



## Turist Rehberliği Önlisans Öğrencilerinin “Turist Rehberi” ve “Çalışma Kartına (Kokarta)” İlişkin Metaforik Algıları<sup>1</sup>

Öğr. Gör. Dr. Gizem ÖZGÜREL

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Marmaris Turizm MYO

[gizemozguREL@mu.edu.tr](mailto:gizemozguREL@mu.edu.tr)

ORCID: 0000-0002-1161-3721

Öğr. Gör. Kadir BAYSAL

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Marmaris Turizm MYO

[kadirbaysal@mu.edu.tr](mailto:kadirbaysal@mu.edu.tr)

ORCID: 0000-0003-2652-6767

### Özet

Turizm sektöründe turist rehberi ve çalışma kartı (kokart), biri olmadan bir diğersinin anlamsal karşılığının olmadığı, bir arada bulunduğu bir mesleği yapabilmenin yasal olarak önünü açan iki önemli kavramdır. Turist rehberliği öğrencilerinin “turist rehberi” ve “çalışma kartını (kokartı)” nasıl algıladıkları, zihinlerinde nasıl bir resme dönüştürdükleri ve zihinlerindeki resimlerin hangi kaynaklardan beslendiği merak edilerek çalışma kapsamında inceleme konusu yapılmıştır. Araştırmanın evrenini T.C. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu, Turist Rehberliği Programına kayıtlı öğrenciler oluşturmaktadır. Turist rehberliği öğrencilerinin “*turist rehberi*” ve “*çalışma kartı (kokart)*” kavramlarına ilişkin algıları, yapılan metafor analizi ile keşfedilmeye çalışılmıştır. Soru formu 2 bölümden oluşturulmuş, birinci bölümde demografik özelliklere (cinsiyet, yaş, okuduğu sınıf) ilişkin 3 soru, ikinci bölümde ise “*Benim için Turist Rehberi.....gibidir. Çünkü.....*” ve “*Benim için Çalışma Kartı (Kokart).....gibidir. Çünkü.....*” ifadelerini tamamlamalarının istendiği sorular yer almıştır. Katılımcılar; “*turist rehberi*”ne ilişkin “76” metafor geliştirmişlerdir. “*Turist rehberi*”ne ilişkin ürettikleri metaforların kaynakları; “*aracılık algısı*”, “*danışmanlık algısı*”, “*liderlik algısı*”, “*tanıtma algısı*”, “*temsil algısı*”, “*yönlendirme algısı*” ve “*yürütme algısı*” olarak “7” kategori altında dağılım göstermiştir. Katılımcılar; “*çalışma kartına (kokarta)*” ilişkin ise “79” metafor geliştirmişlerdir. “*Çalışma kartına (kokarta)*” ilişkin üretilen metaforlar “10” kategoriye

<sup>1</sup> Bu çalışma; 24-25 Ekim 2020 tarihlerinde Antalya’da düzenlenen, SADAB 7. Uluslararası Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Sempozyumu’nda bildiri olarak sunulmuştur.

ayrılmış, sırasıyla “*mesleki zorunluluk algısı*” (n=15), “*varlık kazanma algısı*” (n=13) ve “*değer katma algısı*” (n=10) en çok metafor üretilen kategoriler olmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Algı, Turist Rehberi, Turist Roller, Çalışma Kartı (Kokart), Metafor, Metafor Analizi

## Abstract

### Metaphoric Perceptions of Tourist Guidance Associate Degree Students Regarding “Tourist Guide” And “Work Permit (License)”

Tourist guide and work permit (license) in the tourism sector are two important concepts that legally pave the way for performing a profession when existing together, or one does not make sense in the absence of the other. It was wondered how tourist guidance students perceive the “tourist guide” and “work permit (license)”, how they transform these concepts into a picture in their minds, and from which sources the pictures in their minds are fed; thus, these issues were examined within the scope of the study. The population of the research includes students studying at Programme of Tourism Guidance, Marmaris Tourism Vocational School, Muğla Sıtkı Koçman University. The perceptions of tourist guidance students on “*tourist guide*” and “*work permit (license)*” were tried to be explored by metaphor analysis. The questionnaire consists of 2 parts. In the first part, there are 3 questions regarding demographic characteristics (gender, age, grade), while the second part covers the questions that students were asked to complete the statements such as “*A Tourist Guide for me is like..... Because.....*” and “*A Work Permit (License) for me is like..... . Because.....*”. Participants developed “76” metaphors about the “*tourist guide*”. The sources of the metaphors the students produced about the “*tourist guide*” showed a distribution under the following “7” categories: “*agency perception*”, “*consultancy perception*”, “*leadership perception*”, “*promotion perception*”, “*representation perception*”, “*guidance perception*”, and “*execution perception*”. Participants, on the other hand, developed “79” metaphors regarding the “*work permit (license)*”. The metaphors produced regarding the “*work permit (license)*” were divided into “10” categories, while “*professional obligation perception*” (n=15), “*existence perception*” (n=13), and “*adding value perception*” (n=10) were the categories in which the most metaphors were produced, respectively.

**Key Words:** Perception, Tourist Guide, Tourist Roles, Work Permit (License), Metaphor, Metaphor Analysis

## GİRİŞ

Turizm sektörünün anahtar aktörleri arasında turist rehberleri yer almaktadır. Turist rehberi turistleri, yabancıları oldukları destinasyon ile tanıştırmakta, keşfederek deneyimlemek istedikleri yerlere, mekânlara, kültürlere ulaşmalarında yol gösterici olmaktadır. Tıpkı bir ev sahibi gibi davranan rehber, misafirlerini karşılamakta, tur süresince hoşça vakit geçirmeleri için çaba harcamaktadır. Ülkesinin, kurumunun, kültürünün temsilcisi olan rehber, bir refakatçi gibi davranarak misafirlerinin çeşitli gereksinim ve isteklerinin (yeme-içme, barınma, tura hazırlık, alışveriş vb.) karşılanmasında yardımcı olmakta, tur bitiminde uğurlayarak görev ve sorumluluklarını yerini getirmektedir. Turist rehberleri turist ile iletişim kuran, turistin çevre ile iletişiminde aracılık eden, çevreyi (sosyal, kültürel, fiziki, ekolojik, politik vb.) tanıtan, turu ve tur grubunu yönetendir. Tur sürecinde karşılaşılabilen; kaza, hastalık, hırsızlık, rezervasyon problemleri gibi çeşitli sıra dışı durumlarla, krizlerle başa çıkabilen ve tüm grup üyelerine aynı düzeyde ilgi, anlayış ve saygı gösterendir (Ahipaşaoğlu, 2006: 121-125).

