



Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi

www.turib.org



Turizm Akademisyenlerinin “Kongre” Kavramı ile İlgili Kullandıkları Metaforlar Aracılığıyla Kongrelere İlişkin Algılarının Değerlendirilmesi*

Murat GÖRAL^{a**}, Üzeyir KEMENT^b, Aziz BUKEY^c

^a Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Otel Lokanta ve İkrâm Hizmetleri Bölümü, BİNGÖL, Türkiye, E- posta: mgoral@bingol.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2374-4443

^b Doç. Dr., Bingöl Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor YO, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümü, BİNGÖL, Türkiye, E- posta: ukement@bingol.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3190-9079

^c Öğr. Gör., Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Otel Lokanta ve İkrâm Hizmetleri Bölümü, BİNGÖL, Türkiye, E- posta: abukey@bingol.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5476-8408

Öz

Turizm akademisyenlerinin kongrelere yönelik algılarını “kongre” kavramı için kullanılan metaforlarla ortaya çıkarmayı amaçlayan bu çalışmada, nitel araştırma deseni ile fenomenoloji kullanılmıştır. Bu kapsamda toplanan veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Katılımcıların kullandıkları metaforlar tematik olarak sosyalleşme, bilimsel bilginin paylaşılması/bilimsel bilgiye erişilmesi ve dinlenme/eğlenme olmak üzere üç kategoride değerlendirilmiştir. Ayrıca tutumsal olarak da kullanılan metaforlar olumlu, olumsuz ve her ikisi de/belirsiz olmak üzere üç kategoriye ayrılmıştır. Daha sonra bu kategoriler çapraz bağlanmıştır. Çalışmada önemli sayıda akademisyenin kongreleri bilimsel bilgiye erişim / paylaşım ve sosyalleşme aracı olarak algıladıkları görülmüştür. Ayrıca katılımcıların kongrelere ilişkin genel tutumlarının olumlu olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm Akademisyenleri, Kongre, Metafor, Kongre Turizmi.

Jel Kodu: Z30, Z39

Evaluation of the Perceptions of Tourism Academics about Congresses through Metaphors Used for the Concept of “Congress”

Abstract

In this paper which aims to reveal the perceptions of tourism academics about congresses through metaphors used for the concept of “congress”, phenomenology with qualitative research pattern was used. In this context, the collected data is subjected to content analysis. Attitudinally it is divided into three categories; positive, negative and both/ambiguous and purposely three categories; socialization, accessing/sharing the scientific knowledge and entertainment/rest. Then, these categories have been cross-linked. In the study, it has been seen that a significant number of academics perceive the congresses as a means of accessing/sharing scientific knowledge and socialization. In addition, it has been concluded that the general attitudes of the participants regarding the congresses are positive.

Keywords: Tourism Academics, Congress, Metaphor, Congress Tourism.

Jel Codes: Z30, Z39

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 23.10.2020

Düzeltilme Tarihi : 15.11.2020

Kabul Tarihi : 30.11.2020

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Göral, M., Kement, Ü., & Bükey, A. (2021). Turizm Akademisyenlerinin “Kongre” Kavramı ile İlgili Kullandıkları Metaforlar Aracılığıyla Kongrelere İlişkin Algılarının Değerlendirilmesi. Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi, 1(1), 70-83

* Bu çalışma, “Turizm Akademisyenlerinin “Kongre” Kavramı ile İlgili Kullandıkları Metaforlar Aracılığıyla Kongrelere İlişkin Algılarının Değerlendirilmesi” ismiyle The Conference on “Managing Tourism Across Continents- Tourism For a Better World” (MTCON’20) Kongresinde bildiri olarak sunulmuştur. Düzenlenerek makale haline getirilmiştir.

Etik Kurul Onayı: Bu çalışmada veri toplama süreci 30 Ekim - 30 Aralık 2019 tarihlerinde tamamlanmış olup Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı TR Dizin Etik Kurul Kriterleri 1 Ocak 2020 tarihinde ilan edilmiştir.

** Sorumlu yazar e-posta: M. Göral. (mgoral@bingol.edu.tr)

1. Giriş

Gelir sağlayıcı etkisi ve işletmelerin, destinasyonların tanıtımına olan katkısı dolayısıyla kongrelerin turizm açısından değeri gittikçe artmaktadır. Kongrelerdeki geniş katılımcı sayısı, işletmelere ve kongreye ev sahipliği yapan destinasyonlara konaklama, yeme içme ve ulaşım gibi hizmetlerden faydalanmaları sebebiyle ekonomik faydalar üretmektedir (Oppermann & Chon, 1997). Bu yönüyle kongre turizmi, turizm işletmeleri için hızla büyüyen bir pazar niteliği kazanmakta, turizmin çeşitlendirilmesi ve turizm faaliyetlerinin yılın tamamına yayılmasında önemli rol oynamaktadır (Ersun & Arslan, 2009). Kongre düzenleyiciler ile kongreye ev sahipliği yapan işletmeler ve destinasyonların amaçları birbirinden farklılık gösterse dahi yüksek katılımcı sayısına ulaşmak ortak amaçlarıdır (Var, Ceasario & Mauser, 1985).

Katılımcıların kongreye gitme amaçları, kongreye attıkları değere göre ve kongreleri nasıl algıladıklarına göre farklılık göstermektedir. Kongrelerin bilimsel olma niteliği katılım nedenlerinin sadece bilimsel bir zemine dayanacağını ifade etmemektedir. Kişilerin algılarını etkileyen bir çok kişisel unsurlar olabilir. Ancak çoğu zaman bireyler bu algılarını doğrudan ifade etmek yerine metaforlara müracaat etmektedir. Bunun nedeni, metaforların, kişinin dile getirmekte zorluk yaşadığı güçlü duyguların kaynağı olan duygusal şemalara ulaşarak kişinin iletmek istediği mesajı daha güçlü bir etkiyle ilemesine olanak tanimasından kaynaklanmaktadır (Ortony, 1979). Bu bağlamda, çalışmada akademisyenlerin kongreler ile ilgili algıları metaforlar aracılığıyla ölçülmeye çalışılmıştır.

