



www.turkishstudies.net/social

Turkish Studies - Social Sciences

eISSN: 2667-5617

Research Article / Araştırma Makalesi



INTERNATIONAL
BALKAN
UNIVERSITY
Sponsored by IBU

Kapadokya'ya Yönelik Algılar: Bir Metafor Analizi

Perceptions of Cappadocia: A Metaphor Analysis

Ebru Düşmezkalender* - Günay Erol**

Abstract: Cappadocia region encompasses the provinces of Nevşehir, Aksaray, Niğde, Kırşehir, and Kayseri. The region has become a significant touristic destination, thanks to the unique beauty of the fairy chimneys, created by volcanic eruptions, wind, rain and floods. The aim of this study is to analyze the perceptions of the local people in Nevşehir and Eskişehir on the destination of Cappadocia through the use of metaphors. The study group consists of local people living in Nevşehir and Eskişehir. The study data was gathered using face-to-face interviews via a semi-structured questionnaire form with 50 individuals from Nevşehir and 50 from Eskişehir. This way, the perceptions on the Cappadocia region of both the people living in the region and those who live outside were determined and compared. The phrase “Cappadocia is like for me, because ...” was written in the questionnaire form and the participants were asked to fill in the blanks in the phrase. The data were analyzed using the content analysis method. According to the results, the participants living in Nevşehir developed 45 different metaphors regarding Cappadocia, while those living in Eskişehir have developed 43. The most frequent metaphors of Nevşehir residents were “my home” and “land of fairytales”, while the most frequent metaphor of Eskişehir residents was determined to be “fairy tale”. However, it was also found that participants from Nevşehir have developed more negative metaphors than those living in Eskişehir. The study is considered to contribute to effective destination planning by determining what a destination means for both the local residents and potential tourists. On the other hand, it is also thought that the study will contribute to the literature on metaphor analysis, a field which increasingly gains importance.

Structured Abstract: The primary definition of metaphor is conveying a word from its original usage to a new one (Al-Hasnawi, 2007). This study aims to determine the metaphoric perceptions of the local residents living in Nevşehir and Eskişehir regarding the word “Cappadocia”. The study data was gathered using face-to-face interviews via a semi-structured questionnaire form with individuals living in Nevşehir, which is the center

* Dr. Öğr. Üyesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
Asst. Prof. Dr. Eskişehir Osmangazi University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management
ORCID 0000-0001-6197-1394
earslander@ogu.edu.tr

** Dr. Öğr. Üyesi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, ÜSET MYO, Turizm ve Seyahat Hizmetleri
Asst. Prof. Dr. Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, USET Vocational School, Department of Tourism and Travel Services
ORCID 0000-0001-8288-998X
gunayerol@nevsehir.edu.tr

Cite as/ Atıf: Düşmezkalender, E., Erol, G. (2020). Kapadokya'ya yönelik algılar: bir metafor analizi, *Turkish Studies - Social*, 15(1), 261-276. <https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.39760>

Received/Geliş: 15 November/Kasım 2019

Accepted/Kabul: 25 February/Şubat 2020

Copyright © INTAC LTD, Turkey

Checked by plagiarism software

Published/Yayın: 29 February/Şubat 2020

CC BY-NC 4.0

of Cappadocia, and Eskişehir, which resides outside the region. This way, the perceptions of individuals living both inside and outside the region were tried to be determined and compared. The phrase “Cappadocia is like for me, because ...” was written in the questionnaire form and the participants were asked to fill in the blanks in the phrase.

The findings were derived from data gathered from 50 individuals from Nevşehir and 50 from Eskişehir. Metaphor lists were created from the data using content analysis method and were analyzed after being transferred to computer environment. According to the results, the participants living in Nevşehir developed 45 different metaphors regarding Cappadocia, while those living in Eskişehir have developed 43.

The most frequently developed metaphor by the participants from Nevşehir was “my home”. Considering that Nevşehir is the center of Cappadocia region, it can be said that the participants mostly associate the word “Cappadocia” with their homes. 4% of the participants from Nevşehir were seen to develop the “land of fairytales” metaphor. Apart from these two, the majority of the participants have developed different metaphors.

38% of the participants from Nevşehir, which is the majority, have developed “metaphors regarding life”. Metaphors regarding tourism and normal life were particularly noted among these. 30% of the participants have developed “metaphors regarding abstract concepts”. Following this were “metaphors regarding economy” with 14%, “metaphors regarding nature” with 10%, and “metaphors regarding cultural values” with 8%. Accordingly, it can be said that the metaphors developed by the participants living in Nevşehir were mostly shaped by their living and working in the Cappadocia region, the importance of tourism and the unique charm of the region.

It was found that, of the 43 different metaphors developed by the participants living in Eskişehir, 12% was “fairytales”, 8% was “dream” and 4% was “imagination”. Moreover, the participants have developed 40 nonrecurrent metaphors other than these three. It can be said that the fairytales, dream and imagination metaphors are related to the image and charm of Cappadocia. The fact that the same positive and abstract concepts define Cappadocia can be explained with the positive image the region leaves in people’s minds.

36% of the participants from Eskişehir, or the majority, were found to develop “metaphors regarding abstract concepts”. In addition, 26% developed “metaphors regarding life”, followed by “metaphors regarding nature” with 16%, “metaphors regarding cultural values” with 14% and “metaphors regarding objects” with 8%. Accordingly, the participants from Eskişehir were mostly found to define Cappadocia with abstract concepts. After these, it can be said that the participants considered Cappadocia as a touristic value which needs to be seen. Also, a small portion of the participants from Eskişehir tried to define Cappadocia with metaphors regarding objects.

The metaphors toward Cappadocia, though varying according to the city, were found to be generally positive. The negative metaphors were mostly developed by the residents of the region (copper valued as gold, exile, a sad movie, nightmare). The findings in Şahin et al.’s study (2018), which has found that the metaphors of the domestic tourists regarding Istanbul were mostly negative, are also similar to the findings in this paper. On the other hand, Yağcı and Avcıkurt (2017) state that the local residents of Seferihisar mostly define the concept of “slow city” with positive metaphors; in contrast, the negative metaphors developed by the non-residents (boring place, overrated) were quite few. Thus, it can be said that the non-residents have more positive perceptions compared to the residents of the Cappadocia region. This can be explained with the fact that the residents know the region better.

The metaphors gathered from the research were grouped in 5 categories for both cities. Only one category varies between Nevşehir and Eskişehir. The metaphors were seen to vary depending on the participants’ living in the region or outside the region. Some metaphors of the participants from Nevşehir were “regarding economy”; while some metaphors of Eskişehir residents were “regarding objects”. Participants living in Nevşehir, which is the center of Cappadocia, attempted to define Cappadocia in an economic manner. Accordingly, it can be stated that there is a perception difference in the metaphor categories based on economic means and objects.

As a result, it was found that the residents and non-residents define Cappadocia with different phenomena. This situation may vary due to many factors, such as the perceptions of residents and non-residents

of touristic destinations, the destinations' charms and recognition, visit status, marketing activities towards the region and individual factors.

Keywords: Tourism, Local people, Metaphor, Cappadocia

Öz: Kapadokya; Nevşehir, Aksaray, Niğde, Kırşehir, Kayseri illerini içine alan bir bölgeden oluşmaktadır. Bölgede volkanik patlamalar, rüzgar ve sellerin etkisiyle oluşan peri bacaları eşsiz güzelliğiyle bölgeyi önemli bir turistik destinasyon haline getirmiştir. Bu çalışmanın amacı, Nevşehir ve Eskişehir'de yaşayan yerel halkın "Kapadokya" destinasyonuna ilişkin algılarını metaforlar yoluyla incelemektir. Çalışma grubu Nevşehir ve Eskişehir'de yaşayan yerel halktan oluşmaktadır. Araştırma verileri Nevşehir'de yaşayan 50 ve Eskişehir'de yaşayan 50 kişi ile yüz yüze görüşülerek, yarı yapılandırılmış anket formu aracılığı ile toplanmıştır. Böylelikle turistik bir destinasyon olan Kapadokya bölgesinde yaşayan ve yaşamayan insanların Kapadokya'ya ilişkin algıları belirlenmiş ve karşılaştırılmıştır. Anket formunda "Kapadokya benim için ... gibidir, çünkü ..." ifadesine yer verilmiş ve katılımcılardan bu ifadeye yer alan boşlukları doldurmaları istenmiştir. Veriler içerik analizi tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma bulgularına göre Kapadokya'ya ilişkin Nevşehir'deki katılımcılar 45, Eskişehir'deki katılımcılar ise 43 farklı metafor geliştirmiştir. Nevşehir'de yaşayanların en sık kullandığı metaforlar "evim" ve "masal diyarı" iken, Eskişehir'de yaşayanların ise "masal" metaforu olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte bölgeye ilişkin Nevşehir'de yaşayan katılımcıların Eskişehir'de yaşayan katılımcılardan daha fazla olumsuz metafor geliştirdiği de elde edilen sonuçlar arasındadır. Araştırmada, bir destinasyonun hem yerel halk hem de potansiyel turistler açısından ne ifade ettiği ortaya konularak, destinasyon planlamasının etkin bir şekilde yürütülmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Diğer taraftan önemi giderek artan metafor analiziyle ilgili literatüre de katkı sunulacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Yerel halk, Metafor, Kapadokya