Çalışma kapsamında turist rehberliğine aday öğrencilerin, turist rehberlerine ve turist rehberliğini profesyonelce yapabilmelerini sağlayan çalışma kartına (kokarta) yönelik algıları inceleme konusu yapılmıştır. Öğrencilerin “turist rehberi” ve “çalışma kartı (kokart)” algıları ürettikleri metaforların kaynakları gözetilerek, metafor analizi yapılarak tespit edilmeye çalışılmıştır. Saha araştırmasında katılımcı öğrencilere çalışmanın amacı açıklanmış, “çalışma kartı”nı katılımcıların %85,42’si (n=82) “kokart” olarak ifade ettikleri için her iki kavram birlikte; “çalışma kartı (kokart)” olarak çalışmada verilmiştir. Turist rehberliğe mesleğinin nitelikli iş gücünü oluşturacak rehber adayı öğrencilerin, turist rehberine yönelik metaforik algılarının bilinmesi, zihinlerinde yer etmiş resmi, hangi turist rollerine dayanak oluşturduklarını anlama ve açıklayabilme açısından önemli bulunmuştur. Öğrencilerin aynı zamanda, gelecekte icra edecekleri profesyonel turist rehberliği mesleğini aktif olarak gerçekleştirmelerini sağlayan çalışma kartına (kokarta) yönelik algılarının metafor kaynaklarının bilinmesi, fiilen mesleği icra etmeyi ne/neler ile bağlamsal olarak ilişkilendirdiklerini tespit edebilmek açısından irdelenmiştir.

Çalışmanın ilgili literatüründe; turist rehberi ve çalışma kartı (kokart) kavramları, turist rehberleri ve üstlendikleri roller açıklanmaya çalışılmıştır. Devam eden kısımda araştırmanın amacı, araştırma yöntemi, evren ve örnekleme, saha çalışmasından elde edilen verilerin analizi sonucunda ulaşılan bulgular sunulmuş, sonuç ve öneriler ile çalışma tamamlanmıştır.

## LİTERATÜR

### 1. Turist Rehberi ve Çalışma Kartı (Kokart) Kavramları

Modern öncesi dönemden başlayarak rehberler, turizm faaliyetlerinin ayrılmaz bir parçası olarak sahnede yerlerini almışlardır. Turizm modern öncesi dönemde, yaklaşık MÖ 4000’li yıllara Sümerler’e kadar uzanan bir geçmişe sahip olsa da, turist rehberleri insanların gruplar halinde seyahat etmeleriyle ortaya çıkmıştır. Modern öncesi dönemde; M.S. 130’larda ilk rehberli geziler Mısırlı Rahipler ile düzenlenmiş (Ahipaşaoğlu, 2006: 7), Anadolu’da Herodot ve Homeros ilk tercüman rehberler olarak görülmüş, 16. ve 17 yy.’ da Grand Tour’a katılan İngiliz soylusu gençlerin öğretmenleri de modern öncesi dönemin rehberleri kabul edilmiştir. Modern turizmin miladı kabul edilen Thomas Cook’un düzenlediği turlar günümüz turist rehberliğinin başlangıcı ve turların yönetiminde yürüttüğü hizmetler ile modern dönemin turist rehberlerinin öncüsü olmuştur (Cohen, 1985: 5; Çolakoğlu, Epik ve Efendi, 2010: 128-129).

Amerika Birleşik Devletleri’nde tur rehberi, Avrupa’da turist rehberi olarak adlandırılan rehberler; bir ülke, bölge ya da destinasyonu ziyaret eden yabancı turistlerin gelişlerinden başlayarak dönüşlerine kadarki süreçte, turist ile destinasyon arasında köprü işlevini üstlenen, turistlerle doğrudan ve en uzun süre sosyal ve kültürel ilişkiler kuran, kilit birer aktördürler (Ap ve Wong, 2001: 551). Turist rehberi, Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nde; “6326 sayılı Turist Rehberliği Kanunu ve Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği hükümleri uyarınca mesleğe kabul edilerek turist rehberliği hizmetini sunma hak ve yetkisine sahip olan gerçek kişi” olarak tanımlanmıştır. Turist rehberleri; belirlenmiş bir program çerçevesinde, yerli/yabancı gezginlere gidilen yerler hakkında nitelikli bilgiler veren, varış noktalarını tanıtan bireylerdir (Ahipaşaoğlu, 2006: 121). Turist rehberini; yerler ve kültürler ile etkileşimde aracılık rolü üstlenen, çok yönlü ve çokkültürlü ortamlara uyumlu, üstün vasıflı-holistik insan olarak tanımlamak mümkündür. Turizm sektöründe yeterlilik ve yetkinlikleri ile birçok rolü yerine getirmeleri beklenen turist rehberlerinin, mesleğe adım atabilmelerini sağlayan, mesleği icra edebilmeleri için gerekli olan şartları yerine getirerek ruhsatnamelerini almak zorundadırlar. Rehberlerin ruhsatnameye sahip olması, Bakanlıktan belgeli yasal rehber oldukları anlamına gelmekte, mesleği fiilen icra edebilmeleri için bağlı oldukları oda tarafından verilen izin belgesi, bir diğer ifadeyle çalışma kartı (kokart) ile 1 yıl süreli

eylemli turist rehberi statüsüne sahip olmaktadır (Kaygalak Çelebi, 2019: 32-33). Bir başka ifadeyle turizm sektöründe eylemli turist rehberi denildiğinde, çalışma kartı (kokart) sahibi, meslek şartlarını ilgili kanuna göre yerine getirmiş, turist rehberliği mesleğini icra eden bireyler ifade edilmektedir.

Turist rehberleri sahip oldukları çalışma kartları (kokartları) ile mesleklerini icra etmelerini sağlayan bir değer kazanmakta, profesyonel turist rehberi olarak yasal yollardan gelir elde edebilir bir meslek mensubu olmaktadır. Tur sırasında görünür bir biçimde taşıdıkları çalışma kartları (kokartları), bir kanıt değeri taşımaktadır. Turist rehberlerinin çalışma kartını (kokartı) elde edebilmek için geçirdikleri aşamalar, kişisel gelişimlerini artırmakta ve izin belgelerini alarak mesleği icra edebilme arzularını gerçekleştirmektedirler. Çalışma kartı (kokart) turist rehberlerine müze giriş-çıkışları vb. mesleki avantaj sağlamakta, prestij kazandırarak, ayrıcalıklı olma duygusunu yaşatan kimlik kartı, turist rehberi adayları için mesleğe girişin anahtarı olarak görülmektedir.

