

Konaklama İşletmelerinde Sorumlu Turizm Kavramına İlişkin Metaforlar

Seher Gülenç^{1**}  Dönüş Çiçek² 

¹ Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Eskişehir, Türkiye, sehergeyik@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5104-583X

² Anadolu Üniversitesi, Eskişehir Meslek Yüksekokulu, Eskişehir, Türkiye, dcicek@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3690-4442

Öz

Sorumlu turizm, çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan bilinçli davranışları içeren bir yaklaşımdır. Turizm sektöründe karar verici ve uygulayıcı olan yöneticilerin bu kavramı nasıl algıladıkları işletmelerde sürdürülebilirlik politikaları ve sektörün geleceği açısından önem taşımaktadır. Bu çalışmada, konaklama yöneticilerinin sorumlu turizm kavramına ilişkin algılarının metaforlar aracılığıyla belirlenmesi amaçlanmaktadır. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı bu çalışma olgubilim (fenomenoloji) deseni ile yürütülmüştür. Araştırmanın amacına uygun olarak amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada verileri Eskişehir’de faaliyet gösteren konaklama işletmeleri yöneticilerinden yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak toplanmıştır. Araştırma sonucunda 48 otel yöneticisi ile yapılan görüşmeler analiz edilmiştir. Sonuç olarak sorumlu turizmle ilişkin 49 özgün metafor üretildiği, bu metaforların toplamda 55 kez tekrarlandığı tespit edilmiştir. Üretilen metaforlar sekiz kategoride toplanmıştır. Bu kategoriler sürdürülebilirlik, emek ve sorumluluk, memnuniyet, güven, ekonomi, uyum ve koordinasyon, ihtiyaç ve problem çözme şeklinde isimlendirilmiştir. En fazla metaforun üretildiği kategori sürdürülebilirlik kategorisi olurken en az metafor ihtiyaç ve problem çözme kategorisi olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sorumlu Turizm, Sürdürülebilirlik, Metafor Analizi, Konaklama İşletmeleri, Eskişehir

Metaphors Related to the Concept of Responsible Tourism in Accommodation Businesses

Abstract

Responsible tourism is an approach that includes environmentally, economically, and socio-culturally conscious behaviors. How managers, who are decision-makers and implementers in the tourism sector, perceive this concept is important for sustainability policies in businesses and the future of the sector. This study aims to determine the perceptions of accommodation managers regarding the concept of responsible tourism through metaphors. This study, which used a qualitative research method, was conducted with a phenomenological design. As appropriate for the research's purpose, a purposive sampling method was used. In the study, data were collected from managers of accommodation businesses operating in Eskişehir using a semi-structured interview form. The research results analyzed interviews with 48 hotel managers. As a result, it was determined that 49 unique metaphors related to responsible tourism were produced, and these metaphors were repeated a total of 55 times. The generated metaphors have been categorized into eight groups. These categories are named sustainability, labor and responsibility, satisfaction, trust, economy, harmony and coordination, needs, and problem-solving. The category with the most metaphors produced was the sustainability category, while the category with the fewest metaphors was the needs and problem-solving category.

Keywords: Responsible Tourism, Sustainability, Metaphor Analysis, Accommodation Businesses, Eskişehir

Atıf/Citation: Gülenç, S., & Çiçek, D. (2026). Konaklama İşletmelerinde Sorumlu Turizm Kavramına İlişkin Metaforlar. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 79-98. <https://doi.org/10.32572/guntad.1699078>

**Sorumlu yazar e-posta/ Corresponding author e-mail: sehergeyik@anadolu.edu.tr

Araştırma Makalesi

Gönderim: 14.05.2025

Düzeltilme: 21.07.2025

Kabul : 29.09.2025

Telif hakkı: © 2026

Yazar(lar). Bu, Creative

Commons Atıf Lisansı

koşulları altında dağıtılan

açık erişimli bir

makaledir.

Research Article

Received: 14.05.2025

Revision : 21.07.2025

Accepted: 29.09.2025

Copyright: © The author (s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License.

GİRİŞ

Günümüzde yaşanan iklim krizi, doğal kaynakların hızlı tüketimi, sosyo-ekonomik eşitsizliklerin artış göstermesi gibi sorunların çözümüne odaklanan sürdürülebilir kalkınma hedefleri çerçevesinde, işletmelerin çeşitli uygulamaları hayata geçirerek çözüm üretmeye çalıştığı görülmektedir. Bu bağlamda enerji tüketiminin oldukça yoğun olduğu dünyanın en büyük üçüncü sektörü olan turizmde (UNWTO, 2019: 3) farklı yaklaşımların gündeme geldiği ve bu yaklaşımlar doğrultusunda politikalar geliştirildiği görülmektedir. Sürdürülebilir turizm ile yakın bileşenlerden oluşan sorumlu turizm bu yaklaşımlardan biridir. Her iki yaklaşım sürdürülebilir turizmin gelişimi konusunda aynı amacı taşımaktadır. Sürdürülebilirlik, ekolojik denge yaratarak doğal kaynakları en üst düzeye çıkarmak anlamına gelirken, sorumlu turizm, mevcut kaynaklardan ve insan gücünden yararlanarak turizmi daha sorumlu hale getirmektir (Ram & Arun, 2018). Bu anlamda sorumlu turizmin çevre koruma, sosyal adalet ve yerel ekonomik faydaları arttırma gibi amaçlarda sürdürülebilir turizm ile örtüştüğü söylenebilir. Bu yaklaşımların ayrıştığı temel nokta, sorumlu turizmin topluluklara katkı sunarak sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada nasıl bir araç olarak kullanıldığı ile ilgilidir. Diğer taraftan bu yaklaşım bireyleri, örgütleri ve işletmeleri kendi faaliyetleri sonucu oluşabilecek etkilerden sorumlu tutmaktadır (Cape Town Declaration, 2002). Bu anlamda sorumlu turizmin sürdürülebilirliğin sağlanmasında önemli bir araç olduğu ifade edilmektedir (Tuna & Dülger, 2020).

Sorumlu turizm, insanları, bireysel ya da grup halinde turizmin sürdürülebilirliğini sağlama ve devamlı hale getirebilme amacıyla sorumluluk almaya teşvik ve motive eden turizm anlayışıdır (Goodwin, 2011: 30). Avrupa Sürdürülebilir ve Sorumlu Turizm Şartı'nda, sorumlu turizm anlayışının başarıya ulaşmasında sektördeki tüm paydaşların görev ve sorumlulukları olduğuna dikkat çekilmektedir (Aykın, 2018). Bununla birlikte Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) sürdürülebilir turizme paralel olarak sorumlu turizmi de desteklemekte; bu bağlamda özellikle gelişmekte olan destinasyonlarda sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımların benimsenmesi sorumlu hareketlerin önemini ortaya koymaktadır (Güneş, 2020). Dahası 2024-2028 yıllarını kapsayan On İkinci Kalkınma Planında da turizmin olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla turistlerin "sorumlu turizm anlayışı" ile hareket edebilmeleri için bilinçlendirme faaliyetlerinin yürütülmesi gerekliliği üzerinde durulmaktadır (T.C. Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2025). Dolayısıyla bu yaklaşımın başarısında büyük ölçüde sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde sorumlu bireylerin yaygınlaşmasının önemli etkisi olabilmektedir.

Sorumlu turizm sadece korumaya alınan belli bölgelerde değil, herhangi bir turizm işletmesinin bulunduğu bölgeleri de kapsadığından sorumluluk genellikle büyük işletmelere düşmektedir (Cape Town Declaration, 2002). Bu noktada öncelikle sorumlu turizm kavramının net olarak anlaşılması önem arz etmektedir. Alanyazında sorumlu turizm kavramının anlaşılmadığına, sürdürülebilir turizm ile ya benzer anlamda ya da birbirinin yerine kullanıldığına ilişkin bilgiler bulunmakta ve sorumlu

turizme yönelik anlayışın henüz olgunlaşmadığı belirtilmektedir (İşçi & Güzel, 2018). Bu durum sorumlu turizm kavramının konaklama işletmelerinde nasıl algılandığı sorusunu gündeme getirmektedir. Çünkü turizm sektörü içerisinde yer alan konaklama işletmelerinde sorumlu davranışların sergilenmesi önem arz etmekte aksi takdirde ciddi çevre sorunlarına neden olunacağı bilinmektedir (Mensah, 2012).