Giriş

Yaşam içinde her an sıklıkla kullanılan metaforlar, duygu ve düşünceleri anlatmanın bir yolu olarak görülmektedir. Bir asır öncesinde yalnızca konuşma dili olan metafor, söylem analizinin gelişmesiyle beraber daha fazla anlam ifade etmeye başlamıştır (Adu-Ampong, 2016: 248). Aslında, söylemi süslemeye yarayan söz sanatı anlamları tanımlayarak aktarırken, metaforlar karmaşık anlamları tanımlayarak aktarırlar. Bu yolla öğrenme ve öğretme dili anlaşılır kılınmaktadır (Demirtaş ve Çoban, 2014: 1280). Metafor sözcüğü, mecazla başlayıp, kişileştirme, istiare, değişmece olarak genişleyen bir çerçevede değerlendirilmektedir (Güneş ve Tezcan, 2017). Metaforik dil, bireyin kendisiyle ilgili deneyimlerini daha iyi ifade etmek için otomatik olarak kullanılan bir araçtır (Levitt vd., 2000: 24). Çelikten'e (2006: 281) göre, metafor bir karşılaştırmayı ifade etmektedir. Bu karşılaştırma farklı şeyler, farklı sebepler veya farklı etkilerden kaynaklanabilir. Metaforlar aracılığıyla, ruhsal, açık olmayan veya zor anlaşılabilir düşünceler açıklanmaktadır. Böylelikle bir düşünce daha canlı, anlaşılabilir, açık ve aydınlatıcı hal almaktadır. Bu noktadan bakıldığında, bir araştırmacı için karşılaştırma yapması, iki kavram arasında ortak özellik bulması, bir durumla ilgili farklı seçenekleri ortaya koyması metaforları anlamlı kılan özelliklerdir denilebilir (Kodan Çetinkaya, 2014: 139).

Günümüzde turizmin ve turistin dünyayı şekillendirdiği, destinasyonlara anlam kazandırdığı bilinmektedir. Bu kavramların destinasyonlara yükledikleri anlama ilişkin metaforları belirlemek, buna yönelik araştırmalar yapmak ve öneriler sunmak oldukça önemlidir. Değişen sosyal ve toplumsal yapı turizmin ve turistlerin destinasyonlar için ne ifade ettiğinin anlaşılmasını daha fazla gerekli kılmakta ve bu noktada metaforlar ve metafor araştırmaları önem kazanmaktadır. Bazı araştırmalar göz ardı edilmeksizin turizm alanında, turistik destinasyonlara ilişkin yapılan metafor çalışmalarının az olduğu gözlemlenmiştir. Şahin vd.'nin (2018) yapmış olduğu ve yerli turistlerin İstanbul'a ilişkin metaforlarının belirlendiği çalışma turistik destinasyona ilişkin sayılı çalışmalardandır. Bir turistik destinasyona ilişkin çalışmaların artış göstermesinin destinasyon hakkında ayrıntılı bilgi sahibi olma noktasında önemli olduğu ifade edilebilir. Bu noktadan hareketle,

çalışmada Nevşehir ve Eskişehir yerel halkının Türkiye için önemli bir turistik destinasyon olan Kapadokya'ya yönelik metaforik algılarının belirlenmesi ve karşılaştırılması amaçlanmaktadır. Amaca uygun olarak geliştirilen araştırma sorusu Nevşehir ve Eskişehir'de yaşayan yerel halkın Kapadokya'ya ilişkin metaforları nelerdir? şeklinde belirlenmiştir. Çalışmada metafor ve Kapadokya'ya ilişkin literatürün yanı sıra yerel halk ile gerçekleştirilen araştırma bulgu ve sonuçlarına da yer verilmiştir.

Literatür

Metafor

Metafor kelimesi, meta ve phora kelimelerinin bir araya gelmesiyle oluşan birleşik bir yapı olup, "metaphora" ya dayanmaktadır. Meta "öte" anlamında, phora ise "taşımak" anlamında kullanılan Yunanca kökenli kelimelerdir (Güneş ve Tezcan, 2017: 13). Metafor ilk kullanılan tanımında bir kelimeyi normal kullanımından yeni bir kullanıma taşıma şeklinde anlatılmaktadır (Al-Hasnawi, 2007). Başka tanımlarla ise bir şeyden diğerine olan anlam aktarımı (Nikitina ve Furuoka, 2008: 194) veya "bilinmeyeni anlamak ve açıklamak için bilinmeyenin bilinenle benzer özelliklerinden yararlanma biçiminde işleyen bir düşünüş tarzıdır" (Aydeş ve Akın, 2016: 21). Güveli vd. (2011) ise metaforu; bir düşünce, nesne veya eylemin edebi ifade edilme yolu olup, insanların günlük yaşamda da sıklıkla kullandıkları bir benzetme olgusu şeklinde açıklamaktadır.

Metafor, kelimeleri yalnızca süslemekle kalmayan aynı zamanda belirli bir düşünce biçiminin veya bir gerçekliğin resmi de olabilmektedir (Vladimirovich vd., 2015: 561). Bu anlamda metaforlar, hızla değişen sosyal dünyada, varolan kelimeler yetersiz kaldığında, süregelen dönüşümleri anlamada yeni yollar sunmakta (Adu-Ampong, 2016: 248), bir konu hakkındaki düşüncelerin aktarılmasında farklı açılardan yaklaşabilmeyi sağlamaktadır. Gizli, soyut, yeni ortaya atılmış veya teorik bir kavramın keşfedilmesi ve anlaşılması için kullanılmaktadır. Ancak kavram ne kadar soyut veya teorik olursa onu tanımlamak için gereken metafor sayısının da o kadar fazla olduğuna dair genel bir kural vardır (Yob, 2000: 134). Oluşturulan metaforlar, bireylerin yaşadıkları deneyimleri algılamada ve yansıtmada önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Kavramların analiz edilmesi, günlük dilde kullanılan anlaşılır bir biçime dönüştürülmesi, duygu, düşünce ve deneyimlerin paylaşılması, bir nesneye, kavrama ve olguya ilişkin algıların belirlenmesinde kullanılmaktadır (Aykaç ve Çelik, 2014: 328). Metaforlar kültürel kodlara bağlı olarak değiştiğinden ve her kültür farklı bir özellik taşıdığından, evrensel niteliği bulunmamaktadır (Dann, 2002: 1).

Metafor analizi, belirli bir teorik kavramın neden farklı şekillerde kavramsallaştırıldığı ve tanımlandığını açıklamaya yardımcı olmaktadır (Andriessen ve Gubbins, 2009: 847). Bu anlamda metaforlar, insanın doğa ve çevreyi anlaması ve anlamlandırması, anlamsız gibi görünen gerçeklerden belirli yollarla bir anlam çıkarılması, yaşantı ve deneyimlere anlam kazandırılması için bir araç olarak kullanılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 207-208). Bununla birlikte metaforlar uygulamalar ve teoriler hakkında yeni bakış açıları geliştirmeyi sağlayan (Jensen, 2006: 49) kavramları anlaşılır kılan etkili bir araç olarak değerlendirilebilir (Aydeş ve Akın, 2016: 21).