Araştırmada alanyazın taranırken kongre turizmi ve kongreler hakkında genel bilgiler sunulmuştur. Araştırmada nitel araştırma deseni olan fenomenoloji kullanılmıştır. araştırmanın evrenini oluşturan turizm akademisyenleri üzerinden turizm kongreleri değerlendirmeye alınmıştır. Değerlendirme için turizm akademisyenlerinin turizm kongreleri hakkında algıları metaforlar aracılığıyla belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma bulguları oluşturulurken, metaforlar anlam açısından olumlu/olumsuz veya bilimsel/eğlence gibi değerlendirme kriterleri ile kategorize edilmiştir. Sonuç olarak araştırmada turizm akademisyenlerinin mevcut turizm kongrelerini nasıl algıladıkları değerlendirilerek, turizm kongreleri hakkında değerlendirmeler yapılmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

Latince toplanma anlamına gelen "Congresus" kelimesinden Türkçeye geçen kongre kavramı İçöz (2003: 264) tarafından "*bir veya birkaç gün ile sınırlandırılan ve önceden belirlenen bir programın izlendiği uzmanlık gerektiren mesleki veya bilimsel alanlarda bir tema etrafında bilgi paylaşımını amaçlayan toplantılar*" olarak ifade etmektedir. Çakıcı (2006) ise katılımcı sayısına vurgu yaparak kongrelerin en az 300 kişinin katılımının gerekli olduğu büyük çaplı toplantılar olduğuna dikkat çekmektedir.

Bilimsel kongrelerin en temel amacı bilimsel bilginin üretilmesi ve paylaşılması olmasına rağmen katılım gösteren bilim insanlarının katılma nedenleri birbirinden oldukça farklılık göstermektedir (Rittichainuwat, Ngamson, Beck & Lalopa; 2001; Swarbrooke & Horner, 2001, Jago & Deery, 2005; Severt, Wang, Chen & Breiter, 2007; Mair & Thompson, 2009; Rogers, 2012). Podilchak (1988) katılımcıların kongrelere katılmalarında etkili olan diğer bir motivatörün eğlenme olduğunu ifade etmektedir. Kongrenin düzenlendiği destinasyonun sosyal imkânlar, işletmenin sunduğu hizmetler ve orta ilgi alanlarına sahip bireyler ile tanışma gibi unsurlar eğlenme amaçlı katılımın örnekleridir. Ancak bu nedenler, kongrelere katılım nedenleri olmaktan daha çok herhangi bir kongrenin tercih edilmesinde etkili olan faktörler olarak nitelendirilebilir (Crompton, 1992; Yüncü & Kozak, 2009; Behdioğlu & Çilesiz, 2017). Yine de kongreler bilim dünyasının

yeni ve güncel bilgiyi birbirleriyle ve kamuoyuyla paylaşmalarına olanak tanınması sebebiyle akademisyenler tarafından sıklıkla bilimsel bilginin dokümanite edilmesi, bilginin ve birikimin paylaşımı, belirgin bir bilimsel alanın genişletilmesi, özgün olarak bir sorunun çözülmesi, bulguların mülkiyeti, kişisel tanınma isteği, içsel doyum, destek veya ödül kazanma, yarışma, maddi destek kazanma, bilimsel keyif alma, akademik ortamda varlığı sürdürübilme gibi nedenlerden tercih edilir (Kutsal, 2019). Literatürde kongreye katılım sağlanması ve katılacak kongrenin seçilmesi ile ilgili nedenler genel olarak itici ve çekici nedenler olmak üzere iki grupta incelenmektedir (Mair, Lockstone-Binney, & Whitelaw, 2018). İtici nedenler mesleki akreditasyon sağlanması veya mesleki anlamda istenen birtakım kriterlerin yerine getirilmesini ifade ederken, çekici nedenler ise kongrenin düzenlendiği destinasyonun çekiciliği, kongrenin sağlayacağı itibar ve tanınırlık gibi nedenleri ifade etmektedir.

Shirmohammadi, Hu, Ooi, Schiele & Wacker (2012) kongrelere katılımı sanal katılım ve fiziksel katılım olarak ikiye grupta incelemiştir. Tercih edilen katılım türüne göre katılanların motivasyonları ve amaçları farklılık gösterebilir. Bu amaçlar, akademisyenlerin kongreleri nasıl algıladığıyla doğrudan ilişkilidir.

Kongrelerin ifade edilen bilimsel taraflarının yanısıra kapsamı o kadar genişlemiştir ki "*Kongre Turizmi*" adıyla yeni bir turizm türü ortaya çıkmıştır. Kongre turizmi, "*farklı ülkelerdeki veya farklı şehirlerdeki insanların sürekli ikamet ettikleri yerlerden ortak bir konu hakkında bilgi paylaşımı yapmak temel amacının yanısıra gezip görmek, dinlenmek, eğlenmek, yeni insanlarla tanışmak motivasyonu ile yaptıkları seyahat, konaklama ve yeme-içme faaliyetlerinin sonucu olarak meydana gelen olaylar ve ilişkiler bütünü*" olarak tanımlanabilir (Aydın, 1997:15). Kongrelerin bir turizm türüne çevrilmesinin ve turizm araştırmalarında yoğun olarak işlenmesinin arkasında diğer turizm türlerinden farklı olarak taşıdığı bir takım özellikler bulunmaktadır. Ayrıca kongre turizmini ekonomik sosyal ve kurumsal yönleriyle incelediği çalışmasında Tosun (1994), kongre turizminin üstünlüklerini şu şekilde sıralamaktadır;

- Günlük harcamalar, uluslararası ortalamanın üstündedir.
- Kongre kayıt bedelinin dışında kalan harcamalar önemli bir döviz girdisi sağlar.
- Kongrelerin organize edildiği destinasyonun turizmüne dolaylı katkılarda sağlar.
- Kongrenin organize edildiği destinasyonun tanıtılması potansiyel turistik satın alma davranışını etkiler.
- Katılımcılarda tekrar ziyaret etme ve başkalarını yönlendirme davranışları geliştirir.