## 2. Turist Rehberleri ve Üstlendikleri Roller

Turist rehberli; modern ve modern sonrası dönemde önemli ve çok yönlü rollere sahip aktörler olarak ön plana çıkmışlardır. Rehberli turizm deneyimleri incelendiğinde, geçmişten günümüze turist rehberlerinin rollerinin ve işlerinde sergiledikleri performansların hızlı bir değişim ve dönüşüm geçirdikleri bilinmektedir. Rehberli bir tur tarafından sunulan güvenli ve kaliteli bir deneyim, rehber, turistler ve çevreyi içermekte ve söz konusu üç bileşenin aynı anda etkileşime geçmesi ile gerçekleşmektedir (Rabotić, 2010: 353). Turist rehberlerinden beklenen davranışları, konumu itibarıyla atfedilen hak ve ödevleri içeren rolleri, 1960'lı yıllardan itibaren belirlenmeye, 1980'li yıllardan itibaren de sınıflandırılmaya başlanmıştır (Öter & Sarıbaş, 2018: 111). Yapılan sınıflandırmalarda turist rehberlerinin üstlendikleri rollerin bir kısmı adlandırmalar farklı olsa da benzerlik gösterebilmekte ve birbirini bütünler bir yapı içerisinde roller açıklanmaya çalışılmaktadır. Ancak literatürde turist rehberlerinin rolleri ile ilgili üzerinde fikir birliği sağlanmış bir sınıflandırma bulunmamaktadır. Literatürde geçmişten günümüze rehberlerin üstlendikleri rollerin tanımlanması ve açıklanmasına; Tilden (1958); McKean (1976); Gronroos (1978); Schmidt (1979), Van der Berghe (1980); Holloway (1981); Pearce (1982; 1984); Schuchat (1983); Cohen (1985); Almagor (1985); Fine ve Speer (1985); Katz (1985); Geva ve Goldman (1991); Hughes (1991); Pond (1993); Weiler ve Davis (1993); Ryan ve Dewar (1995); Dahles (1998); Kimmel (1999); Howard, Thwaites ve Smith (2001); Huges ve Ballantyne (2001); Mancini (2001); McDonnell (2001); Cohen, Ifergan ve Cohen (2002); Weiler ve Ham (2002); Dahles (2002); Christie ve Mason (2003); Bowie ve Chang (2005); Black ve Ham (2005); Rabotić (2010); Pereira ve Mykletun (2012) ve Weiler ve Black (2015) çalışmaları ile katkılar sunmuşlardır. Yapılan çalışmalara göre tarihsel gelişimi kısaca özetlemek gerekirse;

- “*Tercüman*” (Tilden, 1958),
- “*Kültür Simsarı*” (McKean, 1976),
- “*Temsilci-Satış Elemanı*” (Gronroos, 1978),
- “*Denge Unsuru-Arabulucu-Uzlaştırıcı-Şaman*” (Schmidt, 1979),
- “*Aracı*” (Van der Berghe, 1980),
- “*Aktör-Elçi-Katalizör-Bilgi Verici-Çoban-Eğitimci-Öğretmen*” (Holloway, 1981),
- “*Organizatör*” (Pearce, 1982),
- “*Yol Bulucu*” (Pearce, 1984),
- “*Lider, Akıl Hocası/Danışman, Yol Gösterici*” (Cohen, 1985),
- “*Bakıcı*” (Fine ve Speer, 1985),
- “*Rol Model*” (Weiler ve Davis, 1993),

- “Kolaylaştırıcı-Ev sahibi-Yönetici-Halkla İlişkiler Temsilcisi” (Pond, 1993),
- “Girişimci” (Dahles, 1998),
- “Kaynak Yöneticisi” (Kimmel, 1999),
- “Güvenlik Görevlisi” (Howard, Thwaites ve Smith, 2001),
- “Eğitmen, Hikâye Anlatıcısı” (Dahles, 2002),
- “Danışman” (Cohen, Ifergan ve Cohen, 2002),
- “Çevre Simsarı” (Weiler ve Ham, 2002),
- “Motive Edici” (Black ve Ham, 2005),
- “Müşteri İlişkileri Yöneticisi” (Bowie ve Chang, 2005),
- “Sosyal Katalizör” (Rabotić, 2010),
- “Ekonomik Rol” (Pereira ve Mykletun, 2012) ve
- “Deneyim Simsarı-Doğaçlamacı” (Weiler ve Black, 2015) adlandırmaları ile turist rehberlerine farklı perspektiflerden çeşitli roller yüklenmiştir.

Çalışma kapsamında turist rehberlerinin rolleri; aracılık, danışmanlık, liderlik, tanıtma, temsil, yönlendirme ve yürütme rolü olarak 7 başlık altında incelenerek, açıklanmaya çalışılmıştır:

**Aracılık Rolü:** Rehberler turistlere; turizm destinasyonu, gidilen ve gezilen mekânlar, yerel halk, diğer turistler ve temas edilen işletmeler ile ilgili seyahat deneyimlerini zenginleştirecek bilgiler aktararak, turistler ve diğerleri arasında köprü işlevi üstlenmektedir. Turizm destinasyonlarında turistler çekici turistik yerleri arama ve ulaşmada, keşfetmede çeşitli zorluklar yaşayabilmekte, turist rehberleri gösterdikleri performans ile turistlerin aracılık rolünü hissetmelerini sağlamaktadır (Rabotić, 2010: 357). Turist rehberi; bilgi vererek, sosyal ve kültürel etkiler için ortam yaratarak, turistleri bazen çevreden izole ederek bazen de çevreye entegre ederek tıpkı bir iletişim kanalı gibi hareket etmektedir (Güzel & Köroğlu, 2014: 945; Tetik Dinç, 2019: 162). Turistlerin zorluklardan arındırılmış bir çevrede bulunmalarını sağlayan turist rehberleri, problem çözen, tercümanlık yapan, ulaşım araçları, otel, yeme-içme, hatıra-hediyelik eşya alışverişi için turistleri uygun ortamlarla buluşturan, turist ve yabancı olduğu çevre arasında köprü kurarak, kendisinden beklenen rolleri yerine getirmektedir (Zhang ve Chow, 2004: 82). Cohen (1985: 13) yabancıların karşılaşmalarında turist rehberlerinin bağlantıyı sağlayan tek aktör olduklarını, dolayısıyla turist rehberlerinin aracılık rolünün önemine vurgu yapmaktadır. Turist rehberleri, güven ve dürüstlüğe dayalı bir bilgi aktarıcı görevi gören dönüştürücü temsilciler ve beklenti karşılayıcılar olarak aracılık işlevlerini yerine getirmektedirler (Gül Yılmaz, 2017: 109).

**Danışmanlık Rolü:** Turist rehberlerinin temel rollerinden biri de danışmanlık rolüdür. Turiste yabancı olduğu ortamda yön bulması ve farkındalık kazanmasında, bilinmeyen anlamlandırmasında turist rehberlerinin yardımcı olmasını ifade eden bir roldür. Turistlerin tur sürecinde gördüklerine anlamlar atfedebilmesinde, turist rehberlerinin danışmanlık rolü etkili olmaktadır. Rehber tıpkı bir eğitmen, bir öğretici, bir referans/danışman kişi gibi davranarak, turistlerin uygun davranışları sergilemelerinde yol gösterici olmaktadır. Turda grup içi ve gruplar arası (dış çevredeki gruplar) ile ilişkilerinde neyin nasıl yapılacağı, karşılaşılan durumun nasıl değerlendirilmesi gerektiği ile ilgili desteği, danışmanlık rolü ile açıklanmaktadır (Öter ve Sarıbaş, 2018: 113-114).