Metaforların ilk aşaması benzetmedir. Benzetmelerde olduğu gibi, anlatılmak istenen kavram, benzerliği olan başka bir kavramla ifade edilmeye çalışılır (Çelikten, 2006: 270). Forceville (2002) herhangi bir şeyin metafor olarak adlandırılması için aşağıdaki sorulara cevap aranması gerektiğini vurgulamaktadır:

- Metaforun iki alanı (benzeyen ve benzetilen) nedir?
- Metaforun hedefi ve kaynağı nedir?
- Metaforun kaynağı ve hedefi arasında hangi özellikler eşleştirilebilir?

Metaforlar özellikle soyut kavramların tanımlanmasında oldukça önemlidir (Vladimirovich vd., 2015: 563). İnsanlar deneyimlerini daha basit bir şekilde ifade etmek için metaforları kullanırlar

(Farrell, 2006: 237). Fakat metafor, basit bir anlatım tekniği gibi görünse de aslında özünde derin bir yaratıcılık gerektirmektedir. Benzeyen ve benzetilen arasında eşleşebilir özellikler yaratılarak benzetilen daha anlamlı hale getirilir. Daha açık bir ifadeyle, metaforlar soyut bir kavramı açıklamak için, somut örnekler kullanırlar. Yani bilinen, görülen bir fiziksel gerçeklik, bilinmeyen, görülmeyen ruhsal bir gerçekliğin açıklanmasında kullanılmaktadır (Çelikten, 2006: 276).

Metaforlar eğitim, ekonomi, sosyoloji, psikoloji gibi birçok alanda bireylerin yaklaşımlarını ortaya koymak anlamında veri sağlamada da kullanılmaktadır (Seyhan, 2017: 49). Özellikle eğitim bilimleri alanında metaforların sık sık kullanıldığı görülmektedir (Hacıfazlıoğlu vd., 2011; Pesen vd., 2015; Gültekin ve Erdoğan, 2016; Şahin ve Kaya, 2016). Bununla birlikte turizm alanında yapılmış çalışmalarda da metaforlardan yararlanılmaktadır (Dilek vd., 2016; Köroğlu ve Manav, 2018, Şahin vd., 2018). Metafor konusuna olan ilginin giderek arttığı ve bunun turizm alanında yapılan çalışmalara da yansdığı açıkça görülmektedir.

Kapadokya

Nevşehir, Aksaray, Niğde, Kırşehir, Kayseri illerini kapsayan ve bir masal ülkesi olarak adlandırılan Kapadokya (Kappadokia/ Cappadocia), dünyada eşi görülmeyen bir bölge, doğa ve insanın uyumunu gösteren bir yontu şölenidir (Pekin, 2014: 9). Farsça “Güzel atlar ülkesi (Katpatuka)” olarak adlandırılan Kapadokya 10 farklı uygarlığa ev sahipliği yapmış, bu uygarlıklara ait 429 tescilli yapı ve 64 sit alanını barındırmaktadır. Nevşehir ise Kapadokya'nın merkezi konumunda ve turistik çekiciliklerin en yoğun olduğu şehirdir. Sadece Nevşehir'de 238 sit alanı ve 1614 kültür varlığı mevcuttur (www.nevsehir.gov.tr; www.tursab.org.tr). Kapadokya Erciyes, Hasandağı, Göllüdağ gibi ana volkanlarla birlikte bölgede yer alan ve aktif olmayan birçok farklı volkanın püskürmeleri sonucu oluşmuş veya şekil almıştır. Bu volkanik patlamalar yaklaşık 10 milyon yıl önceye dayanmaktadır. Daha sonra akarsu, göller, rüzgar, yağmur, sel suları gibi doğal olaylardan etkilenen peri bacaları ve kaya oluşumları bugünkü halini almıştır (Gülyaz ve Ölmez, 1997). Kapadokya bölgesinde gezilecek en önemli yerler arasında Göreme Açık Hava Müzesi, Derinkuyu ve Kaymaklı yer altı şehirleri, İhlara Vadisi, Uçhisar, Ortahisar, Ürgüp, Avanos, Dervent, Paşabağları ve Zelve Ören Yeri, Hacı Bektaş Külliyesi, Camiler, Kiliseler gibi birçok tarihi, kültürel ve turistik çekicilikler bulunmaktadır. Bunun dışında bölgede atlı doğa turu, ATV turu, vadi turları, sıcak hava balonu, su sporları, kamp, termal turizm olanakları gibi farklı birçok turistik etkinlikler yapılabilmektedir.

Yöntem

Veri Toplama

Bu çalışmada Nevşehir ve Eskişehir'de yaşayan yerel halkın “Kapadokya” kelimesine ilişkin metaforik algılarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmadaki veriler Nevşehir ve Eskişehir'de yaşayan yerel halkla yarı yapılandırılmış anket formu aracılığı ile yüz yüze görüşülerek elde edilmiştir. Anket formunda “Kapadokya benim için ... gibidir, çünkü ...” ifadesine yer verilmiş ve katılımcılardan bu ifadeye yer alan boşlukları doldurmaları istenmiştir. Her bir katılımcıdan Kapadokya'ya ilişkin bir metafor geliştirmesi ve bu metafora ait açıklamanın yapılması istenmiştir. Bunun için katılımcılara metafor kavramı ile ilgili detaylı bir açıklama yapılmıştır. Katılımcıların formu doldurma süreleri ortalama 6 dakika olarak hesaplanmıştır. Bu süreçte katılımcılara süre ile ilgili herhangi bir baskı yapılmamış ve istedikleri sürede doldurabilecekleri belirtilmiştir.

Örneklem

Çalışmada yer alan bulgular Nevşehir'de yaşayan 50 ve Eskişehir'de yaşayan 50 kişiden elde edilen verilerden oluşmaktadır. Toplam 108 kişiye anket uygulanmış fakat veri elde etmeye uygun olmayan 8 anket formu araştırmaya dahil edilmemiştir. Bu yüzden çalışmada yer alan veriler 100 kişiden elde edilmiştir. Araştırmaya katılanların %56'sı erkek, %44'ü ise kadındır. Ayrıca araştırmaya katılanların öğretmen, esnaf, memur gibi farklı iş kollarında çalışan veya herhangi bir

işte çalışmayan kişilerden oluştuğu ve yaş ortalamasının 34 (en az 18, en fazla 68) olduğu belirlenmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırmaya katılanlara metafor kavramına ve formu doldurma yöntemine yönelik detaylı bir açıklama yapılmış ve elde edilen formlar ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Araştırmada metaforik bir algı oluşturmayan (örneğin: turistik yer, herkesin gitmesi gerekir, hiç gitmedim gibi) ve o metafora ait açıklamayı içermeyen ya da herhangi bir açıklama içermeyen formlar araştırmaya dahil edilmemiştir. Böylece Nevşehir’de ve Eskişehir’de yaşayan toplam 100 kişiden elde edilen formlar içerik analizi ile çözümlenmeye çalışılmıştır.

Formlardan elde edilen verilerden içerik analizi yöntemi ile metafor listeleri oluşturulmuş ve bilgisayar ortamına aktararak çözümlenmeye çalışılmıştır. Buna göre Nevşehir’de 50 katılımcının 45 farklı metafor, Eskişehir’de ise 50 katılımcının 43 farklı metafor geliştirdiği belirlenmiştir. Bu kategorilerin isimleri farklı olmakla birlikte 5’er kategoriye ayrılmış ve bu kategoriler altında birbirleri ve kategori ismi ile ilişkili olan metaforlar bir araya getirilmeye çalışılmıştır. Her iki şehirde yaşayan yerel halktan elde edilen metaforlara yönelik oluşturulan kategorilerin ve içeriklerinin sınanması amacıyla turizm alanında doktor ünvanına sahip 1 uzmana danışılmıştır. Uzmanın metaforları kategorilere göre eşleştirmesi istenmiştir. Eşleştirme sonucunda Nevşehir’de geliştirilen 2, Eskişehir’de geliştirilen 3 metaforda görüş ayrılığı olduğu belirlenmiştir. Buna göre çalışmada kullanılan ölçekten elde edilen verilere yönelik güvenilirliği belirlemek amacıyla Miles ve Huberman’ın (1994:64) toplam maddeler üzerindeki görüş birliği ve görüş ayrılığına ilişkin hesaplama ile yapılan formülden faydalanılmıştır. Buna göre güvenilirliğin hesaplanmasında “güvenilirlik= görüş birliği olan madde sayısı/(görüş birliği madde sayısı + görüş ayrılığı olan madde sayısı) formülü kullanılmıştır. Yapılan hesaplama sonucunda Kapadokya kelimesine ilişkin Nevşehir’den elde edilen metaforlara yönelik oluşturulan kategorilerin uyum düzeyi 0.96 (48/(48+2)), Eskişehir’de elde edilen metaforlara yönelik oluşturulan kategorilerin uyum düzeyi 0.94 (47/(47+3)) olarak hesaplanmıştır. Böylece oluşturulan kategorilere yönelik araştırmacı ve uzman görüşlerindeki uyum düzeylerinin %90’ın üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Bu yüzden çalışmanın kategorileri arasında uyumun güvenilir düzeyde olduğu söylenebilir (Saban, 2008).

