



## Karadeniz Ereğli’de Yaşayan Yerel Halkın "Turizm" Kavramına İlişkin Algılarının Metaforlar Yardımıyla Analizi (Analyzing the Perceptions of Local People Living in Karadeniz Ereğli Towards “Tourism” Concept With the Help of Metaphors)

\*Gözde OĞUZBALABAN<sup>a</sup> 

<sup>a</sup> Zonguldak Bülent Ecevit University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance, Zonguldak/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:  
15.08.2019

Kabul Tarihi: 16.12.2019

### Anahtar Kelimeler

Turizm algısı  
Metaforik algı  
Turizm  
Karadeniz Ereğli  
Yerel halk

### Öz

Bu araştırmanın amacı, Karadeniz Ereğli’de yaşayan yerel halkın “turizm” kavramı ile ilgili algılarını metaforlar yoluyla tespit etmek ve ortaya çıkan bulguları içerik analizi ile incelemektir. Söz konusu ilçede yaşayan yerel halka “Turizm .... gibidir; çünkü ....”, şeklinde ifadeler yöneltilmiş, turizm ifadesinden sonra boş bırakılan yeri bir metafor ile doldurmaları ve o metaforu tercih etme nedenini yazmaları istenmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden olgu bilim (fenomenoloji) deseni kullanılmıştır. Veri toplama sürecinde 220 kişiye ulaşılmıştır; fakat boş bırakılmış ya da üretilen metafor ile nedeni arasındaki ilişkinin uyumsuz olduğu tespit edilen formlar değerlendirme kapsamına alınmamıştır. Bu nedenle 186 form değerlendirme kapsamında yer almıştır. Araştırma bulgularına göre, yerel halk turizm kavramı ile ilgili olarak en fazla tatil, gezmek, turist, tarihi yerler, seyahat, ekonomi ve kültürel yerler metaforlarını üretmişlerdir. Yerel halk tarafından üretilen metaforlar 6 kategori altında toplanmıştır. Bu kategoriler sırasıyla “klasik algı”, “ekonomik algı”, “tarihi ve kültürel değer algısı”, “mekân ve doğa algısı”, “yenilik algısı”, “canlı ve cansız varlık algısı” olarak belirlenmiştir.

### Keywords

Tourism perception  
Metaphorical perception  
Tourism  
Karadeniz Ereğli  
Local people

### Abstract

The aim of this research is to identify the perceptions of local people living in Karadeniz Ereğli on “tourism concept” by way of metaphors and review them by content analysis. The local people living in the aforesaid district were given the expression “Tourism is like.....; because.....” and asked to fill in the empty place after tourism with a metaphor and write down their reason to prefer that metaphor. In the research, phenomenology design was used which is one of the qualitative research methods. 220 people were reached during data collection process. But the forms which were left blank or the produced metaphor and its reason were identified to have incompatible relation were not included in assessment. Therefore, 186 forms were taken into the scope of assessment. According to research findings, the local people have most produced the holiday, “traveling, tourist, historical places, journey, economy and cultural places metaphors. The metaphors produced by local people were collected under 6 categories. These categories were determined as “classic perception”, “economical perception”, “perception of historical and cultural values”, “space and nature perception”, “innovation perception”, “perception of living and nonliving creatures” respectively.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: [oguzbalaban@beun.edu.tr](mailto:oguzbalaban@beun.edu.tr) (G. Oğuzbalaban)

**Makale Künyesi:** Oğuzbalaban, G. (2019). Karadeniz Ereğli’de Yaşayan Yerel Halkın "Turizm" Kavramına İlişkin Algılarının Metaforlar Yardımıyla Analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (4), 2566-2581.