Bunlar gibi üstünlükleri dolayısıyla Aymankuy (1996) aşırı turizm diye ifade edilen destinasyonların taşıma kapasitesini aşan turizm yoğunluğunun önlenemesi turizm sezonunun uzatılması, doluluk oranları ve verimliliğinin artırılması ve diğer turizm türlerine göre daha fazla turistik harcamaların görülmesi sebebiyle kongre turizminin en fazla teşvik edilmesi gereken turizm türlerinden biri olduğunu ifade etmektedir.

Uluslararası kongre ve Konvansiyon Birliğinin (ICCA) 2019 raporuna göre 1963 yılından başlayarak her on yılda ikiye katlanarak artan kongrelerin sayısı 2000 yılında 4.611'e ulaşmıştır. En fazla artışın olduğu 2000 ile 2010 yılı arasında ise %128 artarak 10.528 olmuştur. Ancak 2010 yılından bu yana artış trendinde oldukça dramatik bir düşüş yaşanmış ve sadece %26 artmıştır. Hatta 2017 yılından sonra dünya ölçeğinde düzenlenen kongrelerin sayısı azalmıştır. Bu azalmanın, içinde olduğumuz pandemi sürecinde daha net olarak görüleceği beklenmektedir. Ülke ülke bakıldığında ise Amerika Birleşik Devletleri 2019 yılında 934 kongreye ev sahipliği yaparak ilk sırada yer almaktadır. Almanya ikinci sırada (714), Fransa üçüncü sırada (595) ve daha sonra bu ülkeleri İspanya (578) ve İtalya (568) takip etmektedir. Türkiye ise organize edilen 97 kongre

ile 40. sırada yer almaktadır. Ülkelerde düzenlenen kongreler katılımcı sayıları (tahmin edilen) açısından değerlendirildiğinde ABD düzenlenen 934 kongreye 357.137 kişi katılmıştır. Bu sayıyla ABD katılımcı sayısı olarak da ilk sıradadır. İkinci sırada ise 348.728 katılımcıyla İspanya yer almakta ve onu 252.688 katılımcıyla Almanya ve 251.097 katılımcıyla Fransa takip etmektedir. Burada en çok dikkat çeken sonuç İspanya kendisinden 136 fazla kongreye ev sahipliği yapan Almanya'dan yaklaşık 100.000 katılımcıyı fazladan ağırlamış ve neredeyse ABD ile aynı katılımcı sayısına ulaşmıştır. Bu sonuç İspanya'daki kongrelerin diğer ülkelere göre çok daha fazla katılımcı ile gerçekleştiğini göstermektedir. Türkiye'de düzenlenen kongrelerin katılım oranları incelendiğinde ise 34.780 katılımcı ile yine 40. sırada olduğu görülmektedir.

Yıllık düzenlenen kongre ve katılımcı sayıları şehir bazında incelendiğinde bazı şehirlerin öne çıkması dikkat çekmektedir. Örneğin, Fransa ülke bazında üçüncü sırada yer almaktayken düzenlenen kongrelerin hemen hemen yarısına (237) ev sahipliği yapan Paris, şehir bazında ilk sırada yer almaktadır. Ayrıca ülke sıralamasında 10. sırada yer alan Portekiz'in başkenti Lizbon, 190 kongre ile ikinci sırada yer almaktadır. Berlin 176 kongre ile 3. sıradayken, Barcelona (156) ve Madrid'in (154) İspanya'da düzenlenen kongrelerin yarısından fazlasına ev sahipliği yaptığı görülmektedir. Bu sonuçlar şehirlerin potansiyellerinin ülkelerin kongre potansiyellerinde belirleyici olduğunu göstermektedir. Türkiye'de organize edilen kongrelerin 58 ine ev sahipliği yapan İstanbul uluslararası şehirler sıralamasında 44. sırada yer almaktadır. Dünyadaki ve Türkiye'deki bu oranlar kongre turizm pazarının ne kadar genişlediğini göstermektedir. Bu nedenle, hem bir turizm faaliyeti hem de bilimsel bir etkinlik olarak kongrelere katılan akademisyenlerin kongreleri nasıl konumlandıkları ve temel motivasyonlarının ne olduğu yönünde bir fikir edinebilmek için araştırmada metafordan faydalanılmıştır.

Metafor kavramının daha iyi anlaşılması için dil ve anlam ilişkilerinin kuramsal temellerine kısaca değinmek yararlı olacaktır. Eski çağlardan beridir dil ve düşünce yakından ilişkilendirilmiştir. Örneğin, söz anlamına gelen "logos" ifadesi aynı zamanda düşünce anlamına da gelmektedir. Benzer bir ilişki de söylev anlamına gelen "nutuk" kelimesi ile akla uygun düşünebilme yetisi olarak tanımlanabilecek "mantık" kelimesinin aynı kökten türemiş olmasında söz konusudur.

17. ve 18. yüzyıllarda dil-anlam ilişkisini açıklamaya en yetkin iki kuram çok tartışılmıştır. Bunlar; zihinci ve göndergeci kuram olarak isimlendirilmektedir. Zihinci kuram, dil ve zihin ilişkisini sorgulamış ve insanların görünmez zihinsel içeriklerini başkalarına aktarmak için kullandığı görünür işaretler olarak dili tanımlamıştır. Göndergeci kuram ise dili, zihnin yerine dünyayı koyarak dili dünyayı betimleme aracı olarak ifade etmektedir (Arsever, 2003: 127-138). Her bir sözcük bir veya birden fazla şeyi gösterebilir. Bu insan zihnindeki herşeyin birden fazla şey ile özsel veya ilintisel olan bağlantılarından kaynaklanmaktadır. Bu durum kavramlar arası anlam geçişini açıklamada yardımcı olan bir yaklaşım niteliği taşımaktadır (Şerifoğlu, 2012). Bu yaklaşım, dili zenginleştiren ve anlamı güçlendiren metaforların kullanımını zorunlu hale getirmiştir. Metafor kavramının ilk olarak tanımlandığı eser olarak görülen Aristonun Retorik eserinde metafor sözcük ve ilk anlamı tarafından genellikle "*adlandırılan şey arasında transfer olan benzerlik*" temelinde, "*onun uygun olmadığı bir şeye bir adın uygulanması*" olarak tanımlanmıştır (Erdem, 2003: 12). Sonuç olarak metafor, imgelediği nesneye ya da kavrama dair yeni bir bilgi vermekten ziyade o nesne ve kavrama dair tecrübe edilmiş bilgiyi özetleyen ve o kavramın anlaşılmasına dair yeni ve kısa yol olarak düşünülebilir.