Bulgular

Çalışmanın bu kısmında Nevşehir ve Eskişehir’de yaşayan yerel halkın geliştirdiği metaforların listesi ve dağılımları verilmiştir. Ayrıca bu metaforlara yönelik kategoriler oluşturularak birbiri ile ilişkili olabilecek metaforlar aynı kategori ile eşleştirilmiştir. Son olarak bu iki şehirde araştırmaya katılanların geliştirdiği metaforlara yönelik kategorilerin karşılaştırılması değerlendirilmiştir.

Tablo 1: Nevşehir'deki Katılımcıların Kapadokya Kavramına Yönelik Metafor Dağılımları

Metafor Adı	f	%	Metafor Adı	f	%
1. Evim	5	10	24. İkinci Memleketim	1	2
2. Masal Diyarı	2	4	25. İlginç Yer	1	2
3. Acıklı Bir Film	1	2	26. Jeomorfolojik İlaç	1	2
4. Altın Değerinde Bakır	1	2	27. Kabus	1	2
5. Aşk	1	2	28. Kaşıkçı Elması	1	2
6. Bir Taşla Üç Kuş Vurmak	1	2	29. Kültür Turizminin Kalbi	1	2
7. Boya	1	2	30. Masal	1	2
8. Büyülü Bir Dünya	1	2	31. Miras	1	2
9. Büyülü Güzellik	1	2	32. Peri Masalı	1	2
10. Çukur	1	2	33. Rüya	1	2
11. Denizsiz Sahil	1	2	34. Rüya Alemi	1	2
12. Din Tarihi Beşiği	1	2	35. Sadece Bir Kere	1	2
13. Dinlenme Tesisi	1	2	36. Sihir	1	2
14. Dozulamayan Rüya	1	2	37. Sihirli Dünya	1	2
15. Düşler Ülkesi	1	2	38. Sürgün	1	2
16. Elmas	1	2	39. Tarih	1	2
17. Eşi Olmayan	1	2	40. Taş ve Kaya	1	2
18. Fabrika	1	2	41. Turizm	1	2
19. Gökyüzü	1	2	42. Turizm Cenneti	1	2
20. Görülmesi Gereken Yer	1	2	43. Ülkenin Tarihi	1	2
21. Hayranlık	1	2	44. Yaşam ve Sosyalleşme	1	2
22. Hazine	1	2	45. Yaşanacak Yer	1	2
23. Işık Gösterisi	1	2			
Toplam				50	100

Tablo 1'de Nevşehir'de yaşayan 50 katılımcının "Kapadokya" kelimesine yönelik geliştirdiği 45 farklı metafor görülmektedir. Katılımcılar arasında en fazla geliştirilen metaforun "evim" olduğu tespit edilmiştir. Kapadokya bölgesinin merkezinin Nevşehir olduğu düşünüldüğünde araştırmaya katılanların "Kapadokya" kelimesini daha çok evleri ile ilişkilendirdiği söylenebilir. Nevşehir'deki katılımcıların %4'ünün "masal diyarı" metaforunu geliştirdiği belirlenmiştir. Bu iki metafor dışında katılımcıların çok büyük çoğunluğu farklı metaforlar geliştirmiştir. Buna göre Kapadokya'nın, Nevşehir'de yaşayan katılımcılar için, oldukça fazla metafor oluşturulabilecek bir anlam içerdiği söylenebilir. Kısacası Kapadokya, bu katılımcılar için, yaşanan yer yani ev dışında oldukça fazla ve farklı algı oluşturabilecek bir olgu olmaktadır.

Tablo 2: Nevşehir’deki Katılımcıların Metaforlarına Yönelik Kategorilerin Dağılımları

Kategori Adı	Metaforlar	f	%
Yaşama Yönelik Metaforlar	Evim (5), Acıklı Bir Film (1), Boya (1), Dinlenme Tesisi (1), Eşi Olmayan (1), Görülmesi Gereken Yer (1), Işık Gösterisi (1), İkinci Memleketim (1), İlginç Yer (1), Sadece Bir Kere Gezilebilen (1), Sürgün (1), Turizm (1), Turizm Cenneti (1), Yaşam ve Sosyalleşme (1), Yaşanacak Yer (1)	19	38
Soyut Ögelere Yönelik Metaforlar	Masal Diyarı (2), Aşk (1), Büyülü Bir Dünya (1), Büyülü Güzellik (1), Doyulamayan Rüya (1), Düşler Ülkesi (1), Hayranlık (1), Kabus (1), Masal (1), Peri Masalı (1), Rüya (1), Rüya Alemi (1), Sihir (1), Sihirli Dünya (1)	15	30
Ekonomiye Yönelik Metaforlar	Altın Değerinde Bakır (1), Bir Taşla Üç Kuş Vurmak (1), Elmas (1), Fabrika (1), Hazine (1), Kaşıkçı Elması (1), Miras (1)	7	14
Doğaya Yönelik Metaforlar	Çukur (1), Denizsiz Sahil (1), Gökyüzü (1), Jeomorfolojik İlaç (1), Taş ve Kaya (1)	5	10
Kültürel Değerlere Yönelik Metaforlar	Din Tarihi Beşiği (1), Kültür Turizminin Kalbi (1), Tarih (1), Ülkenin Tarihi (1)	4	8
Toplam		50	100

Nevşehir’deki katılımcıların Kapadokya’ya yönelik geliştirdiği metaforlara ilişkin kategoriler Tablo 2’de görülmektedir. Buna göre 45 farklı metafor 5 kategoriye ayrılmış ve ilişkili metaforlar bu kategorilere göre eşleştirilmiştir. Söz konusu metaforlar “Yaşama yönelik metaforlar” (günlük hayat ve yaşam ile ilgili kavramlar gibi), “Soyut öğelere yönelik metaforlar” (soyut kavramlar gibi), “Ekonomiye yönelik metaforlar” (parasal anlam taşıyabilen ve ekonomi içerisinde değerlendirilebilecek kavramlar gibi), “Doğaya yönelik metaforlar” (doğaya özgü ve çevre ile ilgili kavramlar gibi), “Kültürel değerlere yönelik metaforlar” (tarih, toplum ve kültürle ilgili kavramlar gibi) olarak 5 kategori altında toplanmaya çalışılmıştır.

Tablo 2’ye göre Nevşehir’de araştırmaya katılanların %38’i yani çoğu “yaşama yönelik metaforlar” geliştirmiştir. Özellikle bu metaforlar arasında turizm ve normal yaşam ile ilgili metaforlar yer almaktadır. Araştırmaya katılanların %30’u “soyut öğelere yönelik metaforlar” geliştirmiştir. Bunu sırasıyla %14 “ekonomiye yönelik metaforlar”, %10 “doğaya yönelik metaforlar” ve %8 “kültürel değerlere yönelik metaforlar” takip etmektedir. Buna göre Nevşehir’deki katılımcılar tarafından geliştirilen metaforlar üzerinde; Kapadokya bölgesinde yaşama ve çalışmalarının, turizmin önemli olmasının, bölgenin kendine has etkileyciliğinin ve çekiciliğinin etkili olduğu söylenebilir.