**Liderlik Rolü:** Rehberlerin liderlik rolü; düzenlenen turun rotasının belirlenmesi, tur programının uygulanması ve programdaki işlerin sevk ve idaresinden, etkinliklerin gerçekleştirilmesinden, gruba koçluk yaparak grup performansının artırılmasına, grup içi sosyal ve kültürel ilişki ve iletişimlerin yönetilmesine kadar birçok sorumluluğu kapsamaktadır (Tetik Dinç, 2019: 168-173; Öter ve Sarıbaş, 2018: 113). Rehberler; tur öncesinde turistleri genel olarak bilgilendirerek, gerekli seyahat donanımları ile ilgili

yapılacak hazırlıklar konusunda önerilerde bulunarak, tur başlangıcından bitimine zaman yönetimi, risk yönetimi, çatışma yönetimi ve olası kriz durumlarında kriz yönetimini gerçekleştirerek liderlik rollerine uygun davranmaktadırlar. Kusursuz bir hizmet üretimi için tüm süreci yönetip, yönlendirerek turistlerin tur ile ilgili istek ve beklentilerine ulaşmalarında, en üst düzeyde katkı sağlanmasında, rehberlerin liderlik rolü etkili bir biçimde belirleyici olmaktadır. Turist rehberlerinin, kültürel farklılıkları yönetebilme ve ortaklıklar geliştirebilme gibi insan yönelimli/ilişki yönelimli davranışlarının öneminin artması (Türkmen, 2017: 925), liderlik rollerini yeniden şekillendirmiş, başarılı bir turist rehberi olmanın belirleyicilerinden birisi olmuştur.

**Tanıtma Rolü:** Turist rehberleri turistlere; tur güzergâhını, destinasyonun sahip olduğu doğal güzelliklerini, çekiciliklerini, yöre insanını, yerel kültürü, gezilen yerlerin öne çıkan/çıkartılması gereken değerlerini, efsanelerini, tarihi geçmişini, yaşam biçimlerinden inançlara kültürel unsurlarını tanıtma sorumluluğu taşımaktadır. Rehberler aynı zamanda yöresel ürünler ve el sanatları ile hatıra ve hediyelik eşyalar konusunda da bilgiler sunarak, yörenin bilinirliğinin sağlanmasında, pazarlanmasında, yöre imajının güçlendirilmesinde tanıtma rolleri ile misyonlarını yerine getirmektedirler (Öter ve Sarıbaş, 2018: 116). Elbette ki turist rehberlerinin her konuda bilgi sahibi olması imkânsızdır ancak tur esnasında gereksinim duyacağı bilgiler (örneğin; yörenin florası, faunası, coğrafi işaretleri, ritüelleri, şöenleri, görmeden geçilmemesi gereken yerleri vb.) ile ilgili hazırlık yapan turist rehberleri, tanıtma görevlerini eksiksiz biçimde tamamlamakta, üstlendikleri sorumlulukları yerine getirmektedirler (Ayaz, 2019: 260).

**Temsil Rolü:** Turist rehberi vatandaşlık bağıyla ve aidiyet duygusuyla bağlı olduğu ülkesini, bir parçasını oluşturduğu, iş akdiyle ve örgütsel bağlılık ile bağlı olduğu işletmeyi, rehberlik hizmeti verilen turistleri diğerlerine (işletmelere, yerel halka vb.), sahip olduğu kültürü/alt kültürü diğer kültürlerle yansıtarak temsil rolünü yerine getirmektedir. Rehberler temsil rollerini yerine getirirken, turistlerle sosyal ve kültürel etkileşimlerinde sadece ülkesini ve kültürünü temsil etmemekte, turistlerin kalıp yargıları (stereotipleri) ve önyargılarının üstesinden gelerek, turistin deneyimlemek istediği yolculuğu yaratmakta, şekillendirmekte ve eşlik etmektedir (Burdenski, 2018: 47).

**Yönlendirme Rolü:** Rehberler turistleri, tur programına bağlı kalarak izlenecek yolu göstermektedir. Turların turist beklenti ve isteklerine cevap verebilmesi, turist ilgisinin çekileceği yer ya da durumların, turiste merak ve farkındalık yaratmasında turist rehberlerinin yönlendirme rolü belirleyici olmaktadır. Tur sürecinde dikkat edilmesi gereken durumlar, yapılacak aktiviteler, kazan-kazan yaklaşımı ile turistin alışverişi gibi birçok konuda rehberin yön tayin edebilme ve tatmin edici bir yol gösterici olması beklenmektedir. Turist rehberlerinin kanun/kural/düzenlemelere uyma açısından gruba yardımcı olması, yerel çevre ve kültüre saygı gösterilmesini sağlama ve yörede kabul gören davranışlar hakkında bilgi vererek yönlendirme sorumluluğu bulunmaktadır. Turistlerin uygun ücretle alınabilecek yerel ürün ve hizmetleri satın almaya teşvik etmesi de yönlendirme rolünü kapsamaktadır (Tetik, 2017: 93).

**Yürütme Rolü:** Turist rehberlerinin planlama, bilgilendirme, organizasyon yapma, turun koordinasyonunu sağlama ve tüm bu süreçlerde denetim mekanizmasını çalıştırarak, turu yönetmesi, yapması gereken tüm iş ve görevleri yerine getirmesi beklenmektedir. Tur programını hazırlama, turistlerin karşılanması, konaklama, yeme-içme ve eğlence gereksinimlerinin giderilmesi, gezi programının uygulanması, bilgilendirme ve turistlerin uğurlanmasına kadar devam eden tüm sürecin turist rehberleri tarafından yönetsel becerilerinin kullanılarak yürütülmesi kendilerinden beklenmektedir (Ahipaşaoğlu, 2006: 123).

### 3.METODOLOJİ

#### 3.1. Araştırmanın Amacı

Turist rehberliği programında öğrenim gören öğrencilerin mesleki amacı; programı başarı ile tamamlayıp, yasal yükümlülüklerini yerine getirerek turist rehberi unvanını almak, turizm sektörünün profesyonelleri arasına girmektir. Araştırmada turist rehberliğine aday öğrencilerin, “turist rehberi”ne ve çalışma iznini gösteren “çalışma kartına (kokarta)” ilişkin metaforik algılarının, metafor kaynaklarından yola çıkarak ortaya koymaktır. Belirtilen amaç doğrultusunda;

- Turist rehberliği öğrencilerinin, “turist rehberi” ve “çalışma kartı (kokart)” algılarının hangi metaforlar ile ortaya çıktığı,
- Turist rehberliği öğrencilerinin ürettikleri metaforların kaynakları ile ilişkileri gözetilerek, “turist rehberi” ve “çalışma kartı (kokart)” algılarının, hangi kavramsal kategorilere altında toplanabileceği sorularına cevap aranmıştır.