3. Yöntem

Araştırmanın amacı, turizm akademisyenlerinin kongreler ile ilgili algılarını, kullandıkları metaforlar aracılığıyla analiz etmektir. Metaforların kullanılma sebebi, çoğunlukla ifade etmekte güçlük çekilen karmaşık ve soyut kavramların daha somut ve açık hale getirilmesine olanak tanınmasıdır. Lakoff (1993) metaforu, anlatılmak istenilen bir kavrama ilişkin düşüncelerin kendi zihnindeki başka bir kavram ile ortaya konulması olarak ifade etmektedir. Benzer bir yaklaşımla Şaban (2005) kişilerin, soyut unsurları olan nesne ve olayları tanımlarken, zihninde var olan somut kavramlar ile ilişki kurarak metaforik ifadeler kullanmaya eğilim gösterdiğini ifade etmiştir.

Araştırmada nitel bir araştırma deseni olan olgubilim (Fenomenoloji) kullanılmıştır. Araştırma amacı bağlamında turizm akademisyenlerinin kongrelere ilişkin algılarına odaklanıldığı için olgubilimin bu algıları yansıtmakta en doğru desen olduğu düşünülmüştür. Olgubilimsel bir araştırma, insanların yaşadıkları durumları nasıl deneyimlediklerinin betimlenmesine odaklanmaktadır (Creswell, 1998).

Araştırmada 64 turizm akademisyenine ulaşılmış ve veriler 30 Ekim - 30 Aralık 2019 tarihleri arasında toplanmıştır. Akademisyenlerin kongreler ile ilgili algılarını belirlemek amacıyla “Kongreler benim için gibidir” ve “Çünkü” ifadelerini tamamlamaları istenmiştir. Böylelikle akademisyenlerin kullandıkları metaforlar ve bu metaforları kullanma nedenleri öğrenilerek kongreler ile ilgili algıları ortaya konulması amaçlanmıştır. Toplanan veriler kavramları açıklayabilecek ilişkileri ve temaları ortaya koyabilmek amacıyla içerik analizine tabi tutulmuştur. Katılımcıların kullandıkları metaforlar tematik olarak sosyalleşme, bilimsel bilginin paylaşılması/bilimsel bilgiye erişilmesi ve dinlenme/eğlenme olmak üzere üç kategoride değerlendirilmiştir. Ayrıca tutumsal olarak da kullanılan metaforlar olumlu, olumsuz ve her ikisi de/belirsiz olmak üzere üç kategoriye ayrılmıştır.

4. Bulgular

İncelemeler sonucunda metafor kullanılmadığı gerekçesiyle 8 adet form analize tabi tutulmamıştır. Katılımcılar ile ilgili betimleyici istatistikler Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	Demografik Değişkenler	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	42	75,00
	Kadın	14	25,00
Yaş	25-34	25	44,64
	35-44	24	42,86
	45-54	2	3,57
	55 ve üstü	7	12,50
Unvan	Professor	2	3,57
	Doçent	6	10,71
	Doktor Öğretim Üyesi	20	35,71
	Öğretim Görevlisi	19	33,93
	Araştırma Görevlisi	8	14,29
	Okutman	1	1,79
Toplam çalışma süresi	1-5	13	23,21
	6-10	24	42,86
	11-15	10	17,86
	16-20	1	1,79
	20 ve üzeri	8	14,29
Toplam		56	100,0

Tablo 1’de görüldüğü üzere katılımcıların %75 ini erkekler %25 ni kadınlar oluşturmaktadır. Büyük bir bölümünün (%86) ise 25-44 yaş grubu aralığında ve 10 yıldır akademik hayatta oldukları ve yine çoğunun Dr. Öğr. Üyesi ve Öğretim Görevlisi unvanını taşıdığı Katılımcıların kullandıkları metaforlar temalarına göre ve tutumsal olarak kategorik olarak sınıflandırılmış ve bu kategoriler birbirleriyle çapraz olarak ilişkilendirilerek Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Katılımcılar Tarafından Kullanılan Metaforların Sınıflandırılması

	Olumlu	Olumsuz	Her ikisi de /Belirsiz	Toplam
Sosyalleşme	Parti (3) Tanışma Partisi(4) Bilimsel Balo Buluşma Şöleni Pilav Günü Sosyal Platform (4) Bayram Vitrin	Çamaşır Suyu (Çifte standart) Zenginler Cemiyeti (Gösteriş amaçlıdır) Düğün Töreni (Gösteriş amaçlıdır)	Büyük bir parti (Süre herkesle tanışamayacak kadar kısıtlı) Bayram Tatili	21
	Bilimsel Bilgiye Erişilmesi /Bilimsel Bilginin Paylaşılması	Okyanus (3) Okul (3) Kitap Pusula Denetçi (bilgilerini doğruluğunu anlama) Fırsat (2) “Bir öğrencisi olan buna karşılık çok öğretmeni olan bir okul gibidir”. Yenilenen Zihinler Şatosu İceberg (kendi bilgi düzeyini farketme) Tartışma programı (2) Araştırma Kaynağı (2) Açık Büfe	Eski model araba İş yemeği (asıl amacına hizmet etmemektedir) Küreği Olmayan Sandal ile Kıyıya Varmak Gibi (Kongreler amacına ulaşmıyor)	Tırtıl (Kelebek de olunabilir tırtıl da kalınabilir) Akşam Yemeği İftar Sofrası (Kısıtlı sunuma katılma imkanı) Açık Büfe(2) Kısıtlı sunuma katılma imkanı ve kalıcılık) Sergi (Kısıtlı sunuma katılma imkanı ve kalıcılık) Drama Sahnesi (kalıcılık) Hazine içinde kaybolmak gibidir (sunumların hepsine yetişememek ve bazılarında hayal kırıklığına uğramak)
Dinlenme/ Eğlenme		Tatil (3) Gezi Haftasonu Kaçamağı		
Toplam	40	6	10	56