Turizm alanyazınında sorumlu turizmin farklı şekillerde ele alındığı görülmektedir. Bu bağlamda Z kuşağının (Mutlu, 2024), yerel halkın (Spenceley, Relly, Keyser, Warmeant, McKenzie, Mataboge, Norton, Mahlangu & Seif, 2002) ve turistlerin (Carasuk, 2011; Toprak & Dilek, 2024) sorumlu turizm algılarının incelendiği çalışmaların yanı sıra turizm pazarlaması açısından sorumlu turizm (Hudson & Miller, 2005) kavramını inceleyen çalışmalar da bulunmaktadır. Bu çalışma konaklama işletmeleri yöneticilerinin sorumlu turizm kavramına ilişkin algılarının metaforlar aracılığıyla belirlenmesine odaklanmaktadır.

Dünya kavrayışı için bir düşünce ve görme biçimi olarak ifade edilen metaforlar (Sağlam Arı, 2018), birçok durumda dünyaya bakmanın, dünyayı görmenin, anlamının ve hatta yeniden düzenlemenin bir yolunu temsil etmektedir (Adu-Ampong, 2016). Türk Dil Kurumu (2024) kavramı “mecaz” ile ifade etmekte ve “bir kelimeyi veya kavramı kabul edilenin dışında başka anlamlara gelecek biçimde kullanma” şeklinde açıklanmaktadır. Kavramsal Metafor Kuramının ilk olarak Lakoff ve Johnson tarafından 1980 yılında yayımlanan “Metaphors We Live By” adlı kitapta metaforlar, soyut kavramları anlaşılabilir kılmada kullanılmakta ve sadece dilin bir aracı değil, aynı zamanda insanın kavramsal dizgesinin bir ürünü şeklinde açıklanmaktadır (Aksan, Akkök & Aksan, 2023). En temel anlamıyla bir metafor, bir destinasyonu cennet parçası olarak tanımlamak gibi, bir kavramın bir diğerini temsil etmek için kullanıldığı “yerine geçme” ilişkisidir (Adu-Ampong, 2016).

Antik çağlardan günümüze eğitim, felsefe, psikoloji, dilbilim gibi birçok alanda araştırılan metafor araştırmaları disiplinlerarası düşüncelere açık olan bir kavramdır. Sosyal olguları anlamada metaforlar insanların düşünce yapılarını, deneyimlerini ve anlamlandırma biçimlerini ortaya koymada güçlü araçlardır (Glaser, 1978). Başka bir ifadeyle metaforlar bir görüntünün bir semantik alandan ödünç alınarak, başka alandaki bir niteliği veya özelliği, yeniden tanımladığı söylemsel öğelerdir (Belhassen, 2020). Günümüzde birçok farklı disiplin alanında kullanılan metaforlar inançları, değerleri ve tutumları şekillendirdiğinden insanların algılarını öğrenmede önemli işlevlere sahiptir. Bu yönüyle örgütsel yaşamın doğasının anlaşılmasında da etkili bir şekilde kullanılmaktadır (Çoğaltay & Aras, 2018; Linn, Sherman & Gill, 2007; Pishghadam & Pourali, 2011).

Metaforların turizm araştırmacıları tarafından veri kaynağı olarak yeterince ilgi görmediği belirtilmekle (Koroğlu, Yıldırım & Avcıkurt, 2018) birlikte turizm alanyazın incelendiğinde son yıllarda metafor çalışmalarının arttığı görülmektedir. Bu bağlamda *turizm* (Gün & Kılıç, 2021; Gürsoy & Sonuç, 2020; Oğuzbalaban, 2019; Köşker, 2021; Köşker, 2023), *seyahat* (Özgürel & Baysal, 2020); *sürdürülebilir turizm* (Civelek, 2023), *turist* (Tandoğan & Avşar, 2021); *Türkiye, İstanbul, turizm ve turist rehberi* (Şahin & Bekci,

2020); *turizm ve barış* (Dilek, Dilek & Gümüş, 2016), *Anadolu* (Birkon & Dumanlı, 2024), *turizm mesleği* (Ayaz, Esen & Kılıç, 2020; Üst Can & Solmaz, 2021), *destinasyon* (Ayaz vd., 2020; Düşmezkalender & Erol, 2020; Kayran, 2023; Özoğul, 2020; Soykök & Acun, 2019; Şahin, Tezcan & Bekci, 2018), *kültürel miras* (Günden & Güneren, 2021; Köroğlu vd., 2018; Sarı, Kılıç, Güven & Yaşar, 2020; Yücel & Birdir, 2022), *kadın dostu turizm* (Morçin, 2022) gibi kavramlar metafor analizi ile incelenmiştir. Ancak sorumlu turizm kavramının konaklama işletmeleri çalışanları tarafından nasıl algılandığına ilişkin herhangi bir metaforik çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu açıklamalardan hareketle, konaklama işletmeleri yöneticilerinin sorumlu turizm kavramına ilişkin algılarının metaforlar aracılığıyla belirlenmesi çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışma sonuçlarının sorumlu turizm alanyazınına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Sorumlu Turizm

Sorumlu turizm kavramı ilk olarak Cezayir'in Tamanrasset kentinde gerçekleştirilen alternatif turizm konulu konferansta kullanılmıştır. Bu konferansta alternatif turizm, sosyal olarak sorumlu ve çevreye duyarlı biçimde ele alınmıştır. Sorumlu turizmin ilk kez tanımlanması ise 2002 yılında Cape Town'da gerçekleştirilen Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi'nde gerçekleşmiştir (Chiu, Lee & Chen, 2014; Stanford, 2006). Turizm işletmeleri açısından sorumlu turizm; işletme maliyetlerini azaltması, sorumlu iş uygulamalarına yönelik uluslararası eğilimlerle uyum sağlaması ve sorumlu turizm ürünlerine yönelik artan pazar talebinin karşılanması gibi avantajlar sunmaktadır. Ayrıca bu yaklaşım, müşteriler, çalışanlar ve yatırımcılar üzerinde olumlu etki oluşturmaktadır (Spenceley vd., 2002: 9). Sürdürülebilir gelişim stratejisi kapsamında sorumlu turizmin dikkate alınmasına vurgu yapan Doğal Hayatı Koruma Vakfına göre sorumlu turizm, turistleri tatmin eden, destinasyon çevresini koruyan ya da geliştiren ve destinasyondaki yerel halka fayda sağlayan turizmdir (WWF, 2001).

State & Bulin (2016) yaptıkları çalışma sonucunda sorumlu turizmin, doğal korumanın amacıyla turistik faaliyetlerin çevre üzerindeki olumsuz etkisini en aza indirmenin yanı sıra eğitim, bilgi ve bilgilendirme, yerel kültürün tanıtımı ve ilgili bütün tarafların etik davranışı ile ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Benzer şekilde Cape Town Deklarasyonu (2002) sorumlu turizmi, bir tanımdan çok, yarattığı etkiler açısından ele almaktadır. Buna göre; sorumlu turizm, olumsuz etkileri azaltmanın yanı sıra yerel halk için daha büyük ekonomik faydalar yaratmayı böylece onların refahlarını artırmayı amaçlamaktadır. Bunun yanı sıra, yerel halkın karar alma süreçlerine katılımını teşvik ederken, doğal ve kültürel mirasın korunmasına da katkıda bulunmaktadır. Ayrıca yerel halk ile turistler arasında etkileşim sağlayarak turistik deneyimlerin kültürel, sosyal ve çevresel açıdan daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadır. Bu yaklaşım, herkesin turistik faaliyetlere erişimini destekleyerek kültürel hassasiyet çerçevesinde karşılıklı saygı ve güven ortamı oluşturmayı da hedeflemektedir (Goodwin, 2011).