Nevşehir’deki katılımcıların Kapadokya’ya yönelik geliştirdiği metaforların açıklamaları

- 1) **Yaşama Yönelik Metaforlar:** Bu kategori içinde evim (5), yaşam (1), görülmesi gereken yer (1), ikinci memleketim (1), turizm cenneti (1), turizm (1) gibi metaforlar yer almaktadır. Bu metaforlara ilişkin açıklamalardan bazıları şu şekildedir:

“Kapadokya benim için yaşam ve sosyalleşme gibidir, çünkü hem yaşadığım yer hem de birçok sosyal faaliyet olduğu için sosyal faaliyet alanıdır. Dünyada eşi benzeri olmayan yaşam ve sosyal faaliyet alanıdır.”

“Kapadokya benim için turizm cenneti gibidir, çünkü eskiden güntümüze kadar birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Coğrafi oluşumları açısından da dünyada ender görülen turizm mekanlarından biridir. Yani birçok şeyi içinde bulunduran bir turizm cennetidir.”

- 2) **Soyut Ögelere Yönelik Metaforlar:** Bu kategoride masal diyarı (2), aşk (1), masal (1), düşler ülkesi (1), kabus (1) gibi metaforlar yer almaktadır. Bu metaforların açıklamalarından bazıları şu şekildedir:

“Kapadokya benim için masal diyarı gibidir, çünkü havadaki balonlar, eşsiz peri bacaları, geceleri karanlığın içinde parlayan ışıkları ile adeta bir masal diyarında yaşıyor gibiyim.”

“Kapadokya benim için kabus gibidir, çünkü turizme bu kadar uygun bir yer olmasına rağmen bu kadar suistimal ancak kabuslarda olur.”

- 3) **Ekonomiye Yönelik Metaforlar:** Bu kategoride altın değerinde bakır (1), elmas (1), fabrika (1) gibi metaforlar yer almaktadır. Bu metaforlara ilişkin bazı açıklamalar şu şekildedir:

“Kapadokya benim için altın değerinde bakır gibidir, çünkü dünyada tek bu bölgede bulunan ama gördüğü değer açısından önemi o kadar az olan bir yerdir. Başka ülkede olsa daha farklı olurdu, çünkü altın olarak değerlendirilirdi.”

“Kapadokya benim için fabrika gibidir, çünkü devamlı çalışır. Yaz boyunca, kış boyunca aç kalmazsın. İş var çalışmak için. Her milletten her insan gelir. Gezmeye, görmeye, kültürünü araştırmaya. Her yaştan insan burada her şeyi satabilir. 5 yaşındaki çocuk bile para kazanır.”

- 4) **Doğaya Yönelik Metaforlar:** Bu kategoride çukur (1), denizsiz sahil (1), gökyüzü (1), taş ve kaya (1) gibi metaforlar yer almaktadır. Metaforlara ilişkin bazı açıklamalar şu şekildedir:

“Kapadokya benim için denizsiz sahil gibidir, çünkü yüzmenin dışında deniz kenarında oturursun seni alır götürür. Burada denize karşı değil de peri bacalarına karşı yemek yeriz, içeriz. Peri bacaları ve vadiler deniz gibidir. Bu şekilde rahatlar, zevk alırız. Kapadokya benim için bir deniz gibidir.”

“Kapadokya benim için gökyüzü gibidir, çünkü nefes alırım; Kapadokya'nın mistik havası tarihi ve oluşumu derin, uzun süreli ve etkilidir. Kapadokya bölgesinin ziyareti ardından hissedilen rahatlatıcı etki yeniden gelmeye bir sebeptir. Uçsuz bucaksız alanlar ve huzur, tıpkı gökyüzü gibi.”

- 5) **Kültürel Değerlere Yönelik Metaforlar:** Bu kategoride din tarihi beşiği (1), kültür turizminin kalbi (1), tarih (1) gibi metaforlar yer almaktadır. Bu metaforlardan bazılarına ilişkin açıklamalar şu şekildedir:

“Kapadokya benim için din tarihi beşiği gibidir, çünkü burada her oyuk bir tarihtir. Her oyuktan, kayadan tarih fışkırır adeta. Özellikle kiliseler ve inanç merkezleri çok fazladır. Kaya kilise ve inanç yerleri çok fazla ve bir o kadar da önemli ve eskidir.”

“Kapadokya benim için kültür turizminin kalbi gibidir, çünkü Kapadokya'nın her yerinde farklı bir kültür, farklı bir doğa ve eşsiz bir uyum vardır. Ayrıca farklılıkların harmanlandığı bir dünya, gizemli bir yerdir.”

Tablo 3: Eskişehir’deki Katılımcıların Kapadokya’ya Yönelik Metafor Dağılımları

Metafor Adı	f	%	Metafor Adı	f	%
1. Masal	6	12	24. Görülesi	1	2
2. Rüya	4	8	25. Görülmesi Gereken	1	2
3. Hayal	2	4	26. Görülmeye Değer	1	2
4. Abartılmış	1	2	27. Kültür Kardeşliği	1	2
5. Balon Topluluğu	1	2	28. Kültürel Miras	1	2
6. Büyülü Bir Şehir	1	2	29. Manzara	1	2
7. Cazibe Merkezi	1	2	30. Masal Şehri	1	2
8. Doğa Harikası	1	2	31. Masalsı Romantizm	1	2
9. Doğal Bir Miras	1	2	32. Medeniyet	1	2
10. Doğanın Bir Lütfü	1	2	33. Peribacası	1	2
11. Doğanın Sanat Eseri	1	2	34. Renkli Bir Tablo	1	2
12. Dünyadaki Cennet	1	2	35. Resim	1	2
13. Düşler Diyarı	1	2	36. Romantizmin Kalesi	1	2
14. Eski İnsanları Görmek	1	2	37. Sıkıcı Bir Yer	1	2
15. Eşimin Sevdiği	1	2	38. Şapkalar Üstündeki Balonlar	1	2
16. Evimiz	1	2	39. Tablo	1	2
17. Farklı Bir Değer	1	2	40. Tarih	1	2
18. Farklı Bir Dünya	1	2	41. Tarihi İzlemek	1	2
19. Gezilesi Bir Yer	1	2	42. Turizm Cenneti	1	2
20. Gökkuşağı	1	2	43. Turizmin Eşsiz Destinasyonu	1	2
21. Gökyüzü	1	2			
Toplam				50	100

Tablo 3’te Eskişehir’deki katılımcıların Kapadokya’ya yönelik geliştirdikleri metaforların listesi ve dağılımları yer almaktadır. Buna göre Eskişehir’deki katılımcılar tarafından Kapadokya’ya ilişkin 43 farklı metafor geliştirildiği belirlenmiştir. Söz konusu katılımcıların %12’sinin “masal”, %8’inin “rüya” ve %4’ünün ise “hayal” metaforunu geliştirdikleri tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcılar bu metaforlar dışında tekrarlanmayan 40 farklı metafor geliştirmiştir. Katılımcılar tarafından geliştirilen masal, rüya ve hayal metaforlarının Kapadokya’nın imajı ve çekiciliği ile ilgili olduğu söylenebilir. Kapadokya’nın özellikle aynı olumlu ve soyut kavramlarla açıklanması Kapadokya’nın insanların zihninde olumlu bir izlenim bırakması ile açıklanabilir.

Tablo 4: Eskişehir’deki Katılımcıların Metaforlarına Yönelik Kategorilerin Dağılımları

Kategori Adı	Metaforlar	f	%
Soyut Ögelere Yönelik Metaforlar	Masal (6), Rüya (4), Hayal (2), Büyülü Bir Şehir (1), Dünyadaki Cennet (1), Düşler Diyarı (1), Masal Şehri (1), Masalsı Romantizm (1), Romantizmin Kalesi (1)	18	36
Yaşama Yönelik Metaforlar	Abartılmış (1), Cazibe Merkezi (1), Eski İnsanları Görmek (1), Eşimin Sevdiği (1), Evimiz (1), Farklı Bir Dünya (1), Gezilesi Bir Yer (1), Görülesi (1), Görülmesi Gereken (1), Görülmeye Değer (1), Sıkıcı Bir Yer (1), Turizm Cenneti (1), Turizmin Eşsiz Destinasyonu (1)	13	26
Doğaya Yönelik Metaforlar	Doğa Harikası (1), Doğal Bir Miras (1), Doğanın Bir Lütfü (1), Doğanın Sanat Eseri (1), Gökkuşağı (1), Gökyüzü (1), Manzara (1), Peribacası (1)	8	16
Kültürel Değerlere Yönelik Metaforlar	Farklı Bir Değer (1), Kültür Kardeşliği (1), Kültürel Miras (1), Medeniyet (1), Renkli Bir Tablo (1), Tarih (1), Tarihi İzlemek(1)	7	14
Nesnelere Yönelik Metaforlar	Balon Topluluğu (1), Resim (1), Şapkalar Üstündeki Balonlar (1), Tablo (1)	4	8
Toplam		50	100