Tablo 2’de 21 kişinin kongreyi sosyalleşme açısından 30 kişinin bilimsel bilgi açısından ve 5 kişinin de dinlenme/eğlenme açısından değerlendirdiği görülmektedir. Bu değerlendirmelerin 40’i olumlu iken 6’sı olumsuz ve 10’u da hem olumlu hem olumsuz yönlerine vurgu yapan değerlendirmeler olduğu söylenebilir. Dinlenme/ eğlenme olarak yapılan beş değerlendirmenin tamamı olumludur. Hem olumlu hem olumsuz sayılabilecek değerlendirmeler ile birlikte düşünüldüğünde kongreler en fazla bilimsel bilgiye erişilmesi/ paylaşılması yönünden olumsuz değerlendirildiği söylenebilir.

Ayrıca kullanılan metaforlar cinsiyet açısından değerlendirildiğinde kadınların erkeklere göre kongreleri daha çok bilimsel bilgiye erişme motivasyonu ile katıldıklarını göstermektedir. Kadın katılımcılar arasında sadece birisinin kullandığı metafor “iş yemeği” sosyalleşme içeriklidir. Kadın katılımcıların kullandığı diğer “bilgi havuzu”, “okyanus”, “iceberg”, “yer altından notlar”, “iş yemeği” vb. metaforlar açıklamalarında sosyalleşmeyi imgelese dahi ağırlıklı olarak bilimsel bilgiye erişilmesi ile ilgili olumlu ya da olumsuz tutumları ifade etmektedir. Sosyalleşme kategorisinde değerlendirilen “iş yemeği”nin açıklamasına bakıldığında katı-

lımcı şu şekilde ifade etmiştir. *"Her ne kadar Amaç bilimsel literatüre katkı yapmak gibi görünse de gelecek kaygısı ile sosyal ilişki geliştirmektir"*.

Aslında açıklama kongrelerde bilimsel amaçların bazen ötelenebildiği ve tamamen kişisel kaygılarla sosyalleşme kanalları aranabildiğini ifade eden eleştirel bir yaklaşımdır. Kadın katılımcıların bilimsel bilgiye erişme konusunda kullandıkları bir çok metafor da olumlu tutumlar içermekteyken aralarında hem olumlu hem de olumsuz içeriğe sahip olan metaforlar da bulunmaktadır. Örneğin "Akşam Yemeği" metaforunu kullanan katılımcı nedenini *"Çünkü genellikle akşam yemeklerinde aile fertleri ya da arkadaşlar bir araya gelmekte ve akşam yemeklerinde sağlık açısından da az ve öz yemek gerekir. Kongreler de akademisyenlerin bir araya gelip bilgi paylaştıkları ve aynı zaman da sosyalleştikleri bir ortamdır. Ancak son yıllarda yapılan kongreler sayıca çok fazlalastı. Bu nedenle, seçici olmak az ama öz yani en fayda sağlayacak olanlara gitmek gerekir"* şeklinde açıklamıştır. Bu açıklama göstermektedir ki katılımcı kongrelere karşı aslında olumlu bir tutum taşımasına rağmen son yıllarda sayılarının hızla artmasına bağlı olarak bazı kongrelerin nitelikçe fayda sağlayamacağı konusunda kaygılarını ifade etmek istemiştir.

Kategorik olarak kullandıkları metaforlar arasında fark olmasına rağmen tutumlarının olumlu veya olumsuz olması konusunda farklılık görülmemektedir. Genel olarak kullanılan metaforların çoğunda olumlu içerik olmasına rağmen bazılarında da üsteki gibi hem olumlu hem olumsuz yönüyle değerlendiren metaforlar kullanıldığı dikkat çekmektedir. Örneğin "Açık Büfe" metaforunu kullanan iki katılımcıdan biri nedenini *"Büyük bir iştahla herşeyi tatmak isteriz yiyeceğimiz yanılıgısıyla tabağımızı olabildiğince doldururuz ancak çok azını yiyebiliriz. Kongrelerde de bunun gibi sürü bilimsel yayımla karşılaşırız hepsini dinlemek isteriz ama paralel oturumlar ve zaman kısıtlamasından dolayı çok azına katılabiliriz"* şeklinde açıklamıştır. Bu açıklamalara göre katılımcı kongrelerin içerik olarak zenginliğine işaret etmiş ama katılımcıların istifadesinin gerek zaman kısıtı gerek ise paralel oturumlar şeklinde organize edilmesinden dolayı sınırlı olduğundan yakınmaktadır. Ayrıca cevaplar incelendiğinde genellikle bunun gibi kongreleri hem olumlu hem olumsuz yönüyle ifade eden metaforların genellikle akademik unvanı yüksek olan kişiler tarafından kullanıldığı görülmektedir.