Sorumlu turizm bir turizm çeşidinden ziyade, bir anlayış ve yönetim stratejisidir. Çünkü sorumlu turizm, çevreye, yerel halka ve yerel ekonomiye yapılacak etki ve sonuçlara yöneliktir (Cape Town Declaration, 2002). Nitekim Hollanda'da kâr gütmeyen bir organizasyon olan Netherlands Government Organization (2011) sorumlu turizmi, olumlu ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkiler meydana getirmek için planlama, yönetim, ürün geliştirme ve pazarlamayı kapsayan bir turizm yönetim stratejisi şeklinde tanımlamaktadır. Benzer durum sürdürülebilir turizm için de geçerlidir. Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP), Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) ve Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret ve Sürdürülebilir Kalkınma Merkezi (ICTSD) sürdürülebilir turizmin özel bir turizm çeşidi olmadığını vurgulamış ve sürdürülebilirlik prensiplerinin turizm sektörünün tamamını kapsaması gerektiğini belirtmişlerdir.

Turizm alanyazını incelendiğinde sorumlu turizmi farklı açılardan inceleyen çalışmalar (Aktaş & Kurgun, 2021; Frey & George, 2010; İşçi & Güzel, 2018; Mathew, 2022; Minghetti & Mingotto, 2014; Mondal & Samaddar, 2022; Ram & Arun, 2018; Stanford, 2006; Toprak & Dilek, 2024) olduğu görülmektedir. Bu bağlamda Frey & George (2010) turizm işletmecilerinin sorumlu turizm uygulamalarına yönelik mevcut tutum ve algılarını araştırdıkları çalışma sonucunda işletme sahiplerinin genel olarak olumlu tutuma sahip olduklarını, işletmelerin yönetim uygulamalarını değiştirmek için zaman ve para harcamadıklarını tespit etmişlerdir. Xin & Chan (2014), sürdürülebilirlik ilkeleri aracılığıyla sorumlu turizm uygulamalarının nasıl içselleştirilebileceği üzerinde durmuş ve sorumluluğun sürdürülebilirlik ilkesinden doğduğunu belirtmiştir. Lee vd., (2017) turistlerin sorumlu seyahate verdikleri önemin, genellikle ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etik sorunlara olan bakış açılarına bağlı olduğunu ifade etmişlerdir. Toprak & Dilek (2024) turistlerin sorumlu turizme ilişkin algılarını incelemişler ve katılımcıların öğrenim durumu ile milliyet değişkenleri açısından anlamlı farklılıklar tespit etmişlerdir. Mutlu (2024) tarafından gerçekleştirilen çalışmada Z kuşağının sorumlu turizmini doğal ve kültürel mirasın korunması, çevreye duyarlılık, sürdürülebilirlik, yerel ekonomiye destek ve sorumluluk bilinci gibi ifadelerle tanımladıkları gözlemlenmiştir. Aylan & Sezgin (2021) turizm paydaşlarının sorumlu turizm algılarının, yaşam kalitesi ve destinasyon rekabetçiliği algılarıyla olan ilişkisini incelemişlerdir. Yazarlar araştırma sonucunda katılımcıların daha çok ekonomik sorumluluk üzerinde durduklarını ayrıca sorumluluğun ağırlıklı olarak hükümette olduğunu ifade ettiklerini, sorumlu turizm ile yaşam kalitesi ilişkisinin zayıf olduğunu belirtmişlerdir.

YÖNTEM

Nitel araştırma yönteminin tercih edildiği bu çalışmada desen olarak olgubilim (fenomoloji) deseni kullanılmıştır. Olgubilim, tanımlayıcı niteliğe sahip, daha çok insanın iç dünyasını ve onların bilinç yapılarını anlamaya çalışan, farkında olunan fakat ayrıntılı bir anlayışa sahip olunamayan olgulara odaklanmakta ve insanların deneyimlerini nasıl anlamlandırdıklarını anlamaya çalışmaktadır (Creswell & Creswell, 2017; Van Manen, 2001). Konaklama işletmeleri yöneticilerinin sorumlu

turizm kavramına ilişkin algılarının metaforlar yoluyla tespit edilmesini amaçlayan bu çalışmada aşağıdaki soruya cevap aranmıştır:

- Konaklama işletmeleri yöneticileri sorumlu turizm kavramını nasıl algılamaktadır ve bu algılar hangi metaforlarla ifade edilmektedir?

Çalışma Grubu

Çalışma Eskişehir’de faaliyet gösteren Kültür ve Turizm Bakanlığı Belgeli Konaklama Tesisleri’nde yönetici konumunda olan katılımcılarla yürütülmüştür. Araştırmanın kapsamını konaklama işletmeleri yöneticilerinin oluşturmasının nedeni turizm sektörü içerisinde yer alan konaklama işletmelerinde sorumlu davranışların sergilenmesinin öneminden kaynaklanmaktadır (Mensah, 2012). Bu noktada, sürdürülebilir kalkınma fikri ile bağlantılı olan sorumlu turizm hareketine katılmak isteyen konaklama işletmelerinin de sürdürülebilir anlayışla yönetilebilmesi için sorumluluk yaklaşımlarını benimsemeleri beklenmektedir (Güneş, 2020). Bir diğer neden ise sorumlu turizm anlayışının teşvik edilmesi noktasında sosyal açıdan sorumlu olan turizm paydaşlarının sektörü daha iyi bir noktaya taşımak adına yönlendirici olabileceğidir (İlban, Gümrükçü & Yıldız, 2023). Eskişehir’de (Odunpazarı ve Tepebaşı) 2024 yılı itibarıyla toplam 35 adet T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Belgeli Konaklama Tesisleri hizmet vermektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Belgeli Konaklama Tesisleri, 2024). Amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleminin (Miles & Huberman, 1994) kullanıldığı bu çalışmada kolay ulaşılabilirlik ve gönüllülük ölçütleri dikkate alınmıştır. Toplam konaklama işletmelerinden ölçütleri karşılayan 22 adet konaklama işletmesi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Veri Toplama Aracı

Araştırma verilerinin toplanmasında araştırmacılar tarafından hazırlanmış olan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Formun ilk bölümünde katılımcıların profiline ilişkin sorular (cinsiyet, yaş, çalışılan departman, eğitim, deneyim) yer almaktadır. İkinci bölümünde ise konaklama işletmeleri yöneticilerinin “Sorumlu Turizm” kavramına ilişkin algılarını belirlemek için katılımcılardan “Sorumlu turizm gibidir/benzer, çünkü” cümlesini tamamlamaları istenmiştir. Burada metaforun konusu ve metaforun kaynağı arasındaki bağın açıklanması için “gibi” kavramı kullanılmaktadır. Ayrıca metaforun kendisinin, tek başına metaforun betimsel ve görsel gücünü yeteri kadar ortaya çıkaramayacağı ve mutlaka “niçin” veya “neden” sorusunun sorulması gerekliliğinden (Yıldırım & Şimşek, 2013) hareketle katılımcıların kendi metaforları için gerekçe sunmalarında “çünkü” kavramına yer verilmiştir.

Verilerin Ayıklanması

Araştırmaya katılım konusunda gönüllü olan konaklama işletmesi yöneticilerinden Ekim 2024 - Ocak 2025 tarihleri arasında yüz yüze ve çevrimiçi ortamlarda veri toplanmıştır. Toplanan veriler analiz edilmeden önce ayıklanmıştır. Katılımcıların doldurdukları toplam 52 adet veri formu araştırmacılar tarafından incelenmiş, eksik

doldurulan dört form değerlendirmeye alınmamıştır. Analizler 48 adet form üzerinden gerçekleştirilmiştir. Elde edilen ve kontrolü yapılan formlar için K1 K48 şeklinde kodlama yapılmıştır.