Geleceğin turist rehberlerinin; “turist rehberi” ve “çalışma kartını (kokartı)” nasıl görüp algıladıkları, zihinlerinde modelleri neye dayanarak çizdiklerini anlayabilmek bakımından, çalışmanın literatüre katkı sağlayabileceği düşünülmüştür. Literatürde; turist rehberine ilişkin metaforlarla ilgili iki çalışmaya ulaşılmıştır. İlki Yenipınar ve arkadaşlarının (2016) “turizm rehberliği lisans öğrencilerinin turist rehberliği mesleğine ilişkin algılarının mecazlarla analizi” konulu çalışmadır. Araştırmacılar, öğrencilerin turist rehberliği mesleğine yönelik “46” mecaz ürettiklerini belirtmişler, katılımcıların mesleğe yönelik olumlu algılarının yüksek, olumsuz algılarının ise düşük olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmacılar katılımcıların olumlu algılardan; “eğlenceli”, “bilgi veren” ve “lider”; olumsuz algılardan “düzensiz bir yaşam tarzı”, “yorucu”, “stresli” ve hem olumlu he olumsuz algılardan “sorun çözücü”, “sabırlı” ve “insanları idare etme” olarak mecazlar ürettiklerini tespit etmişlerdir. Ayrıca en çok tekrar edilen "kültürün babası-sorun çözücü-o ülkenin kitabı" mecazlarının, katılımcılar için mesleği çekici kılan en önemli özellikler olduğunu ifade etmişlerdir. İkinci çalışma ise Şahin, Tezcan ve Bekçi'nin (2018) “Yerli turistlerin Türkiye, İstanbul, turizm ve turist rehberi ile ilgili metaforları” başlıklı çalışmalarıdır. Araştırmacılar turist rehberine ilişkin katılımcıların 22 metafor ürettiklerini ve metaforların becerilerle ilgili, “bilgiyle ilgili” ve niteliklerle ilgili” kategoriler altında toplandığını belirtmişlerdir. Literatürde “çalışma kartı (kokart)” ile ilgili metaforik algıları tespit etmeye yönelik yapılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır.

#### 3.2. Araştırma Yöntemi

Araştırmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Bir davranış, duygu ya da düşünceyi sayısal ve sembolik hale getirmenin zor olmasından hareketle, konu ile ilgili ipuçlarını elde edebilmek ve anlayabilmek için nitel araştırma çalışmada benimsenmiştir (Kozak, 2018: 78). Çalışmanın amacına uygun olarak, kişisel ve derin bilgiler veren, metaforlar üzerinde düşünülmesini, konuşulmasını ve eyleme geçilmesine imkân tanıyan metafor analizi ile elde edilen veriler analize tabi tutulmuştur. “Anlamayı anlamak” amacına hizmet eden metafor analizi, katılımcıların araştırılan konuyla ilgili ifade ettikleri, kendilerine has ve bireysel söylemlerini ortaya çıkarmakta, onlardan en kişisel verilerin elde etmenin önünü açmaktadır (Güneş ve Fırat, 2016: 122-125). Herhangi bir olgu, durum ya da varlığın metafor analizinde; metaforun konusu, metaforun kaynağı ve son olarak metaforun kaynağından konusuna yöneltilmesi düşünülen özellikler, benzerliklerine göre sınıflandırılmakta ve kategoriler oluşturularak sonuçlandırılmaktadır.

### 3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni 2019-2020 eğitim, öğretim yılında öğrenim gören Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu, Seyahat Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Turist Rehberliği Programı öğrencilerinden oluşmaktadır. Yüksekokulun öğrenci işleri biriminden alınan verilere göre; birinci sınıfta “kayıtlı 110 – aktif 84”, ikinci sınıfa “kayıtlı 197 – aktif 105” olmak üzere, kayıtlı toplam 307, aktif toplam 189 öğrenci bulunmaktadır. Araştırmada, evrende isteyen herkesin örnekleme dâhil olabildiği (Ural ve Kılıç, 2018: 39) kolayda örnekleme yöntemi kullanılmış olup, anketi yanıtlayan 103 öğrenci örneklem içerisine alınmıştır. Örneklemi oluşturan öğrencilerin %41,75’i (n=43) 1.sınıf, %58,25’i (n=60) 2. sınıf öğrencileridir. Örneklem içerisindeki kız öğrencilerin oranı %39,8 (n=41), erkek öğrencilerin oranı ise %60,2 (n=62) olmuştur.

### 3.4. Verilerin Toplanması

Çalışma verileri, turist rehberliği bölümünde öğrenim gören öğrencilere dağıtılan soru formu aracılığıyla toplanmış olup, 2019-2020 güz yarısında tamamlanmıştır. Soru formu dağıtılmadan önce öğrencilere çalışma hakkında bilgi verilmiş, metafor kavramı açıklanmış, metafor-kaynak ilişkisini ortaya koyan örnekler verilmiştir. Katılımcılara ayrıca aktif turist rehberi olma şartları sorulmuş, katılımcıların %85,42’si (n=82) “kokart”ı, “çalışma kartı” yerine söylemsel olarak ifade ettikleri için çalışmada her iki ifade birlikte verilmiştir. “Turist rehberi” ve “çalışma kartı (kokart)” hakkında, metaforlar üreterek, zihinlerindeki resmi, ifade eden kavramı, gerekçesiyle yazmaları istenmiş ve cevaplarken hiçbir kısıt getirilmemiştir. Birden fazla metafor üretmenin de serbest olduğu çalışmada soru formunun ilk bölümü yaş, cinsiyet, okuduğu sınıf bilgilerinden oluşturulmuştur. İkinci bölümde ise “Benim için **Turist Rehberi** .....gibidir. **Çünkü** .....” ve “Benim için **Kokart**.....gibidir. **Çünkü**.....” ifadelerini tamamlamaları istenmiştir. Formun öğrenciler tarafından kendi el yazılarıyla, 20 dakikada doldurulması istenmiş olup, 1. sorudan (turist rehberi ile ilgili) elde edilen 98 adet form ve 2. sorudan (kokart ile ilgili) elde edilen 96 adet form ile araştırmanın temel veri kaynağı sağlanmıştır.

## 4. BULGULAR

Verilerin analizi aşamasında; soru formlarında “turist rehberi” ile ilgili, 103 formun 5 adeti herhangi bir metafor sağlamaması nedeniyle elenmiş, “98” form üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir. Çalışma kartı (kokart) ile ilgili 103 formun da 7 adeti herhangi bir metafor sağlamaması nedeniyle elenmiş olup, “96” form temel veri kaynağı olmuştur.