Diğer katılımcılar ise çoğunlukla ya tamamen olumlu yönüyle "parti" "pılav günü" vb. ya da çok sınırlı da olsa tamamen olumsuz içerikli metaforlar kullanılmıştır. Tamamen olumsuz tutumlar içeren metaforlar "zenginler cemiyeti", "düğün töreni", "eski model araba", "çamaşır suyu", "küreği olmayan sandal ile kıyıya varmak gibi" vb. genellikle kongrelerin amacına ulaşmadığı ve amacından saptığı yönündedir. Örneğin "zenginler cemiyeti" ve "düğün töreni" gibi metaforlar içerik olarak kongrelerin gösteriş amacıyla gerçekleştiğini ifade etmektedir. Olumsuz içerik ifade eden metaforlardan biri olan "çamaşır suyu" metaforunun açıklaması *"Nasıl ki çamaşır suyu beyazları daha beyaz yapar renklilerin canına okursa kongreler de bazı araştırma yöntemlerini parlatırken bazı yöntemlerin ise canına okur"* şeklindedir. Bu metafor ile katılımcı kongrede sunulan yayınlarda kullanılan yöntemler arasında bilinçli bir yönlendirme yapıldığı yönünde olumsuz bir tutum ifade edilmiştir. "küreği olmayan sandal ile kıyıya varmak gibi" metaforunu kullanan katılımcı bu metaforu kullanma nedenini şu şekilde açıklamaktadır: *"Yıllardır turizmi geliştirmek adına yapılan kongrelerde sunulan çalışmaların sonuçları ve geliştirdikleri öneriler ne sektör temsilcilerinin ne de idarecilerin umrunda olmadığından bir grup akademisyenin bir araya gelerek birşeyler başarma zannıyla mutlu oldukları çabalardır."*

Kullanılan meteforlara bakıldığında büyük bir çoğunluğunun olumlu tutumlar içerdiği ancak azda olsa olumsuz tutumlar içeren metaforlar da kullanıldığı görülmektedir. Bu olumsuz tutumların genel ortak özelliği ise aslında bütünüyle olumsuz bir tutum olmaktan ziyade tespit edilen bir takım sorunların giderilmesine yönelik eleştiriler olduğu ifade edilebilir.

5. Sonuç ve Öneriler

Kongreler bilim insanlarının belirli temalar üzerinde ürettikleri bilgiyi paylaşmalarına ve bu bilgiye erişmelerine, kendi alanlarından veya farklı alanlardan akademisyenlerle etkileşimde bulunmalarına, akademik çevredeki arkadaşlarıyla bir araya gelmelerine, yoğun iş tempoları arasında kısa bir seyahat etme ve dinlenmelerine olanak tanınması gibi sebeplerle akademik hayatın önemli unsurlarından birisidir. Yine de kongreler ile ilgili her akademisyenin algısı ve yaklaşımı farklılık göstermektedir. Bazı akademisyenler bahsedilen nedenlerden dolayı kongreleri çok önemserken, bazıları ise kongrelerin en temelde ulaşılmak istenen amaca hizmet etmediğini düşünebilmektedir. Bu bağlamda; bu çalışma, akademisyenlerin kullandıkları metaforlar aracılığıyla onların kongrelere ilişkin algılarının ve tutumlarının değerlendirilip bazı temalar ile ortaya konulmasını amaçlamaktadır.

Bulgulardan hareketle, akademisyenlerin en genel biçimiyle kongreleri bilimsel bilgiye erişme ve bilimsel bilgiyi paylaşma, sosyalleşme ve eğlenme dinlenme olmak üzere üç farklı şekilde değerlendirdikleri görülmüştür. Eğlenme / dinlenme ile ilişkin algıların tamamı olumluyken bilginin paylaşımı ve erişimi konusunda ve sosyalleşme konusunda ise olumlu algılar ile birlikte olumsuz algıların ve hem olumlu hem olumsuz olarak değerlendirilebilecek algıların olduğu ifade edilebilir. Bilimsel bilgiye erişilmesi konusunda genel olarak olumlu bir tutum olsa da olumsuz tutumlar da mevcuttur. Bu olumsuz tutumlar, gerçek amacından sapması veya bu amaca ulaşmakta yetersiz kalması ve sayılarının artması nedeniyle niteliğinin azalması şeklinde ifade edilmektedir. Bazı akademisyenler de kongrelerin bu anlamda bir fırsat olarak görse de çok kısa zamanda çok bilgi edinildiği için bilginin kalıcılığı açısından sorunlar ifade etmiştir. Sosyalleşme açısından da yeni insanlarla tanışma ve ilişkiler geliştirme açısından genel olarak olumlu bir yaklaşım olmasına karşın bu ilişkilerin kalıcılığı ve gerçekliği açısından problemleri olduğunu ifade eden görüşlerde bulunmaktadır.

Genel olarak kongre ile ilgili algıların sosyalleşme ve bilimsel bilgiye erişme ve bilimsel bilgiyi paylaşma ve dinlenme/eğlenme şeklinde ve olumlu yönde olduğu ama özellikle “az zamanda çok bilgi ve çok ilişkinin” kalıcılığı açısından da problemleri görüldüğü ifade edilebilir. Kongrelerde edinilen bilginin kalıcılığını artırmak anlamında, kongrede yapılan sunumların sesli veya görüntülü sistemlerle kayıt altına alınması ve bu kayıtların sadece katılımcıların erişebileceği platformlar üzerinden paylaşılması sağlanabilir. Böylelikle katılımcılar, yapılan tüm sunumlara erişme ve sunum esnasındaki katkılardan faydalanma imkanı bulabilirler. Kongrede akademisyenlerin birbirleriyle olan etkileşimi daha etkili ve uzun vadeli kılabilmek adına, formal iletişimin yanısıra informal iletişimi güçlendirecek pratikler geliştirilebilir.

Araştırmacılar, kongrelere sanal katılım ile fiziksel katılım gösteren akademisyenlere benzer bir çalışma yapabilir ve algısal anlamda farklılık olup olmadığı inceleyebilir. Ayrıca, ulusal ve uluslararası kongreler akademik teşvik konusunda farklı değerlendirildiğinden bu farklılığın algı düzeyinde bir karşılığı olup olmadığı araştırılabilir.