Veri Analizi

Araştırmada metofoz analizine başvurulmuştur. Araştırılan anlamların nasıl algılandığının anlaşılmasına yardımcı olan metofoz analizi (Ateş, 2018), 1990'lı yıllardan günümüze yönetim ve örgüt araştırmalarında nitel araştırma yöntemi olarak kullanılmaktadır (Sağlam Arı, 2018). Ayrıca metofoz analizi yeni veya karmaşık bir kavram, olay ve olguları bilinen daha basit kavram, olgu veya olay ile açıklanmada etkili analiz olarak değerlendirilmektedir (Güneş & Fırat, 2016). Metofoz analizi yaptıktan sonra, ortaya çıkan metofoz kategorilerinin ne sıklıkta tekrarlandığını görmek, karşılaştırmak ya da sayısal olarak sunmak için içerik analizi de kullanılmaktadır. Araştırmada ayıklanan verilere ayrıca içerik analizi (Strauss & Corbin, 1998) de uygulanmıştır. İçerik analizi bilgi, yeni kavrayışlar, gerçeklerin temsili ve pratik bir eylem rehberi sağlamak amacıyla verilerden bağlamlarına yönelik tekrarlanabilir ve geçerli çıkarımlar yapmak için kullanılan analiz tekniğidir (Elo & Kyngäs, 2008; Krippendorff, 2018). Başka bir açıklama ile içerik analizi, çok kelimeli metinleri açık kodlama kurallarına dayalı olarak daha az içerik kategorisine sıkıştırmak için sistematik, tekrarlanabilir bir teknik olarak da ifade edilmektedir (Stemler, 2001). Bu aşamada araştırmacılar tarafından katılımcıların sorumlu turizm ile ilişkili geliştirdikleri metofozlar listelenmiş ve frekans değerlerine göre tasnif edilerek bir metofoz listesi oluşturulmuştur. Listelenen metofozları her iki araştırmacı belirli kategoriler altında birleştirmiştir. Kategorilerin belirlenmesinde benzerlik ve farklılık tekniğine başvurulmuştur (Glaser & Strauss, 1967).

Geçerlik ve Güvenirlik

Araştırmanın dış geçerliliği için araştırma sürecinde gerçekleştirilen tüm işlemler detaylı bir şekilde açıklanmıştır (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz & Demirel, 2018). Bunun yanı sıra verilerden elde edilen metofozlara ilişkin kodlamalar ve kategoriler bir uzman tarafından doğrulanmıştır. İç geçerliliği (inandırıcılık) arttırmak amacıyla analiz sonucunda elde edilen bulgulara katılımcıların doğrudan alıntılarına yer verilmiştir (Lincoln & Guba, 1985; Patton, 2014). Araştırmanın güvenirliliği için metofozlara ilişkin kodlar sürekli gözden geçirilerek kategoriler oluşturulmuştur. Kod ve kategori listesinde iki araştırmacı tarafından mutabakat sağlandıktan sonra konu ile ilgili bir uzmana başvurulmuştur. Bu aşamada araştırma verilerinden elde edilen metofoz ve kategori listesinin bulunduğu bir form hazırlanmıştır. Uzmanın bu form üzerinde metofozları, kavramsal kategorilerle eşleştirmesi istenmiştir. Daha sonra uzmandan gelen form ile araştırmacılar tarafından oluşturulan form karşılaştırılmıştır. Böylece kodlayıcılar arası uyum sorgulaması yapılmıştır. Nitel araştırmalar için güvenirlilik hesaplarının %80 ve üzerinde çıkması, güvenilir kabul edilmektedir (Guest, Namey & Mitchell, 2012; Miles & Huberman, 1994). Buna göre kodlayıcılar arasındaki güvenirlilik (Görüş birliği/ Görüş birliği +

Görüş ayrılığı $\times 100$) değeri %87 olarak hesaplanmış ve kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmüştür.

BULGULAR

Araştırma verilerinin toplandığı katılımcı profillerine ilişkin bilgiler Tablo 1’de sunulmuştur. Buna göre 48 katılımcıdan %43,8’i erkek %56,2’si kadın katılımcılardır. Yaş ortalaması açısından çoğunluğun (%81,2) 31-50 yaş aralığında ve lisans (%52) mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların büyük bir kısmının (%35,4) görev alanı önbüro departmanıdır. Ancak burada bazı katılımcıların (%16,6) çalıştıkları departmana ilişkin bilgi vermediği tespit edilmiştir. Deneyim açısından bir değerlendirme yapıldığında ise ağırlıklı olarak (%39,5) 15 yıldan fazla deneyime sahip katılımcının olduğu görülmektedir.

Tablo 1. Katılımcı Profili

	n	%		n	%
Cinsiyet			Departman		
Kadın	21	43,8	Önbüro	17	35,4
Erkek	27	56,2	Kat Hizmetleri	9	18,7
Toplam	48	100	Yiyecek İçecek	7	14,5
Yaş			Muhasebe/Finans	1	2
18-30 yaş	5	10,4	Genel Müdür	3	6,2
31-50 yaş	39	81,2	Satış Pazarlama	3	6,2
51-64 yaş	4	8,3	Belirtmeyen	8	16,6
Toplam	48	100	Toplam	48	100
Eğitim			Deneyim		
Lise	9	18,7	1-5 yıl	5	10,4
Önlisans	8	16,6	6-10 yıl	11	22,9
Lisans	25	52	1-15 yıl	13	27
Yüksek Lisans	6	12,5	15 yıldan fazla	19	39,5
Toplam	48	100	Toplam	48	100

Sorumlu turizm kavramına ilişkin geliştirilen metaforlar incelendiğinde (Tablo 2), katılımcılar tarafından 49 özgün metafor üretildiği, bu metaforların toplamda 55 kez tekrarlandığı tespit edilmiştir. Bazı katılımcılar birden fazla metafor kullanmışlardır.

Tablo 2. Sorumlu Turizm Kavramına İlişkin Geliştirilen Metaforlar

Sıra no	Metafor	N	Sıra no	Metafor	N
1	Ağaç	1	26	Güvenli ev	2
2	Aile	2	27	Huzur	1
3	Anne kucacı	1	28	İnternet	1
4	Aşı	1	29	Koruyucu kalkan	1
5	Atık yönetimi	1	30	Kültür elçisi	1
6	Bacasız sanayi	1	31	Kültür koruma	1
7	Bebek	1	32	Kültürel duyarlılık	1
8	Bebek bakımı	1	33	Değişik kültürü tanıma	1
9	Bilinçli insan	1	34	Lezzetli ve başarılı bir yemek	1
10	Bumerang	1	35	Londra flarmoni orkestrası	1
11	Çevre bilinci	1	36	Matematik	1
12	Çevre dostu ulaşım	1	37	Meyve veren ağaç	1
13	Çınar ağacı	1	38	Müşteri memnuniyeti	1
14	Çocuk	2	39	Orman	1
15	Denge	1	40	Öğün	1
16	Değer bilme	1	41	Panda	1
17	Deniz	1	42	Saygı	1
18	Doğal kaynakları koruma	2	43	Saygılı insan	1
19	Doktor	1	44	Tarım arazisi	1
20	Ebeveyn	1	45	Tarihi koruma	1
21	El işçiliği	1	46	Tekrarı sağlama	1
22	Farkındalık	1	47	Tiyatro	1
23	Fidan	1	48	Var olma	1
24	Güneş	1	49	Yerli malı	1
25	Geri dönüşüm	3	<i>Toplam</i>		55

Katılımcıların sorumlu turizm kavramına ilişkin ürettikleri metaforlar benzerlik ve farklılıkları dikkate alınarak kategorilere ayrılmıştır. Bu kategoriler sekiz başlık altında (sürdürülebilirlik, emek ve sorumluluk, memnuniyet, güven, ekonomi, uyum ve koordinasyon, ihtiyaç ve problem çözme) toplanmıştır (Tablo 3).

Tablo 3. Sorumlu Turizm Kavramına İlişkin Geliştirilen Metaforların Kategorilere Göre Dağılımı

Kategori	Metaforlar	Metafor Sayısı	f
Sürdürülebilirlik	Ağaç (1), Atık yönetimi (1), Bumerang (1), Çevre bilinci (1), Çevre dostu ulaşım (1), Deniz (1), Değer bilme (1), Değişik kültürleri tanıma (1), Doğal kaynakları koruma (2), Ebeveyn (1), Farkındalık (1), Geri dönüşüm (3), Güneş (1), Koruyucu kalkan (1), Kültürü koruma (1), Kültürel duyarlılık (1), Meyve veren ağaç (1), Panda (1), Tarih koruma (1), Tekrarı sağlama (1), Var olma (1), Saygılı insan (1), Orman (1), Tarım Arazisi (1)	24	27
Emek ve Sorumluluk	Bebek (1), Bebek bakımı (1), Çocuk (2), El işçiliği (1), Fidan (1), Bilinçli insan (1)	6	7
Memnuniyet	Doktor (1), İnternet (1), Kültür elçisi (1), Müşteri memnuniyeti (1), Saygı (1), Tiyatro (1)	6	6
Güven	Aile (2), Anne kucağı (1), Aşı (1), Güvenli ev (2), Huzur (1)	5	7
Ekonomi	Bacasız sanayi (1), Çınar ağacı (1), Yerli malı (1)	3	3
Uyum ve Koordinasyon	Denge (1), Lezzetli ve başarılı bir yemek (1), Londra Filarmoni Orkestrası (1)	3	3
İhtiyaç	Öğün (1)	1	1
Problem çözme	Matematik (1)	1	1
Toplam		49	55