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular şu şekildedir:

“Turist rehberi” ile ilgili analize tabi tutulan 98 katılımcının cevapları incelendiğinde; katılımcıların %61,22 ‘si (n=60) erkek öğrencilerden, % 38,78’i (n=38) kız öğrencilerden oluşmaktadır. Katılımcı öğrencilerin %53,06’sı “18-20 yaş aralığında”, %33,67’si “21-24 yaş aralığında” ve %13,26’sı ise 25 yaş ve üstü yaş grubundadır. Katılımcıların %42,86’sı (n=42) “1. sınıf”, % 57,14’ü (n=56) “2. sınıf” öğrencisidir.

“Çalışma kartı (kokart)” ile ilgili analiz edilen 96 katılımcının cevapları incelendiğinde; katılımcıların %60,42’si (n=58) erkek, %39,58’i (n=38) kız öğrenciler olarak dağılım göstermektedir. Katılımcıların; %42,71’i (n=41) “1. sınıf” ve %57,29’u (n=55) “2. sınıf” öğrencileridir. Ayrıca katılımcı öğrencilerin; %54,17’si “18-20 yaş aralığında”, %32,29’u “21-24 yaş aralığında”, ve %13,54 ‘ü 25 yaş ve üstü yaş grubundadır.



#### 4.1. Turist Rehberliği Önlisans Öğrencilerinin “Turist Rehberi” Olgusuna Yönelik Metaforları

Katılımcılardan toplanan, temel veri kaynağı olarak kabul edilen 98 adet form bulunmaktadır. Önlisans öğrencileri “**turist rehberi**” ilgili olarak “**76**” adet metafor üretmişlerdir. Eş anlamlı ya da aynı kavram ile tanımlanan metaforlar, kaynakları açısından farklı gruplar altında yer aldığı için farklı bir metafor olarak kabul edilmiş, frekans ve yüzdeleri verilerek aşağıda Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1. Turist Rehberliği Önlisans Öğrencilerinin Turist Rehberliği Kavramına İlişkin Ürettikleri Metaforlar**

Sıra	Metafor	Frekans (f)	Yüzde (%)	Sıra	Metafor	Frekans (f)	Yüzde (%)
1.	Öğretmen-Kadın Hoca	5	5,10	39.	Yol	1	1,02
2.	Öğretmen-Öğretici- Öğretim Görevlisi-Tarih Öğretmeni	5	5,10	40.	Prestij	1	1,02
3.	Öğretmen	2	2,04	41.	Zeytin Ağacı	1	1,02
4.	Öğretmen	1	1,02	42.	Temsil	1	1,02
5.	Kitap-Ders Kitabı-Yazılı Eser	4	4,08	43.	Wikipedia	1	1,02
6.	Kitap-Ansiklopedi	3	3,06	44.	Kıyma	1	1,02
7.	Yol Gösterici-Lider	3	3,06	45.	Çocuk Bakıcısı	1	1,02
8.	Yol Gösterici	1	1,02	46.	Anaokulu Öğretmeni	1	1,02
9.	Lider	1	1,02	47.	Taşınabilir Projeksiyon	1	1,02
10.	Ebeveyn	2	2,04	48.	Kılavuz	1	1,02
11.	Ebeveyn	1	1,02	49.	İhtiyaç	1	1,02
12.	Anne	1	1,02	50.	Deniz Feneri	1	1,02
13.	Çoban	1	1,02	51.	Ultra Bilgi İşleme Makinası	1	1,02
14.	Çoban	1	1,02	52.	Rolls Royce	1	1,02
15.	Çoban	1	1,02	53.	Zaman Makinesi	1	1,02
16.	Para	3	3,06	54.	Binbir Surat	1	1,02

17.	Yaşam Stilim -Yaşam Biçimi	2	2,04	55.	Dış İşleri Bakanı	1	1,02
18.	Hayat Çizgisi	1	1,02	56.	Çile	1	1,02
19.	Aslan	2	2,04	57.	Psikolog	1	1,02
20.	Kurt	1	1,02	58.	Sabır Taşı	1	1,02
21.	Bilge	1	1,02	59.	Kral	1	1,02
22.	Bilge Biri	1	1,02	60.	Uçamayan Kuş	1	1,02
23.	Google ya da Yandex	1	1,02	61.	Öncü	1	1,02
24.	Google	1	1,02	62.	Pusula	1	1,02
25.	Turist-Bilgili Turist	2	2,04	63.	Anahtar	1	1,02
26.	Elçi	1	1,02	64.	Dinamiklik	1	1,02
27.	Taksi	1	1,02	65.	Simyacılık	1	1,02
28.	Sevgili	1	1,02	66.	Gezgin	1	1,02
29.	Kot Şort	1	1,02	67.	Superman	1	1,02
30.	Oyuncak	1	1,02	68.	Terazi	1	1,02
31.	Su	1	1,02	69.	Kendim	1	1,02
32.	Hobi	1	1,02	70.	Merdiven	1	1,02
33.	Dolar	1	1,02	71.	Her Gün Düzenli Yemek Yemek	1	1,02
34.	Gelecek	1	1,02	72.	Solist	1	1,02
35.	Enerjiklik	1	1,02	73.	Bilgi	1	1,02
36.	Yönetici	1	1,02	74.	Kutup Yıldızı	1	1,02
37.	Ekonomi	1	1,02	75.	Bukalemun	1	1,02
38.	Atatürk	1	1,02	76.	Gemi	1	1,02
<b>TOPLAM</b>						<b>98</b>	<b>100,00</b>

Aşağıda Tablo 2’de katılımcıların üretmiş oldukları metaforlar, metafor kaynaklarının benzerliği göz önünde bulundurularak sınıflandırılmış ve turist rehberlerinin rollerine ilişkin metaforik algıları kategorilendirilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Turist Rehberliği Kavramına İlişkin Ürettikleri Metaforların Kategorilere Göre Dağılımı