Kaynakça

- Aydın Ş. (1997). *Kongre Turizmi ve Türkiye'deki Kongre Turizmi Potansiyel*, Yüksek Lisans Tezi Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Çanakkale.
- Arsever, R. L. (2003). Dil felsefesinin geleceğine bir bakış, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi* 20(2), 127-140.
- Aymankuy, Y. (1996). *Kongre Turizminin Gelişimi ve Türkiye'de Kongre Turizmi*, Turizmde Seçme Makaleler 24, İstanbul: TUGEY Yayını.
- Behdioğlu, S. & Çilesiz, N. (2017). Akademisyenlerin kongre tercih kriterlerinin konjoint analizi ile belirlenmesi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 23-37.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Crompton, J. (1992). Structure of vacation destination choice sets, *Annals of Tourism Research*, 19, 420-434.
- Çakıcı, C. (2006). *Toplantı Yönetimi Kongre, Konferans, Seminer ve Fuar Organizasyonları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Erdem, M. (2003). *Türkmen Türkçesinde Metaforlar*, KÖKSAV Yayınları, Ankara.
- Ersun, N. & Arslan, K. (2009). Alternatif turizm çeşidi olarak Kapadokya Bölgesi'nde Kongre turizmini geliştirme olanakları. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 34(Temmuz/Aralık), 139-164.
- ICCA (2019). *The International Association Meetings Market 2019*, <https://www.iccaworld.org/knowledge/article.cfm?artid=701>. Erişim tarihi: 02.03.2020.
- İçöz, O. (2003). *Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi*, Ankara: Turhan Kitabevi.
- Kutsal, F. Y. (2019). Evrensel bilimin paylaşımında dergiler ve kongreler. *JARSS Anestezi Dergisi*, 27(4), 235-244.
- Jago, L. K. & Deery, M. (2005). Relationships and factors influencing convention decision-making. *Journal of Convention and Event Tourism*, 7(1), 23-42.
- Lakoff, G. (1993). *The Contemporary Theory of Metaphor*. A. Ortony (Ed.), *Metaphor and thought* (2nd ed.). Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Mair, J. & Thompson, K. (2009). The UK association conference attendance decisionmaking process, *Tourism Management*, 30(3), 400-409.
- Mair, J., Lockstone-Binney, L. & Whitelaw, P. A. (2018). The motives and barriers of association conference attendance: Evidence from an Australasian tourism and hospitality academic conference. *Journal of hospitality and tourism management*, 34, 58-65.
- Oppermann, M. & Chon, K. S. (1997). Convention participation decision-making process. *Annals of tourism Research*, 24(1), 178-191.
- Ortony, A. (1979). *Metaphor and Thought*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Rittichainuwat, B., Beck, J. A. & Lalopa, J. (2001). Understanding motivators, inhibitors and facilitators of association members in attending international conferences. *Journal of Convention and Exhibition Management*, 3(3), 45-62.
- Podilchak, W. (1988). The neglect of fun in leisure: Denying social interaction. *Leisure Information Quarterly*, 14(3), 3-5.
- Rogers, T. (2012). *Conferences and Conventions*. Abingdon, UK: Routledge.
- Şaban, A. (2005). *Çoklu Zekâ Teorisi ve Eğitim*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Severt, D., Wang, Y, Chen, P, & Breiter, D. (2007). Examining the motivation, perceived performance, and behavioral intentions of convention Attendees: Evidence from a regional conference. *Tourism Management*, 28(2), 399-408.
- Shirmohammadi, S., Hu, S. Y., Ooi, W.T., Schiele, G. & Wacker, A. (2012). Mixing Virtual and Physical Participation: the Future of Conference Attendance? İçinde, *2012 IEEE International Workshop on Haptic Audio Visual Environments and Games, Proceedings* (ss. 150-155), ABD & Kanada.
- Swarbrooke J. & Horner S. (2001). *Business Travel and Tourism*, England: Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Şerifoğlu, Y. (2012). Dil-Zihin ilişkisi çerçevesinde metaforlar. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 123-132.
- Tosun, N. (1994). *Türkiye’de Kongre Turizminin Ekonomik, Sosyal ve Kurumsal Boyutlarıyla İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Var, T., Ceasario, C. F. & Mauser, G. (1985). Convention tourism modelling, *Tourism Management*, 6(3), 194-204.
- Yüncü, K. D & Kozak, N. (2010). Türk akademisyenlerin kongre tercihleri üzerine bir Aaaştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(1), 109-120.

Destek Bilgisi: Bu çalışmanın hazırlanması süresince herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynı ya da nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi’nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

Etik Kurul Onayı: Bu çalışmada veri toplama süreci 30 Ekim - 30 Aralık 2019 tarihlerinde tamamlanmış olup Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı TR Dizin Etik Kurul Kriterleri 1 Ocak 2020 tarihinde ilan edilmiştir.

Extended Summary

Evaluation of the Perceptions of Tourism Academics about Congresses through Metaphors Used for the Concept of "Congress"

Murat Göral^a, Üzeyir Kement^b, Aziz Bukey^c

^a Bingöl University, Vocational School of Social Science, Hotel Restaurant and Catering Services, BİNGÖL, Turkey, E-Mail: mgoral@bingol.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2374-4443

^b Assoc. Prof. Dr. Bingöl University, The School of Physical Education and Sports, physical education and sports teaching, BİNGÖL, Turkey, E-Mail: ukement@bingol.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3190-9079

^c Bingöl University, Vocational School of Social Science, Hotel Restaurant and Catering Services, BİNGÖL, Turkey, E-Mail: abukey@bingol.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5476-8408

The value of congresses in terms of tourism is increasing, due to its income-generating effect and the contribution of businesses to the promotion of destinations. The large number of participants in congresses, businesses and destinations hosting the congress accommodation, food and beverage, etc. It generates economic benefits due to the use of services such as (Oppermann & Chon, 1997). In this respect, congress tourism has become a rapidly growing market for tourism enterprises and plays an important role in diversifying tourism and spreading tourism activities throughout the year (Ersun & Arslan, 2009). Even if the objectives of the congress organizers and the businesses and destinations that host the congress differ from each other, reaching a high number of participants is their common goal (Var, Ceasario & Mauser, 1985). The aims of the participants differ according to the value they attribute to the congress and how they perceive the congresses.