Sürdürülebilirlik Açısından Sorumlu Turizm

Sorumlu turizm kavramına ilişkin metaforlar incelendiğinde en fazla (24) sürdürülebilirlik kategorisinde metafor üretildiği tespit edilmiştir. Bu metaforlar; ağaç, atık yönetimi, bumerang, çevre bilinci, çevre dostu ulaşım, deniz, değer bilme, değişik kültürleri tanıma, doğal kaynakları koruma, ebeveyn, farkındalık, geri dönüşüm, koruyucu kalkan, kültürü koruma, kültürel duyarlılık, meyve veren ağaç, panda, tarih koruma, tarım arazisi, tekrarı sağlama, var olma, saygılı insan, orman, güneş şeklindedir. Geri dönüşüm metaforu üç kez üretilirken, doğal kaynakları koruma iki, diğer metaforlar bir kez üretilmiştir. Katılımcılar tarafından üretilen bu metaforların ortak noktası insanların yaptıkları eylemlerin bir şekilde geri döneceği ve gelecek nesillere vurgu yapıyor olmasıdır. Örneğin;

Sorumlu turizm koruyucu kalkan gibidir. Çünkü turizme hizmet eden bütün aktörleri (destinasyon, kültürel miraslar gibi) gelecek nesillere aktarmaya yardımcı olur (K16).

Bu metaforlar incelendiğinde katılımcıların en fazla ekolojik sürdürülebilirlik (çevre dostu ulaşım, geri dönüşüm, doğal kaynakları koruma, deniz, panda, atık yönetimi vb.) ile ilişkili metaforlar ürettikleri görülmüştür. Bu metaforlara ilişkin katılımcı ifadelerine aşağıda verilmiştir:

Sorumlu turizm doğal kaynakları korumak, atık yönetimini yapmak ve çevre dostu ulaşım seçeneklerini teşvik etmektir. Çünkü gelecek nesillere sürdürülebilir bir çevre bırakmaktır (K1)

Sorum turizm geri dönüşüm gibidir. Bizden sonraki kuşaklara temiz bir dünya bırakır (K8)

Sorumlu turizm çevre bilinci gibidir, çünkü denizler, yaşanan ortam, sağlık, sürdürülebilirlik açısından önemlidir (K31).

Sorumlu turizm farkındalık gibidir, çünkü işin doğa koruma hedef ve planını devreye sokar. Atık olarak çıkan çöplerin ilgili kategoriye göre ayrışımı yapılarak milli olarak tasarruf etmiş oluruz. Tek kullanımlık ürün çeşitliliğini azaltarak, su tasarrufu için mümkün olan yıkama sayısını azaltarak, deterjan tüketimini en az seviyeye indirerek sulara karışan kimyasal oranı azaltılmış oluruz ve sulara yaşayan hayvanlara kadar sağlık açısından birçok fayda sağlanmış olur. Enerji tüketiminde ise klima kullanımı için bir bilgilendirme yapılarak ve insanlar bilinçlendirilebilir (K44)

Katılımcıların sürdürülebilirliğin sosyal boyutu (kültür koruma, kültürel duyarlılık, kültürü tanıma, tarih) ile ilişkili metaforlar oluşturduğu da ulaşılan bulgulardandır:

Sorumlu turizm değişik kültürleri tanımak gibidir var olan değerleri koruma da önemli bir faktördür (K13)

Sorumlu turizm kültürel duyarlılık gibidir, çünkü insanlar için her zaman turizm faaliyetleri vazgeçilmezdir. Turizm faaliyetlerini en iyi şekilde yerine getirebilmek için kültürel miraslarımızı çevremizdeki doğal yaşamı, tarihimizi koruyup sürdürülebilir bir sorumluluk anlayışı içinde olmalıyız (K39).

Emek ve Sorumluluk Açısından Sorumlu Turizm

Emek ve sorumluluk kategorisi en fazla metafor üretilen ikinci kategoridir. Bu kategoride katılımcılar (7) sorumlu turizmi emek ve sorumluluk gerektiren sekiz metafor (aile, bebek, bebek bakımı, çocuk, el işçiliği, fidan, bilinçli insan) üzerinden ifade etmişlerdir. Çocuk metaforu iki kez kullanılırken, diğer metaforlar bir kez kullanılmıştır. Bu metaforlardaki ortak özellik, bir şeyin büyüyerek gelişmesine, sonucun güzel olması için emek harcanmasına ve sorumluluk alınmasına dikkat çekilmesidir:

Sorumlu turizm bebeğe bakmaya benzer. Sürekli emek vermek gerekir (K9)

Sorumlu turizm el işçiliğine benzer. İlmek ilmek emeğini dokursun ve karşısına geçip zevkle izleyebilirsin (K2)

Sorumlu turizm saygılı ve bilinçli bir insana benzer, çünkü tatile çıkacağımız zaman gideceğimiz yerin ibadet mekanları, özel mülkiyet, doğaya ve çevreye karşı bilinçli olup araştırma yaparız. Ona göre kendimizi ayarlarız (K43)

Memnuniyet Açısından Sorumlu Turizm

Katılımcılar memnuniyet kategorisinde altı metafor üretmişlerdir. Bunlar; doktor, internet, kültür elçisi, müşteri memnuniyeti, saygı, tiyatro metaforlardır. Metaforların ortak özelliği memnuniyetin sağlanmasındaki unsurlara vurgu yapıyor olmasıdır:

Sorumlu turizm internet ve doktor gibidir, çünkü hizmet sektöründe çalışmak çok zor bunu kabullenmek müşterilerin taleplerini her an karşılamak için bilinç içerisinde olunmalıdır. 24 saat misafir taleplerini karşılamak zorundadır (K46).

Sorumlu turizm tiyatro gibidir, çünkü herkes işini iyi yaparsa sahnemiz, turizm çevremizde başarılarla tanıklık eder, temiz kalır, insanlar memnun kalır. Herkes üstüne düşen rolü oynamaktadır (K40).

Güven Açısından Sorumlu Turizm

Güven kategorisinde altı katılımcı tarafından beş metafor üretilmiştir. Bu kategoride yer alan güvenli ev metaforu iki kez, aile, anne kucağı, aşı ve huzur metaforları bir defa üretilmiştir.

Sorumlu turizm anne kucağı gibidir. Çünkü turizm faaliyetlerine katılan kişinin tüm sorumlulukları turizmcilere emanettir (K5).

Sorumlu turizm bir aşıya benzer, çünkü insanları iyileştirir, kendilerini iyi ve güvende hissetmelerini sağlar (K16).

Ekonomik Açısından Sorumlu Turizm

Katılımcıların sorumlu turizm ile ilgili ekonomi kategorisinde üç (bacasız sanayi, çınar ağacı, yerli malı) metafor ürettikleri tespit edilmiştir. Bu kategorideki metaforların ortak özelliği, sorumlu turizmin olumlu ekonomik katkısı ve bunun güçlü temellere oturtulmasına vurgu yapılmasıdır.

Sorumlu turizm bacasız sanayi gibidir, çünkü turizm canlanır, bulunulan yörenin özellikleri, ekonomisi pozitif yönde ivmelenir ve de korunur (K47).

Sorumlu turizm çınar ağacı gibidir. Çünkü geçmişten günümüze ekonominin kalbidir (K17).

Sorumlu turizm yerli malı kullanmak gibidir, çünkü hem ekonomi hem üretim anlamında ülkeye destek olmaktır (K34).