Tablo 4'te Eskişehir'deki katılımcılar tarafından geliştirilen metaforların kategorilere yönelik eşleştirmeleri yer almaktadır. Söz konusu metaforlar "Soyut ögelere yönelik metaforlar" (soyut kavramlar gibi), "Yaşama yönelik metaforlar" (günlük hayat ve yaşam ile ilgili kavramlar gibi), "Doğaya yönelik metaforlar" (doğaya özgü ve çevre ile ilgili kavramlar gibi), "Kültürel değerlere yönelik metaforlar" (tarih, toplum ve kültürle ilgili kavramlar gibi) ve "Nesnelere yönelik metaforlar" (cansız varlıklar ve obje gibi nesnel tanımlamalar) olarak 5 kategori altında toplanmaya çalışılmıştır. Burada Tablo 2'de yer alan "Ekonomiye yönelik metaforlar" yer almamakta, farklı olarak "Nesnelere yönelik metaforlar" kategorisi yer almaktadır.

Tablo 4'e göre Eskişehir'deki katılımcıların %36'sının yani çoğunun "soyut ögelere yönelik metaforlar" geliştirdiği belirlenmiştir. Bunun yanında Eskişehir'deki katılımcıların %26'sı "yaşama yönelik metaforlar", %16'sı "doğaya yönelik metaforlar", %14'ü "kültürel değerlere yönelik metaforlar" ve %8'i ise "nesnelere yönelik metaforlar" geliştirmiştir. Buna göre Eskişehir'deki katılımcıların Kapadokya'yı daha çok soyut kavramlarla açıklamaya çalıştığı görülmektedir. Daha sonra ise daha çok yaşam ile ilgili olarak Kapadokya'yı görülmesi gereken ve turistik bir değer olarak değerlendirdikleri söylenebilir. Ayrıca Eskişehir'deki katılımcıların az bir kısmının Kapadokya'yı nesnelere yönelik metaforlarla açıklamaya çalıştığı söylenebilir.

Eskişehir'deki katılımcıların Kapadokya'ya yönelik geliştirdiği metaforların açıklamaları

- 1) Soyut Ögelere Yönelik Metaforlar:** Bu kategoride masal (6), rüya (4), dünyadaki cennet (1) ve masal şehri (1) gibi metaforlar yer almaktadır. Bazı metaforlara ilişkin katılımcıların açıklamaları şu şekildedir:

"Kapadokya benim için masal gibidir, çünkü tıpkı rüyalarda yaşanan masalsı bir yer gibidir. Gerçek ama sanki gerçek değilmiş gibi."

"Kapadokya benim için rüya gibidir, çünkü doğal yapısı, oluşumları çok farklı bir dünya, sanki doğa olaylarıyla oluşan bir rüya görür gibi."

- 2) Yaşama Yönelik Metaforlar:** Bu kategoride abartılmış (1), cazibe merkezi (1), görülesi (1), turizm cenneti (1) gibi metaforlar yer almaktadır. Metaforlara ilişkin bazı açıklamalar şu şekildedir:

"Kapadokya benim için abartılmış gibidir, çünkü ikinci kez ziyarete değer diyemiyorum. Güzel bir yer olduğu kesin ancak vadettiği imkan ve güzellikler bana pek hitap etmiyor."

"Kapadokya benim için görülesi gibidir, çünkü hep görmek, gezmek isteyen kişilere sorduğunda mutlaka listede yer alır. Doğal güzellikleri ve turizmi her mevsim canlı olmasıyla Türkiye'deki en önemli görülmesi gereken turistik yerlerden biridir."

- 3) Doğaya Yönelik Metaforlar:** Bu kategoride doğa harikası (1), doğanın bir lütfü (1), doğanın sanat eseri (1) ve gökkuşağı (1) gibi metaforlar yer almaktadır. Araştırmaya katılanların metaforlara ilişkin bazı açıklamaları şu şekildedir:

"Kapadokya benim için doğanın sanat eseri gibidir, çünkü tesadüfi olmayacak güzellikte doğal oluşumların tarihi ögelerle harmanlandığı bir tablo gibidir."

"Kapadokya benim için gökkuşağı gibidir, çünkü Göreme Milli Parkı ve kayalık alanlarında gerçekleştirilen balon faaliyetlerinde; hem balonların rengi hem de yüzlerce balonun bir araya gelmesi gökkuşağının renklerini anımsatır."

- 4) Kültürel Değerlere Yönelik Metaforlar:** Bu kategoride farklı bir değer (1), kültür kardeşliği (1), kültürel miras (1) ve tarihi izlemek (1) gibi metaforlar yer almaktadır. Metaforlara yönelik bazı açıklamalar şu şekildedir:

“Kapadokya benim için kültür kardeşliğidir, çünkü Kapadokya’ya yapılan her bir gezi farklı dünyaların, kültürlerin kapısını aralar. İnsan bu vesileyle yeni bir aleme uzanır. Kapadokya da bu alemlere uzanmamıza yardımcı olur.”

“Kapadokya benim için tarihi izlemek gibidir, çünkü dünyada tarihin aynı zamanda doğa ile en güzel bütünleştiği yerdir.”

5) Nesnelere Yönelik Metaforlar: Bu kategoride balon topluluğu (1), resim (1) ve tablo (1) gibi metaforlar yer almaktadır. Metaforlara ilişkin bazı açıklamalar aşağıdadır.

“Kapadokya benim için balon topluluğudur, çünkü ne zaman Kapadokya tanıtımı görsem artık ön plana hep balonlar çıkmış durumdadır.”

“Kapadokya benim için resim gibidir, çünkü gitme fırsatı bulamadım, sadece resimlerde gördüm. Taş evleri ve balonları inanılmaz görünüyor.”

Tablo 5: Metafor Kategorilerinin Şehre Göre Dağılımları

KATEGORİLER	NEVŞEHİR		ESKİŞEHİR	
	f	%	f	%
Yaşama Yönelik Metaforlar	19	38	13	26
Soyut Ögelere Yönelik Metaforlar	15	30	18	36
Doğaya Yönelik Metaforlar	5	10	8	16
Kültürel Değerlere Yönelik Metaforlar	4	8	7	14
Ekonomiye Yönelik Metaforlar	7	14	-	-
Nesnelere Yönelik Metaforlar	-	-	4	8

Tablo 5’te Nevşehir ve Eskişehir’deki katılımcıların Kapadokya’ya yönelik geliştirdiği metaforların yer aldığı kategorilerin dağılımları karşılaştırmalı olarak görülmektedir. Buna göre her iki şehirdeki katılımcıların yaşama, soyut öğelere, doğaya ve kültürel değerlere yönelik metaforlar geliştirdiği belirlenmiştir. Buna rağmen Nevşehir’deki katılımcıların daha çok yaşama yönelik, Eskişehir’deki katılımcıların ise daha çok soyut öğelere yönelik metafor geliştirdiği görülmektedir. Yine doğaya ve kültürel değerlere yönelik metaforlar daha çok Eskişehir’deki katılımcılar tarafından geliştirilmiştir. Ayrıca ekonomiye yönelik metaforlar sadece Nevşehir’deki katılımcılar tarafından geliştirilirken, nesnelere yönelik metaforlar da sadece Eskişehir’deki katılımcılar tarafından geliştirilmiştir. Buna göre Nevşehir’deki katılımcılar Kapadokya’ya yönelik daha çok normal yaşama, daha sonra soyut öğelere ilişkin metaforlar geliştirmiştir.