The social opportunities of the destination where the congress is organized, the services offered by the business, and the elements such as meeting individuals with medium interests are examples of participation for fun. However, these reasons can be described as factors that affect the preference of any congress rather than being the reasons for participating in congresses (Crompton, 1992; Yüncü & Kozak, 2009; Behdioğlu & Çilesiz, 2017). Nevertheless, congresses are preferred because they allow the scientific world to share new and up-to-date information with each other and with the public. In addition, by academicians, the documentation of scientific knowledge, sharing of knowledge and experience, expanding a distinct scientific field, solving a problem uniquely, ownership of the findings, desire for personal recognition, inner satisfaction, winning support or awards, competition, financial support, scientific enjoyment is preferred for reasons such as the ability to continue to exist in the academic environment (Sacred, 2019). In the literature, the reasons for participating in the congress and the selection of the congress to attend are generally examined in two groups as driving and attractive reasons (Mair, Lockstone-Binney, & Whitelaw, 2018). There are a number of features behind the transformation of congresses into a tourism type and the intensive processing of tourism research. When the annual number of congresses and participants are analyzed on a city basis, it is noteworthy that some cities stand out. For example, while France ranks third on the country basis, Paris, which hosts almost half of the congresses (237), ranks first on city basis. In addition, Lisbon, the capital of Portugal, which is in the 10th place in the country ranking, is in the second place with 190 congresses.

^a Corresponding author at: Bingöl University, Vocational School of Social Science, E-Mail Address: mgoral@bingol.edu.tr

While Berlin ranks third with 176 congresses, it is seen that Barcelona (156) and Madrid (154) host more than half of the congresses held in Spain. These results show that the potential of cities is determinant in the convention potential of countries. In Turkey, organized by 58 international cities to host the congress in Istanbul which is located next to the ranking of 44.

Each word can denote one or more things. This is due to the essential or correlative connections of everything in our mind with more than one thing. This situation is an approach that helps to explain the meaning transition between concepts (Şerifoğlu, 2012). This approach has made it necessary to use metaphors that enrich language and strengthen meaning. In Aristotle's Rhetoric work, which is seen as the work in which the concept of metaphor was first defined, metaphor is defined as the application of a name to something that is not suitable for it, based on the similarity between the word and what is usually named by its first meaning (Erdem, 2003: 12). Metaphor can be thought of as a new and short way of understanding the concept and summarizing the experienced knowledge about that object and concept rather than giving new information about the object or concept it imagines.

The aim of the research is to analyze the perceptions of tourism academics about congresses through the metaphors they use. The reason why metaphors are used is that they allow complex and abstract concepts, which are often difficult to express, to be made more concrete and clear. Lakoff (1993) expressed metaphor as putting forward thoughts related to a concept to be explained with another concept in her/his mind. With a similar approach, Şaban (2005) states that people tend to use metaphorical expressions by establishing relationships with concrete concepts that exist in their minds while defining objects and events with abstract elements. In order to determine the academicians' perceptions about the congresses, they were asked to complete the statements "*Congresses are like... .. for me*" and "*Because*". In this way, it was aimed to reveal the perceptions about congresses by learning the metaphors used by academicians and the reasons for using these metaphors. The collected data were subjected to content analysis in order to reveal the relationships and themes that could explain the concepts.

75% of the participants are men and 25% are women. Most of them (86%) are in the 25-44 age group and have been in academic life for 10 years. It has also been determined that most of them have the title of Phd and Instructor. The metaphors used by the participants were classified according to their themes and attitudinally, and these categories were cross-linked with each other. It is seen that 21 participants evaluated the congress in terms of socializing, 30 participants in terms of scientific knowledge and 5 participants in terms of recreation / entertainment. It can be said that 40 of these evaluations are positive, 6 of them are negative and 10 of them emphasize both positive and negative aspects. All five evaluations made as recreation / entertainment are positive. Considering both positive and negative evaluations, it can be said that congresses are evaluated negatively in terms of accessing / sharing the most scientific information. When metaphors are evaluated in terms of gender, it shows that women attend congresses with the motivation to access scientific knowledge more than men. The metaphor (business dinner) used by only one of the female participants is socializing. Even though other metaphors (information pool, ocean, iceberg, underground notes, business lunch, etc.) used by female participants imagine socialization, they predominantly express positive or negative attitudes towards accessing scientific knowledge. When looking at the description of the business dinner evaluated in the socialization category, the participant stated as follows. "*Although the aim seems to be to contribute to the scientific literature, it is to develop social relations with future anxiety*".

It is noteworthy that although most of the generally used metaphors have positive content, some of them use both positive and negative metaphors. For example, one of the two participants using the Open Buffet metaphor said, *"We want to taste everything with a big appetite, we fill our plate as much as possible, but we can eat very little of it. We encounter many scientific publications like this in congresses, we want to listen to them all, but due to parallel sessions and time constraints, we can attend very few of them"*. When the metaphors used are examined, it is seen that the majority of them have positive attitudes, but metaphors that contain negative attitudes are also used. When the metaphors used are examined, it is seen that the majority of them have positive attitudes, but metaphors that contain negative attitudes are also used.

Congresses are one of the important elements of academic life, as they allow scientists to share and access the information they produce on certain themes, to interact with academics from their own or different fields, to meet with their peers in the academic environment, to take a short trip and rest between busy work tempo. While some academicians attach great importance to congresses for the reasons mentioned, others may think that congresses do not serve the purpose to be reached at the most basic level. It has been observed that academicians evaluate congresses in three different ways: accessing scientific information and sharing scientific information, socializing and having fun. While all of the perceptions about having fun / recreation are positive, it can be stated that there are positive perceptions about sharing and accessing information and socializing as well as negative perceptions and perceptions that can be evaluated as both positive and negative. Although there is a generally positive attitude towards accessing scientific information, there are also negative attitudes. These negative attitudes are expressed as a decrease in quality due to deviation from its real purpose or inadequacy to reach this goal and increase in number. In general, it can be stated that the perceptions about the congress are in the form of socializing and accessing scientific information and sharing scientific knowledge and resting / having fun, but it is seen as problematic especially in terms of the permanence of much information and many relationships in a short time. In order to increase the permanence of the knowledge gained in congresses, it can be ensured that the presentations made in the congress are recorded with audio or video systems and these records can be shared through platforms that only participants can access. Researchers can do a similar study to academicians who participate physically with virtual participation in congresses and examine whether there is a perceptual difference.

Jel Codes: Z30, Z39