Uyum ve Koordinasyon Açısından Sorumlu Turizm

Katılımcılar bu kategoride sorumlu turizmin uyum ve koordinasyon özelliğine vurgu yaparak üç farklı (lezzetli ve başarılı bir yemek, Londra Filarmoni Orkestrası ve denge) metafor üretmişlerdir:

Sorumlu turizm Londra Filarmoni Orkestrası gibidir, çünkü büyük bir orkestrada birbirinden bağımsız gibi görünen enstrümanların uyumlu bir şekilde beraber hareket etmesi ve doğru yönetilmesi gerekir. Orkestranın dış görüntüsü ve atmosfer temiz ve şık olmalıdır. Enstrümanlar farklı olsa da odak noktası insandır, kaliteli ve güzel eserlerin çıkması için devamlı eğitim, tekrar ve motivasyon gerekir. İşin içine hayal gücü ve disiplini ilave ederseniz sorumlu turizme ulaşırsınız (K35).

Sorumlu turizm; kaliteli malzeme, doğru ekipman ve kalifiye elemanla hazırlanmış lezzetli ve başarılı bir yemek gibidir. Çünkü bunlardan herhangi biri eksik olursa kötü bir deneyim yaşamınıza sebep olabilir (K4).

İhtiyaç Açısından Sorumlu Turizm

Katılımcılar ihtiyaç kategorisinde hayati bir önem taşıması, belli aralıklarla tekrar eden bir rutini ifade etmesi ve temel yaşamsal bir özellik olması ile ilişkilendirerek öğün metaforunu üretmişlerdir:

Günlük alışkanlıklarımız olan kahvaltı, öğle ve akşam yemeği gibi temel ihtiyaçlarımızı karşılamakla zorunlu olduğumuz bir ürün haline gelmiştir. Turizm her yıl hevesle en az bir kez olmak üzere yapılması zorunlu hale gelmiştir yani temel ihtiyaçtır (K24).

Problem Çözme Açısından Sorumlu Turizm

Problem çözme kategorisinde ise sorumlu turizm matematik metaforu ile ilişkilendirilmiştir:

Sorumlu turizm matematik gibidir, çünkü ne kadar karışsa da tüm olaylar sonunda illa bir çözümü mutlaka olacaktır (K29).

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, konaklama işletmeleri yöneticilerinin sorumlu turizm kavramına ilişkin algılarının metaforlar aracılığıyla belirlenmesi amaçlanmıştır. Katılımcılar (48) tarafından üretilen 49 farklı metaforun, sorumlu turizmi tek bir kavramdan ziyade birbirinden farklı kavramlarla ilişkilendirdikleri tespit edilmiştir. Bu bağlamda konaklama işletmeleri yöneticilerinin sorumlu turizm algılarına ilişkin üretilen metaforlar sürdürülebilirlik, emek ve sorumluluk, memnuniyet, güven, ekonomi, uyum ve koordinasyon, ihtiyaç ve problem çözme olmak üzere toplam sekiz kategori altında incelenmiştir.

Araştırma bulgularına göre kategoriler incelendiğinde konaklama işletmeleri yöneticileri en fazla sürdürülebilirlik kategorisinde metafor üretmişlerdir. Sürdürülebilirlik açısından metaforların gerekçeleri gelecek nesillere sürdürülebilir bir çevre bırakılması, sürdürülebilir bir anlayışla kültürel mirasın ve tarihin korunması, atık yönetimi, su tasarrufu ve enerji verimliliğin sağlanması ile ilişkilendirilmiştir. Araştırma sonuçları Ram & Arun (2018: 2622) ile İlban vd., (2023) çalışmalarını destekler niteliktedir. Söz konusu çalışmalarda yazarlar sürdürülebilir turizm ve sorumlu turizm kavramlarının amaçlarının ortak olduğunu, sürdürülebilir turizm için sorumlu turizmin önemli bir kavram olduğunu ve bu bağlamda tüm paydaşların sorumluluk alması gerektiği vurgulanmaktadır. Benzer şekilde Mutlu'nun (2024) çalışmasında sorumlu turizmin, doğal ve kültürel mirasın korunması, çevreye duyarlılık, sürdürülebilirlik, yerel ekonomiye destek ve sorumluluk bilinci gibi ifadelerle tanımlandığı görülmüştür. Bu durum katılımcıların sürdürülebilir turizm ile sorumlu turizm kavramlarına ilişkin benzer algılara sahip olduklarını açıklamaktadır.

Emek ve sorumluluk kategorisinde üretilen metaforlar emek gerektiren, destinasyonların yerel kültürüne ve özgün kimliğine saygı ile ilgilidir. Bu metaforlardaki ortak özelliğin, sonuçlardaki başarının verilen emekle ilişkili olduğuna dair düşüncelerdir. Burada yöneticilerin sorumlu turizmin emek isteyen bir anlayış olduğunun farkında oldukları çıkarımı yapılabilir.

Memnuniyet kategorisinde üretilen metaforların gerekçesi turizmin bir hizmet sektörü olması ve müşteri taleplerinin karşılanması ile ilgilidir. Günümüzdeki müşterilerin kaynak kullanımı konusundaki artan hassasiyeti dikkate alındığında, yöneticilerin bu duyarlılığı dikkate alarak, tıpkı bir tiyatro oyuncusunun rolünü benimsemesi gibi sorumluluklarını bilinçli bir şekilde yerine getirdikleri söylenebilir. Nitekim Lee vd., (2017) turistlerin sorumlu seyahate verdikleri önemin, genellikle ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etik sorunlara yönelik bakış açılarına bağlı olduğunu ifade etmektedir.

Güven kategorisinde üretilen metaforlar ise bireylerin kendini güvende ve iyi hissetmeleri ile ilişkilidir. Bu durum Goodwin'in (2011) çalışmasında belirtilen sorumlu turizm, turistler, tur operatörleri ve destinasyon yöneticileri olmak üzere tüm paydaşların eylemleri için sorumluluk almaları gerekliliğini desteklemektedir.

Ekonomi kategorisinde üretilen metaforların gerekçeleri sorumlu turizmin bacasız sanayi olarak ekonomiye olumlu katkı sunması, üretim anlamında ekonominin kalbi olarak nitelendirilmesi ile ilişkilendirilmiştir. Burada yöneticiler sorumlu turizmin çevre ve yerel halk üzerine etkilerinin yanı sıra yerel ekonomiye yaptığı etki ve sonuçlara yönelik metaforlar üretmişlerdir. Bu durum Spenceley'nin (2008) sorumlu turizmin, istihdam olanakları yaratması, yerel işletmeleri desteklemesi ve turizm gelirinin daha büyük bir kısmının destinasyon içinde kalmasını sağlaması şeklinde yerel ekonomik kalkınmaya katkıda bulunduğu görüşünü destekler niteliktedir.

Uyum ve koordinasyon kategorisinde üretilen metaforların gerekçeleri incelendiğinde, turizm sektöründeki iç ve dış paydaşların uyumlu bir şekilde hareket etmesine ve iyi bir yönetime işaret etmektedir. Dodds & Butler (2010) çalışmasında sorumlu turizm hedeflerinin uyumlu olmasını sağlamak için paydaşlarla (devlet kurumları, özel sektör, yerel topluluklar vb.) işbirliği gerektirdiğine dikkat çekmektedir. Özellikle entegre planlama ve paydaş iş birliğinin eksikliği, sürdürülebilir ve sorumlu turizm sonuçlarına ulaşmanın önünde engel olarak gösterilmektedir. Bu yaklaşım bireyleri, örgütleri ve işletmeleri kendi faaliyetleri sonucu oluşabilecek etkilerden sorumlu tutmaktadır (Cape Town Declaration, 2002).

Sorumlu turizmin daha önce belirtildiği gibi birçok yönden olumlu etkileri bulunmaktadır. Ancak bu olumlu etkilerin yaratılmasında emek, sorumluluk, koordinasyon ve iyi yönetim önemli ölçütlerdir. Bütün bunlar sorumlu turizmin çok boyutlu, çok paydaşlı, uygulaması bazen zor olan doğası ile ilişkilendirilebilir. Çünkü tüm paydaşlar için davranış değişikliği yaklaşımın temel gereksinimidir. Diğer taraftan sorumlu turizm birçok sorunun (çevre kirliliği, yerel kültüre saygı vb.) çözümünde de kolaylaştırıcı bir yaklaşımdır. Dolayısıyla katılımcıların sorumlu turizmin çözüm üretebilme kapasitesini dikkate alarak metafor ürettikleri söylenebilir.

Bu bağlamda oluşturulan ihtiyaç ve problem çözme kategorileri doğrultusunda, sorumlu turizm hem ihtiyaç boyutunda temel bir zorunluluk hem de problem çözme boyutunda etkili bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir.

