It can be stated that the resources of the explanation of the metaphors of the students who participated in the study were caused by both tourism potential and educational situations.

As a result, in our country, which has a wide variety and high tourism potential, it can be said that the society's perspective on the phenomenon of tourism and tourists is shaped among the reasons why the tourism potential cannot be sufficiently utilised. As a matter of fact, regardless of the category in which the students who participated in the study explained these concepts, they often see the concepts of tourism and tourists as an economic perception. In contrast, tourism has social, cultural and many other effects not only on economic but also on societies. In this sense, effective and effective tourism education should be given in more middle school ranks in order for middle school students who will work in the tourism sector of the future or who will be an informed citizen about tourism to be aware not only of the economic effects of tourism, but also of other effects.