Kategoriler	Metaforlar	Metafor Adedi (n)	Metafor Frekansı (f)	Yüzde (%)
<i>Aracılık Algısı</i>	Öğretmen(2), Su(1), Hobi(1), Çoban(1), Sevgili(1), Taksi(1), Oyuncak(1), Kot Şort(1), Kıyma(1), Gezgin(1), Solist(1).	11	12	14,47
<i>Danışmanlık Algısı</i>	Öğretmen-Kadın Hoca(5), Kitap-Ansiklopedi(3), Ebeveyn(2), Kurt(1), Çoban(1), Hayat Çizgisi(1), Simyacılık(1), Çocuk Bakıcısı(1), Ana Okul Öğretmeni(1), Psikolog(1), Anahtar(1), Google Ya Da Yandex(1).	12	19	15,79
<i>Liderlik Algısı</i>	Aslan(2), Yol Gösterici-Lider(3), Atatürk(1), Çoban(1), Enerjiklik(1), Prestij(1), Deniz Feneri(1), Ultra Bilgi İşleme Makinası(1), Çile(1), Rolls Royce(1), Sabır Taşı(1), Uçamayan Kuş(1), Anne(1), Öncü(1), Merdiven(1), Superman(1), Gemi(1), Bukelemun(1), Kılavuz(1).	19	22	25,00
<i>Tanıtmaya Algısı</i>	Öğretmen-Öğretici- Öğretim Görevlisi-Tarih Öğretmeni(5), Kitap-Ders Kitabı-Yazılı Eser(4), Wikipedia(1), Bilge(1), Taşınabilir Projeksiyon(1), Yol Gösterici(1), Zaman Makinesi(1), Pusula(1), Google(1), Dinamiklik(1), Bilgi(1).	11	18	14,47
<i>Temsil Algısı</i>	Elçi(1), Temsil(1), Dışişleri Bakanı(1).	3	3	3,95
<i>Yönlendirme Algısı</i>	Zeytin Ağacı(1), Lider(1), Kutup Yıldızı(1), Yönetici(1), Öğretmen(1)	5	5	6,58
<i>Yürütme Algısı</i>	Para(3), Turist-Bilgili Turist(2), Yaşam Stili-Yaşam Biçimi(2), Ekonomi(1), Kral(1), Gelecek(1), Dolar(1), Terazî(1), İhtiyaç(1), Ebeveyn(1), Yol(1), Bilge Biri(1), Kendim(1), Binbir Surat(1), Her Gün Düzenli Yemek Yemek(1)	15	19	19,74
<b>TOPLAM</b>		<b>76</b>	<b>98</b>	<b>100,00</b>

**1.Aracılık Algısı:** Katılımcılar turist rehberini, ürettikleri metaforların kaynağında bir aracı olarak algılamışlar, “11” adet metafor üretmişlerdir. İlgili kategorinin payı, toplam üretilen metaforlar içerisinde **%14,47**’dir. Turist rehberliği öğrencilerinin ürettikleri metaforlar ve kaynaklarından bazıları aşağıda Tablo 3’te sunulmuştur.

**Tablo 3. Katılımcıların Aracılık Algısı ile İlişkilendirilen Metaforları ve Metafor Kaynakları**

Katılımcı	Metafor	Metafor Kaynağı
K5	Taksi	"Günün her saati hizmete açıktır."
K10	Oyuncak	"Oyuncak bebek gibi, parayı verip düğmeye basan konuşuyor."
K13	Hobi	"İnsanları gezdirip onlara bir şeyler anlatmak zevkli bir aktivite."
K25	Çoban	"Dolaştırdıkça bilgiyle beslenirsin."
K30	Öğretmen	"Bilgi verir."
K82	Gezgin	"İstediği her yerde işini yapabilir istediği her dilde insanlarla etkileşimde olabilirler. Bu mesleğin monoton olacağını düşünmüyorum özetle farklılık ve eğlence."
K88	Solist	"Hem bildiğini okuyor ve seslendirerek şarkıcı gibi bir nevi turist rehberi şarkıcı gibi olabilir."

**2. Danışmanlık Algısı:** Turist rehberini bir danışman gibi gören katılımcılar "12" adet metafor üretmişler ve toplam üretilen metaforlar içerisinde ilgili kategorinin payı %15,79 olmuştur. Katılımcıların ürettikleri metaforlar ve kaynaklarından bazılarını aşağıda Tablo 4'te yer verilmiştir.

**Tablo 4. Katılımcıların Danışmanlık Algısı ile İlişkilendirilen Metaforları ve Metafor Kaynakları**

Katılımcı	Metafor	Metafor Kaynağı
K2	Öğretmen-Kadın Hoca	"Bilgilerini aktarır ve bizden bir etki beklemez."
K11		"Bildiklerini anlatmak, paylaşmak, öğretmektir bir bakıma."
K36		"Rehberliğini yaptığı grup onun sınıfı gibidir. Kendilerindeki bilgileri onlara aktarır, herkese eşit davranır ve öğretir."
K98		"Bağlı bulunduğu topluluğa ilgili olduğu alanı gezdirir tanıtır ve her şeyi öğretir."
K87	Kitap-Ansiklopedi	"Turist rehberi her şeyi bilmeli aynı anda anne gibidir."
K22		"Birçok bilgi taşır, aydınlatıcıdır."
K14		"Size her istediğiniz güzelliği verebilir."
K90	Ebeveyn	"Hastalandığınızda veya boşuna geldiğinde sizinle o ilgilenir."
K18		"Yol gösterir, bilgi aktarır. Doğru ve yanlışı iletir."
K55	Ana Okul Öğretmeni	"Tura katılan insanlar tatilde olduklarından çoğunlukla küçük yaşta bir çocuk olarak davranıyorlar."
K57	Psikolog	"Çökmüş ruha neyin iyi gelebileceğini bilmeli karşı tarafı anlamalıdır."
K61	Google ya da Yandex	"Her iki arama motoru da beni yanıtız bırakmaz turist rehberinden de aynı performansı beklerim."
K63	Simyacılık	"Elimizdeki malzemeleri en iyi şekilde kullanıp bazen yoktan var etmektir turist rehberliği."
K65	Anahtar	"Geleceğin anahtarıdır zor açamadığımız kapıları açmamızı sağlar."
K17	Çoban	"Bir gruba yol gösterir."

**3. Liderlik Algısı:** Turist rehberini bir lider olarak gören ve ürettikleri "19" adet metafor ile metaforların kaynağı açısından en yüksek metafor oranına sahip kategoridir. Her 4 katılımcıdan biri (%25) ürettiği metafor ile bu kategoride yer almıştır. Üretilen metaforlar ve kaynaklarından bazıları aşağıda Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. Katılımcıların Liderlik Algısı ile İlişkilendirilen Metaforları ve Metafor Kaynakları