Sonuç olarak bu araştırmada alanyazında belirtildiği gibi sorumlu turizmin sürdürülebilir turizm ile genellikle aynı anlamda algılandığı söylenebilir. Ancak konaklama işletmeleri yöneticileri, sorumlu turizmin topluluklara fayda sağlayarak sürdürülebilir kalkınmayı desteklemesi ve tüm paydaşların faaliyetlerinin olası etkilerinden sorumlu olması yönünde metaforlar ürettikleri ifade edilebilir. Bu bağlamda, çalışma teorik olarak sorumlu turizm algılarının çeşitliliğini ortaya koymakta ve bu anlamda alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırma, yöneticiler ve politika yapıcılar için sorumlu turizmin farklı algılanış biçimlerini anlamanın önemine de dikkat çekmektedir. Bu farklı algılar özellikle sürdürülebilirlik politikalarının geliştirilmesi, yönetici eğitimlerinin içeriklerinin zenginleştirilmesi açısından yol gösterici olabilir. Ayrıca sektördeki paydaşların ortak bir sorumlu turizm anlayışı oluşturabilmesi için farkındalık çalışmalarına ihtiyaç duyulduğunu da vurgulamaktadır.

Bu çalışmanın sınırlılıkları, Eskişehir’de hizmet veren Kültür ve Turizm Bakanlığı Belgeli konaklama işletmelerini kapsamaması ve sorumlu turizm kavramına odaklanmasıdır. Daha sonraki çalışmalarda farklı bir destinasyon ve farklı turizm işletmesi seçilebilir. Ayrıca işletme dışında olan diğer paydaşların algıları da değerlendirilebilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederiz.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

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

Etik Kurul Onayı: Anadolu Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulundan 24.09.2024 tarih ve 782684 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Yapay Zekâ Kullanımı: Yazar(lar) bu makalede yapay zekâ programlardan yararlanmadıklarını beyan etmiştir.

Veri Kullanılabilirlik Beyanı: Araştırma verileri paylaşılmamıştır.

KAYNAKÇA

- Adu-Ampong, E. (2016). A metaphor analysis research agenda for tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 57, 248-250. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.12.013>
- Aksan, Y., Akkök, E. A., & Aksan, M. (2023). Kavramsal metafor kuramının temel kavramları ve kuramdaki gelişmeler. YA, E. Arıca Akkök, & M. Aksan (Ed), *Kavramsal metafor ve metonimi üzerine uygulamalar* (ss 1-17) içinde, (1. Baskı). Toros Üniversitesi Yayınları.
- Aktaş, E., & Kurgun, A. (2021). Sorumlu turizm yaklaşımı ile turistik destinasyonların gelişimi: Foça örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(4), 1671-1708. <https://doi.org/10.16953/deusosbil.975564>
- Ateş, Ö. (2018). Öğretmen adaylarının pedagojik formasyon eğitimi sertifika programı ve öğretmenlik mesleğine yönelik algıları. *Electronic Turkish Studies*, 13(27), 123-141. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.14617>
- Ayaz, N., Esen, F. Ö., & Kılıç, B. (2020). Turist rehberi adaylarının Marmaris destinasyon imajı algılarının metafor yoluyla incelenmesi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(4), 1511-1526. <https://doi.org/10.21547/jss.757185>
- Aykın, S. M. (2018). Avrupa Birliği'nde sürdürülebilir ve sorumlu turizm uygulamaları ve Türkiye. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 153-170.
- Aylan, F. K., & Sezgin, M. (2021). Sorumlu turizmin destinasyon rekabetçiliği ve yerel halkın yaşam kalitesi ile ilişkisinin incelenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(2), 207-227.
- Belhassen, Y. (2020). Metaphors and tourism paradoxes. *Tourism Management*, 79, 104095. <https://doi.org/10.35674/kent.1352326>
- Birkon, İ., & Dumanlı, Ş. (2024). Turist rehberi adaylarının "Anadolu" kavramına yönelik metaforik algıları. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 196-215. <https://doi.org/10.32572/guntad.1353158>
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2018). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (25. baskı). Pegem Akademi.
- Cape Town Declaration (2002). *Responsible tourism in destinations*. <https://responsibletourismpartnership.org/cape-town-declaration-on-responsible-tourism/#>
- Carasuk, R. (2011). *Responsible tourism qualmark accreditation: A comparative evaluation of tourism businesses and tourists' perceptions*. Land Environment and People Research Report No. 19, Lincoln University, Canterbury, New Zealand.
- Chiu, Y. T. H., Lee, W. I., & Chen, T. S. (2014). Environmentally responsible behavior in ecotourism: Antecedents and implications, *Tourism Management*, 40, 321-329. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.06.013>
- Civelek, M. (2023). Turizm eğitimi alan öğrencilerin sürdürülebilir turizme ilişkin metaforlarının analizi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13(2), 1025-1038. <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1269730>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. (3rd edition). Sage Publications.

- Çoğaltay, N., & Aras, Z. N. (2018). Öğretmen adaylarının öğretmen atamalarında kullanılan sözlü sınava ilişkin algıları: Metafor analizi örneği. *BEÜ SBE Dergisi*, 7(1), 211-230.
- Dilek, N. K., Dilek, S. E., & Gümüş, M. (2016). Otel çalışanlarının turizm ve barış ilişkisine yönelik metaforik algıları. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 6(2/1), 1-15.
- Dodds, R., & Butler, R. (2010). Barriers to implementing sustainable tourism policy in mass tourism destinations. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 5(1), 35-53.
- Düşmezkalender, E., & Erol, G. (2020). Kapadokya'ya yönelik algılar: Bir metafor analizi. *Turkish Studies-Social Sciences*, 15(1), 261-276. <https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.39760>
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107-115. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x>
- Frey, N., & George, R. (2010). Responsible tourism management: The missing link between business owners' attitudes and behaviour in the Cape Town tourism industry. *Tourism Management*, 31(5), 621-628.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research. Aldine
- Glaser, B. G. (1978). *Theoretical sensitivity*. Sociology Press.
- Goodwin, H. (2011). *Taking responsibility for tourism*. Goodfellow Publishers.
- Guest, G., Namey, E. E., & Mitchell, M. L. (2012). *Collecting qualitative data: A field manual for applied research*. Sage Publications.
- Gün, S., & Kılıç, G. D. (2021). Siirt'te yaşayan yerel halkın turizm dönük metaforik algısı. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 2653-2665. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.891>
- Günden, B., & Güneren, E. (2021). Yükseköğrenim gören bireylerin somut kültürel mirasa yönelik tutumları ile kültürel miras kavramına ilişkin metaforik algıları üzerine bir çalışma [Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi]. <https://acikerisim.nevsehir.edu.tr/bitstream/handle/20.500.11787/5439/BURCU%20GC3%9CNDEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Güneş, A., & Fırat, M. (2016). Açık ve uzaktan öğrenmede metafor analizi araştırmaları. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 115-129.
- Güneş, S. G. (2020). Sorumlu turizm. S. G. Güneş ve S. Ö. Akgül (Ed). *Sorumlu turizm* (ss. 3-45) içinde. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Gürsoy, İ. T., & Sonuç, N. (2020). Turizm ve kültür: Lise ve üniversite öğrencilerinin algılarına ilişkin metafor analizi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 15(23), 1809-1828. <https://doi.org/10.26466/opus.633139>
- Hudson, S., & Miller, G. A. (2005). The responsible marketing of tourism: The case of canadian mountain holidays. *Tourism Management*, 26(2), 133-142.
- İlban, M. O., Gümrükçü, S., & Yıldız, N. (2023). Sürdürülebilir turizm çalışmalarında sorumlu turizm. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 7(1), 201-210. <https://doi.org/10.32958/gastoria.1245896>