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada Kapadokya’ya yönelik metaforların belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla Nevşehir ve Eskişehir’de yaşayan yerel halka Kapadokya’nın onlar için hangi metaforu ifade ettiği ve bu metaforun açıklamasını yapmaları istenmiştir. Çalışmada özellikle Kapadokya bölgesinde yaşayan ve yaşamayan insanların Kapadokya’ya ilişkin algıları belirlenmeye ve karşılaştırmaya çalışılmıştır. Çalışma verileri Nevşehir’de yaşayan 50 ve Eskişehir’de yaşayan 50 kişi ile yüz yüze görüşülerek elde edilmiş ve içerik analizi yöntemi ile çözümlenmiştir.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, Kapadokya’ya ilişkin Nevşehir’deki katılımcılar 45, Eskişehir’deki katılımcılar ise 43 farklı metafor geliştirmiştir. Bölgede yaşayan katılımcıların tekrar ettiği metaforlar daha çok ev ile alakalı iken, bölgede yaşamayan katılımcıların tekrar ettiği metaforlar masal, rüya ve hayal ile ilgili olmuştur. Bu durum Kapadokya’nın bölgede yaşayan ve yaşamayan insanlarda nasıl bir algı oluşturduğunu açıklamada yardımcı olabilmektedir. Metaforlar canlı, cansız, soyut, somut aynı zamanda olumlu-olumsuz da olabilmektedir (Kaya, 2014: 919).

Kapadokya'ya yönelik oluşturulan metaforların şehirlere göre değişmekle birlikte genel olarak olumlu olduğu belirlenmiştir. Olumsuz metaforların daha çok bölgede yaşayan katılımcılar tarafından geliştirildiği görülmektedir (altın değerinde bakır, çukur, sürgün, acıklı bir film, kabus). Şahin vd.'nin (2018), çalışmasındaki yerli turistlerin İstanbul'a ilişkin metaforlarının birçoğunun olumsuz olması yönündeki bulgular da bu çalışma bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Bir diğer çalışmada Tezcan ve Kara (2014) şehir kavramına yönelik olumsuz metaforların genel olarak İstanbul ile ilişkilendirildiği belirlenmiş ve İstanbul'a yönelik olumsuz metaforların kalabalık, yoğunluk, kötü yapılaşmayı içerdiği tespit edilmiştir. Yine aynı çalışmada şehir kavramına yönelik metaforların genel olarak olumlu olduğu, İstanbul'a yönelik olumlu metaforların ise şehrin beraberinde getirdiği olanaklar ve etkinliklerle ilişkili olduğu belirlenmiştir. Bu durumda bir bölgenin sahip olduğu değerlerin o bölgeye yönelik olumlu algıları geliştirdiği söylenebilir. Diğer taraftan Yağcı ve Avcıkurt (2017) ise, Seferihisar yerli halkının sakin şehir kavramını büyük oranda olumlu metaforlarla açıkladığını belirtmektedirler. Buna karşın bölgede yaşamayan katılımcıların geliştirdiği olumsuz metaforların (sıkıcı bir yer, abartılmış) oldukça az olduğu belirlenmiştir. Çalışmada Kapadokya Bölgesi'nin dışında yaşayan insanların yerel halka göre daha fazla olumlu algıya sahip olduğu söylenebilir. Bu durum bölgede yaşayan insanların bölgeyi daha iyi bilmeleri ve tanımaları ile ilişkili olabilir.

Araştırmadan elde edilen metaforlar her iki şehirde de 5'er kategoride toplanacak şekilde eşleştirilmiştir. Burada sadece 1 kategori Nevşehir ve Eskişehir'e göre farklılık göstermektedir. Geliştirilen metaforların Kapadokya bölgesinde yaşayanlar ve yaşamayan katılımcılara göre değiştiği gözlemlenmektedir. Nevşehir'deki katılımcıların bazı metaforları "ekonomiye yönelik" olurken; Eskişehir'deki katılımcıların bazı metaforları "nesnelere yönelik" olmuştur. Bu durumda Kapadokya'ya ilişkin metafor kategorilerinde ekonomik ve nesnel algı farklılığı olduğu söylenebilir. Özder, Kaya ve Ünlü'nün (2012), çalışmasında turizme yönelik metaforların kişilerin yaşadıkları yerle bağdaştırıldığı ve yaşanan yerin ya da destinasyonun metaforlar üzerinde etkili olabileceği görülmektedir. Ayrıca aynı çalışmada, kişilerin yaşanan yer dışında, farklı destinasyonlarla ya da farklı turistik çekiciliklerle de turizm kavramını açıklamaya çalıştığı belirlenmiştir. Bu çalışmada Nevşehir'deki katılımcıların daha çok yaşama yönelik metafor geliştirenken; Eskişehir'deki katılımcıların daha çok soyut öğelere yönelik metafor geliştirdikleri belirlenmiştir. Buna göre bölgede yaşayanların Kapadokya'yı daha çok hayata dair olgularla açıklamaya çalışırken, bölgede yaşamayanlar daha çok hayali, düşsel ya da somut olmayan öğelerle açıklamaya çalıştığı söylenebilir. Bölgede yaşayan katılımcılar Kapadokya'yı daha çok yaşam, ev, ekonomi, iş ve turizm ile açıklamaya çalışırken, diğer katılımcılar ise daha çok hayali bir öge olarak ve gezilmesi gereken bir destinasyon olarak açıklamaya çalışmış ve doğrudan ekonomik bir olgu olarak değerlendirmemiştir. Özellikle istihdam olanakları sınırlı olan bölgelerde turizm önemli bir istihdam kaynağı olarak görülebilmekte ve bu durum halkın turizmden beklentisini bu yönde değiştirebilmekte, destinasyonlar özellikle yerel halk tarafından daha çok turizm ve ekonomi bağlamında değerlendirilebilmektedir. Örneğin Ertaş (2019), yaptığı çalışmada Şırnak'ta yaşayan yerel halkın turizmi en fazla ekonomik metaforlarla açıklamaya çalıştığını tespit etmiştir. Buna rağmen Nevşehir'deki katılımcıların da soyut öğeleri Kapadokya'yı açıklamaya çalışırken önemli bir oranda kullandığı söylenebilir. Bu durum Kapadokya'nın kendine has çekiciliğinin oluşturduğu etki ile açıklanabilir. Kapadokya'nın bölgede yaşayan ve yaşamayan insanlar üzerinde soyut öğelerle açıklanabilecek bir olgu olduğu da söylenebilir. Ayrıca Eskişehir'deki katılımcıların Kapadokya'yı nesnelere yönelik metaforlarla açıklamaya çalıştığı belirlenmiştir. Özellikle bu nesnelere arasında ve diğer metafor açıklamalarında da balonun önemli olduğu belirlenmiştir. Kapadokya bölgesinin balonlarla birlikte açıklanması, bölgeye yönelik kullanılan görsellerin ve pazarlama faaliyetlerinin etkisi ile de açıklanabilir. Bunun yanında bölgenin önemli bir kültür turizmi destinasyonu olması, coğrafi oluşumlara ilişkin metafor geliştirilmesinde etkili olmaktadır.

Sonuç olarak Kapadokya'nın bölgede yaşayan ve yaşamayan katılımcılara göre farklı olgularla açıklandığı görülmektedir. Bu durum turistik destinasyonlarda yaşayan ve yaşamayan insanların o bölgeye olan algısı, bölgenin çekicilikleri ve bilinirliği, ziyaret durumu, bölgeye yönelik pazarlama faaliyetleri, bireysel etkenler gibi birçok faktöre göre değişebilmektedir. Bu çalışmada Nevşehir ve Eskişehir'de yaşayan insanların Kapadokya'ya yönelik algısı metafor aracılığı ile belirlenmeye çalışılmıştır. Dolayısı ile bu çalışmanın Kapadokya bölgesi dışında sadece Eskişehir'deki yerel halk üzerine yapılması bir sınırlılık olarak değerlendirilmektedir. Dolayısı ile elde edilen bulgular sınırlı sayıda oluşan yerel halktan elde edilmiş ve bölge dışında bir farklı şehirde gerçekleştirilmiştir. Yapılacak araştırmaların farklı sosyolojik yapılara sahip şehirlerde yaşayan yerel halka uygulanması Kapadokya ya da diğer destinasyonlara yönelik farklı metaforik algıların belirlenmesini sağlayabilir. Ayrıca araştırmanın birden fazla farklı şehirde ve daha fazla insana uygulanması sonuçlar üzerinde etkili olabilir. Literatürde özellikle belirli bir bölge ya da turistik destinasyona yönelik metaforik algıları inceleyen çalışmaların az olduğu görülmüştür. Bu açıdan bakıldığında, önemli turistik destinasyonlara yönelik gerek yerel halkın gerekse diğer insanların ne tür metaforlarla o destinasyonu açıklamaya çalışıldığı tespit edilip buna göre planlama ve pazarlama faaliyetleri yapılabilir. Böylece yerel halkın, bölge dışında yaşayan insanların ve potansiyel ziyaretçilerin belirli bir bölgeye yönelik olumlu ve olumsuz algıların belirlenmesi; işletmeler, yerel yönetimler ve diğer paydaşların planlama süreçlerine dahil edilerek bölgenin ya da destinasyonun imajının olumlu ya da daha iyi bir duruma getirilmesini sağlayabilir.