- İşçi, C., & Güzel, B. (2018). İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri bakış açısıyla sorumlu turizm. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 10(2), 11-25.
- Kayran, S. C. Ş. (2023). Turizm eğitimi alan öğrencilerin Halfeti destinasyonuna yönelik algılarının metafor yoluyla incelenmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 530-550. <https://doi.org/10.32572/guntad.1273447>
- Köroğlu, Ö., Yıldırım, H. U., & Avcıkurt, C. (2018). Kültürel miras kavramına ilişkin algıların metafor analizi yoluyla incelenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(1), 98-113.
- Köşker, H. (2021). Ahlat halkının Ahlat ve turizm kavramına yönelik metaforik algıları. *Yüzyüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 53, 419-438. <https://doi.org/10.53568/yyusbed.1003700>
- Köşker, H. (2023). Üniversite eğitimi alan yabancı öğrencilerin Türkiye ve turizm kavramına yönelik metaforik algıları. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(1), 573-588. <https://doi.org/10.11616/asbi.1218988>
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th edition). Sage Publications.
- Lee, H. Y., Bonn, M. A., Reid, E. L., & Kim, W. G. (2017). Differences in tourist ethical judgment and responsible tourism intention: An ethical scenario approach. *Tourism Management*, 60, 298-307. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.12.003>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage.
- Linn, G. B., Sherman, R., & Gill, P. B. (2007). Making meaning of educational leadership: The principalship in metaphor. *NASSP Bulletin*, 91(2), 161-171. <https://doi.org/10.1177/0192636507302095>
- Mathew, P. V. (2022). Sustainable tourism development: Discerning the impact of responsible tourism on community well-being. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(5), 987-1001.
- Mensah, I. (2012). Environmental education and environmentally responsible behavior: The case of international tourists in Accra Hotels. *International Journal of Tourism Sciences*, 12(3), 69-89. <https://doi.org/10.1080/15980634.2012.11434664>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd edition). Sage Publications.
- Minghetti, V., & Mingotto, E. (2014). Responsible tourism. *Responsible Tourism and CSR: Assessment Systems for Sustainable Development of SME in Tourism*, 3-13.
- Mondal, S., & Samaddar, K. (2022). Responsible tourism towards sustainable development: Literature review and research agenda. *Trends in Asia Pacific Business and Management Research*, 85-122. <https://doi.org/10.1080/13602381.2021.1857963>
- Morçin, S. E. (2022). Kadın dostu turizm kavramına yönelik bir metafor analizi (A metaphor analysis on the concept of women-friendly tourism). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(2), 1399-1414. <https://doi.org/10.21325/jotags.2022.1049>
- Mutlu, H. G. (2024). Z kuşağının sorumlu turizme bakış açıları ve seyahat davranışları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 21(3), 492-507. <https://doi.org/10.24010/soid.1474224>

- Oğuzbalaban, G. (2019). Karadeniz Ereğli' de yaşayan yerel halkın "turizm" kavramına ilişkin algılarının metaforlar yardımıyla analizi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(4), 2566-2581. <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.487>
- Özgürel, G., & Baysal, K. (2020). Turist rehberliği önlisans öğrencilerinin "seyahat olgusuna" ilişkin algılarının metafor yöntemi ile analizi. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(63), 3917-3935. <https://doi.org/10.26450/jshsr.2208>
- Özoğul, G. (2020). Metaforlarla şehri anlamak: Önlisans öğrencilerinin Selçuk'a (İzmir) yönelik metaforik algılarının incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 23(1), 1-11. <https://doi.org/10.29249/selcuksbmyd.600007>
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice*. Sage publications.
- Pishghadam, R., & Pourali, S. (2011). Metaphorical analysis of Iranian ma university students' beliefs: A qualitative study. *Higher Education Studies*, 1(1), 27-37. <https://doi.org/10.5539/hes.v1n1p27>
- Ram, D., & Arun, K. (2018). Responsibility of responsible tourism in achieving sustainability: A Kerala model. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 119(12), 2617-2631.
- Sağlam Arı, G. (2018). *Söylenmeyenleri duymak: Yönetim araştırmalarında metafor analizi*, Gülcan, B. ve Sağlam Arı, G. (Ed) içinde, Prof. Dr. Erkan Öngel'e armağan çok disiplinli çalışmalar. Detay Yayıncılık.
- Sarı, C., Kılıç, A. F., Güven, S., & Yaşar, H. B. (2020). Üniversite öğrencilerinin kültürel miras kavramına ilişkin algılarının metafor analizi yoluyla incelenmesi. *International Journal of Current Approaches in Language, Education and Social Sciences*, 2(1), 334-353. <https://doi.org/10.35452/caless.2020.16>
- Soykök, B., & Acun, A. (2019). Bursa Uludağ Üniversitesi İznik Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin İznik ile ilgili metaforları. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 596-611. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.180>
- Spenceley, A. (2008). *Responsible tourism: Critical issues for conservation and development*. Earthscan.
- Spenceley, A., Relly, P., Keyser, H., Warneant, P., McKenzie, M., Mataboge, A., Norton, P., Mahlangu, S., & Seif, J. (2002). *Responsible tourism manual for South Africa, department for environmental affairs and tourism*, July 2002. Responsible Tourism Manual for South Africa.
- Stanford, D. (2006). Responsible tourism, responsible tourists: What makes a responsible tourist in New Zealand, [Doktora Tezi, Victoria Üniversitesi], https://openaccess.wgtn.ac.nz/articles/thesis/Responsible_Tourism_Responsible_Tourists_What_Makes_a_Responsible_Tourist_in_New_Zealand_/16934758?file=31330567
- State, O., & Bulin, D. (2016). Aspects of responsible tourism? A quantitative approach, *Amfiteatru Economic Journal*, 18(10), 781-797.
- Stemler, S. (2001). An overview of content analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 7(17), 1-6. <https://doi.org/10.7275/z6fm-2e34>

- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research*. Sage Publications.
- Şahin, S., & Bekci, M. (2020). Turistlerin Türkiye, İstanbul, turizm ve turist rehberi ile ilgili metaforik algıları. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(43), 583-611.
- Şahin, S., Tezcan, A. E., & Bekci, M. (2018). Yerli turistlerin Türkiye, İstanbul, turizm ve turist rehberi ile ilgili metaforları. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(1), 251-264.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Belgeli Konaklama Tesisleri (2024). <https://tga.gov.tr/kultur-ve-turizm-bakanligi-belgeli-konaklama-tesisleri>, adresinden 29.09.2024 tarihinde alınmıştır.
- T.C. Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2025). 12. *kalkınma planı* (2024–2028). <https://www.sbb.gov.tr> adresinden 05.01.2025 tarihinde alınmıştır.
- Tandoğan, G. K., & Avşar, M. (2021). Amasya’da yaşayan yerel halkın turist kavramına ilişkin algılarının metafor analizi yoluyla incelenmesi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 113-124.
- Toprak, İ., & Dilek, S. E. (2024). Turistlerin sorumlu turizm algılamaları: İstanbul örneği. *Journal of Academic Tourism Analysis*, 5(1), 1-10. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13151028>
- Tuna, M., & Dülger, A. S. (2020). Konaklama işletmelerinde sorumlu turizm uygulamaları ve belgelendirme sistemleri. S.G. Güneş ve S.Ö. Akgül (Ed) *Sorumlu turizm* (ss. 155-183) içinde. Nobel Akademik Yayıncılık.
- UNWTO. (2019). *International tourism highlights: 2019 edition*. World Tourism Organization. <https://doi.org/10.18111/9789284421152>
- Üst Can, Ç., & Solmaz, C. (2021). Aşçılık programı öğrencilerinin mesleklerine yönelik metafor algıları ve mutfak departmanında kariyere yönelik düşünceleri. *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies*. 9(2), 810-834. <https://doi.org/10.21325/jotags.2021.817>
- Van Manen, M. (2001). Professional practice and ‘doing phenomenology’. *Handbook of phenomenology and medicine* (pp. 457-474) içinde. Springer Netherlands.
- WWF (World Wide Fund for Nature). (2001). *Tourism threats in the Mediterranean*. WWF Mediterranean Programme.
- Xin, T. K., & Chan, J. K. L. (2014). Tour operator perspectives on responsible tourism indicators of Kinabalu National Park, Sabah. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 144, 25-34. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.270>
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (Genişletilmiş 9. baskı). Seçkin Yayınevi.
- Yücel, C., & Birdir, S. S. (2022). Yerel halkın kültürel miras değerlerine yönelik metaforik algılarının belirlenmesi: Mersin örneği. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 8(3), 274-287. <https://doi.org/10.24289/ijsser.1111276>.