Kaynakça

- Adu-Ampong, E.A. (2016). "A metaphor analysis research agenda for tourism studies". *Annals of Tourism Research*, 57: 234-278. "https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.12.013".
- Al-Hasnawi, A.R. (2007). "A cognitive approach to translating metaphors". *Translation Journal*, 11(3).
- Andriessen, D. ve Gubbins, C. (2009). "Metaphor analysis as an approach for exploring theoretical concepts: the case of social capital". *Organization Studies*, 30(08): 845-863. "https://doi.org/10.1177/0170840609334952".
- Aydeş, S.S. ve Akın, U. (2016). "Okul yöneticilerinin öğretmenlere yönelik metaforik algıları". *Sakarya University Journal of Education* 6(3): 20-39. "https://doi.org/10.19126/suje.220173".
- Aykaç, N. ve Çelik, Ö. (2014). "Eğitim fakültesini yeni kazanan öğretmen adaylarının öğretmenlik mesleğine giriş dersini almadan önce ve aldıktan sonra öğretmenlik mesleği hakkındaki metaforlarının karşılaştırılması". *Eğitim ve Bilim*, 39(173): 32-340.
- Çelikten, M. (2006). "Kültür ve öğretmen metaforları". *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2006/2): 269-283.
- Dann, G. M. S. (2002). The Tourist as a Metaphor of the Social World, (Ed. Dann, G.M.S.), içinde The Tourist as a Metaphor of the Social World, (ss.1-18), New York: CABI. "https://doi.org/10.1079/9780851996066.0000".
- Demirtaş, H. ve Çoban, D. (2014). "Üniversite öğrencilerinin öğretim elemanlarına ilişkin metaforları". *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 22(3): 1279-1300.
- Dilek, N.K., Dilek, S.E. ve Gümüş, M. (2016). "Otel çalışanlarının turizm ve barış ilişkisine yönelik metaforik algıları". *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 6(2/1): 1-15.
- Ertaş, Ç. (2019). Şırnak'ta yaşayan yerel halkın turizme dönük metaforik algısı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(70): 720-733. "https://doi.org/10.17755/esosder.447487".

- Farrell, T.S.C. (2006). “‘The teacher is an octopus’: uncovering preservice english language teachers’ prior beliefs through metaphor analysis”. *RELC*, 37(2): 236-248. “<https://doi.org/10.1177/0033688206067430>”.
- Forceville, C. (2002). “The identification to target and source in pictorial metaphors”. *Journal of Pragmatics*, 34: 1-14. “[https://doi.org/10.1016/s0378-2166\(01\)00007-8](https://doi.org/10.1016/s0378-2166(01)00007-8)”.
- Gültekin, G.S. ve Erdoğan, D.G. (2016). “Sınıf öğretmeni adaylarının sınıf yönetiminde liderlik, öğretmen ve öğrenci kavramlarına ilişkin metaforik algıları”. *International Journal of Social Science*, 53: 433-446. “<https://doi.org/10.9761/jasss6879>”.
- Gülyaz, M. E. ve Ölmez, İ. (1997). Kapadokya. Nevşehir: Dünya Kitap.
- Güneş, C. ve Tezcan, R. (2017). Metafor nedir, ne değildir?. Kılcan, B. (Ed.) Metaforlar & Eğitimde metaforik çalışmalar için bir uygulama rehberi. Ankara: Pegem Akademi. <https://doi.org/10.14527/9786052410806.01>
- Güveli, E., İpek, A.S., Atasoy, E. ve güveli, H. (2011). “Sınıf öğretmeni adaylarının matematik kavramına yönelik metafor algıları”. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 2(2): 140-159.
- Hacıfazlıoğlu, Ö., Karadeniz, Ş. ve Dalgıç, G. (2011). “Okul yöneticilerinin teknoloji liderliğine ilişkin algıları: metafor analizi örneği”. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 1(1): 97-121. <http://www.nevsehir.gov.tr/ilimiz-rehberi> (Erişim Tarihi: 25.10.2019). http://www.tursab.org.tr/dosya/1601/kapadokya_1601_6192136.pdf (Erişim Tarihi: 25.10.2019).
- Jensen, D. (2006). “Metaphors as a bridge to understanding educational and social contexts”. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(1): 36-54.
- Kaya, M. F. (2014). “Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının çevre sorunlarına ilişkin algıları: metafor analizi örneği”. *Turkish Studies*, 9(2): 917-931. <https://doi.org/10.7827/turkishstudies.6308>
- Kodan Çetinkaya, S. (2014). “Öğrencilerinin kendi mesleklerine ilişkin algılarının metafor analizi ile incelenmesi”. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 36 (Temmuz 2014/II): 137-150.
- Koroğlu, Ö. ve Manav, S. (2018). “Turizm rehberliği öğrencilerinin "Türk Mutfağı" kavramına ilişkin algılarının metaforlar yöntemi ile belirlenmesi”. *Sosyal ve Beşeri Bilimleri Dergisi*, 10(2): 114-129.
- Levitt, H., Korman, Y. ve Angus, L. (2000). “A metaphor analysis in treatments of depression: metaphor as a marker of change”. *Counselling Psychology Quarterly*, 13(1): 23-35. <https://doi.org/10.1080/09515070050011042>
- Miles, M.B. ve Huberman, A.M. (1994). *Qualitative data analysis: an expended sourcebook*. California: Sage Publications.
- Nikitina, L. ve Furuoka, F. (2008). “A Language teacher is like...”: Examining Malaysian students’ perceptions of language teachers through metaphor analysis”. *Electronic Journal of Foreign Language Teaching*, 5(2): 192-205.
- Özder, A., Kaya, H. ve Ünlü, M. (2012). “Ortaöğretim öğrencilerinin “turizm” kavramı ile ilgili geliştirdikleri metaforların analiz örneği”. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 25: 18-31.
- Pekin, F. (2014). Kapadokya kayalardaki şiirsellik gezi rehberi. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Pesen, A., Kara, İ. ve Gedik, M. (2015). “Çocuk gelişimi bölümü 2. sınıf öğrencilerinin “müdür” kavramına ilişkin metafor algıları”. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5, 28-48.

- Saban, A. (2009). “Öğretmen adaylarının öğrenci kavramına ilişkin sahip oldukları zihinsel imgeler”. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2): 281-326.
- Seyhan, O. (2017). Metaforların türleri, özellikleri ve işlevleri. Kılcan, B. (Ed.). *Metaforlar & Eğitimde metaforik çalışmalar için bir uygulama rehberi*. Ankara: Pegem Akademi. <https://doi.org/10.14527/9786052410806.03>
- Şahin, H.M. ve Kaya, H. (2016). “Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının bazı coğrafya kavramlarına ilişkin algılarının metaforlar yoluyla analizi”. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(Özel Sayı): 111-120.
- Şahin, S., Tezcan, A.E. ve Bekci, M. (2018). “Yerli turistlerin Türkiye, İstanbul, turizm ve turist rehberi ile ilgili metaforları”. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(1): 251-264.
- Tezcan, Ş. ve Kara, M. (2014). “Ortaöğretim öğrencilerinin şehir kavramını algılama düzeyleri: Çanakkale örneği”. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 10(2): 579-593.
- Vladimirovich, B.E., Prokopievich, C.A. ve Filippovna, T.G. (2015). “Conceptual metaphor in educational discourse”. *Biosciences Biotechnology Research Asia*, 12(1): 561-567. “<https://doi.org/10.13005/bbra/1698>”.
- Yağcı, P. ve Avcıkurt, C. (2017). “Seferihisar halkının sakin şehir kavramına ilişkin metaforik algıları”. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(3), 290-307.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yob, I. M. (2000). “Thinking constructively with metaphors”. *Studies in Philosophy and Education*, 127-138.