Katılımcı	Metafor	Metafor Kaynağı
K3	Çoban	"Sürünün yönünü belirleyen ve sürüyü koruyandır."
K8	Yol Gösterici-Lider	"Kaliteli bir seyahat için çok önemlidir."
K35		"Gezdirdiği insanların her türlü sorumluluğu ona aittir. Taşıyıcı görevini uygular, mesleğini icra eder ve eğlenir."
K20	Enerjiklik	"Bol enerjisi olmalı ve sizi de harekete geçirmelidir. Güler yüzlü ve sempatik olmalıdır."
K24	Atatürk	"Yön gösterir."
K40	Deniz Feneri	"Deniz feneri gemiye yanaşacağı limanı gösteren bir araçtır. Fırtınadan çıkmış bir geminin limana yanaşmasıyla yoğun ve tempolu bir hayattan tatile çıkan turist aynıdır. İkisinin de bir yol göstericiye ihtiyacı vardır."
K42	Ultra Bilgi İşleme Makinası	"Her açıdan çok bilgili, kültürlü ve herkesten bir adım önde olmaktır. Elinden her iş gelir."
K49	Rolls Royce	"Kendine has sunumu, kendine özel konuşması vardır. Kendine has açar kapıları ve sunar bilgilerini toplar. Turistlere ve bunu müthiş bir dizayn ile sunar."
K64	Aslan	"Bütün ormana liderlik eder."
K73		"Nasıl aslan ormanın kralı bütün hayvanlar peşinden gidiyor, turist rehberinin de etrafından insanlar gidiyor."
K67	Anne	"İnsanların sorumluluklarını üstlenir, yeme-içme barınma bilgi araştırma vb. faaliyetleri yapması gerekir. Ülkemizde de tüm sorumluluklar annelerimizdedir."
K71	Öncü	"Bulunduğu topluluğu yönetmeye çalışırlar. Öncülük ederler. Rehberlik yaparlar."
K84	Superman	"Rehberler sanki kanatsız bir melek gibi geliyordu küçükken bana. Çünkü otobüsteki bütün turistler onları dinliyor. Sanki böyle bir yönetici gibiler."
K95	Bukalemun	"Bana göre bir rehberin her konu da az da olsa bilgisi olmalıdır ve hitap ettiği kitleye uyum sağlamalıdır."
K97	Kılavuz	"Turiste yol gösterir, bilgi verir, kaliteli ya da sıradan bir kılavuz olup olmadığına göre değişir."

**4. Tanıtma Algısı:** Katılımcılar, turist rehberine ilişkin tanıtma algısı kategorisinde "11" adet metafor üretmişlerdir. Tanıtma algısı kategorisi altında yer alan metaforların, toplam üretilen metaforlar içerisinde payı %14,47'dir. Aşağıda Tablo 6'da tanıtma algısı kategorisinde üretilen metaforlar ve kaynaklarından bazıları sunulmuştur.

**Tablo 6. Katılımcıların Tanıtma Algısı ile İlişkilendirilen Metaforları ve Metafor Kaynakları**

Katılımcı	Metafor	Metafor Kaynağı
K39	Öğretmen-Öğretici- Öğretim Görevlisi-Tarih Öğretmeni	<i>“Gezip ve gördüğümüz yerleri, tarihteki olayları anlattığı için o yerlere farklı gözle bakmamızı sağlar.”</i>
K75		<i>“Geçmiş yaşantımlarını bize en doğru en iyi şekilde öğretip, gözlememizi sağlar.”</i>
K80		<i>“Gezi halinde olduğumuz zaman oradaki eserleri, tarihini, yerel kültürü bize anlatır.”</i>
K100		<i>“Genellikle turist rehberleri ülkedeki tarihi bölgeleri detaylı bir şekilde anlatır ve turistleri bilgilendirir.”</i>
K52		<i>“Bir yere gittiğimizde bilmediğimiz görmediğimiz şeyleri bize aktarır.”</i>
K27	Kitap-Ders Kitabı-Yazılı Eser	<i>“Gidilen, gezilen, gelen turistlerin ağırlandığı her turistik bölge hakkında, her konuda sahip olduğu bilgi birikimini aktarır.”</i>
K32		<i>“Tarihi, felsefi, edebi, psikolojik olsun her türlü bilgiye sahip olup, misafire bilgi satması önemli olduğu için.”</i>
K59		<i>“Her bilgiye sahiptir.”</i>
K68		<i>“Anlatıp anlatıp durur.”</i>
K31	Wikipedia	<i>“Bir tarihi yerin veya yapılar hakkında sürekli güncel bilgilere sahip olması.”</i>
K33	Taşınabilir Projeksiyon	<i>“İçindeki bilgiyi dışarıya verir. Al, git, gez, bilgi al, bırak.”</i>
K46	Yol Gösterici	<i>“Bizim ilk defa göreceğimiz yerler hakkında bilmediğimiz bilgileri aktarır ve geçmişin yolunu gösterir.”</i>
K56	Zaman Makinesi	<i>“Bizler gittiğimiz her yerde eserlerin yapıların olduğu zamana götürür. Bize, oradaymışçasına hissettirir. Kafamızdaki geçmiş ışığını açar.”</i>
K62	Pusula	<i>“Daha önce gittiği yerleri turdaki insanlara anlatır gösterir, gezdirir ve eğlendirir.”</i>
K74	Google	<i>“Gittiğim yerlerde, öğrenmek istediğimi ondan öğrenirim.”</i>
K79	Bilgi	<i>“Görmediğim coğrafyalarda, görmediğim yerlerle ilgili bilgi verir.”</i>

**5. Temsil Algısı:** Katılımcıların ürettiği “3” adet metafor ile temsil algısı kategorisi, tüm metaforların dağılımı gözönüne alındığında, %3,95 oranı ile en az yüzdellik dilime sahip kategori olmuştur. Aşağıda Tablo 7’de turist rehberinin temsil rolüne ilişkin katılımcı algılarınınca üretilen metaforlar ve kaynaklarına yer verilmiştir.

**Tablo 7. Katılımcıların Temsil Algısı ile İlişkilendirilen Metaforları ve Metafor Kaynakları**

Katılımcı	Metafor	Metafor Kaynağı
K1	Elçi	<i>“Gidilen yerin bir ön yüzü ve destekleyici bir unsurudur.”</i>
K29	Temsil	<i>“Turist rehberinin bilgili olduğu kadar temsil yeteneğinin yüksek olması gerekir.”</i>
K43	Dışişleri Bakanı	<i>“Yabancı insanlara ülkeyi tanıtmak ve güzelce reklamını yapmak için önemli bir meslek.”</i>

**6. Yönlendirme Algısı:** Turist rehberliği ön lisans öğrencilerinin, turist rehberi rollerinden yönlendirme rolüne ilişkin algılarına ait kategori altında yer alan, üretilmiş “5” adet metafor bulunmaktadır. Yönlendirme algısı kategorisi, %6,58 ile en düşük orana sahip kategorilerden

biri olmuştur. Bu kategoride üretilen metaforlar ve kaynaklarından bazıları aşağıda Tablo 8’de sunulmuştur.

**Tablo 8. Katılımcıların Yönlendirme Algısı ile İlişkilendirilen Metaforları ve Metafor Kaynakları**

Katılımcı	Metafor	Metafor Kaynağı
K94	Lider	<i>“Turist rehberi tüm grubu yönlendirir ve onlara doğru bilgiyi verir. Aynı zamanda güveniliridir.”</i>
K99	Kutup Yıldızı	<i>Kutup yıldızı bizi yönlendirir. Yön bulmamızı sağlar bir rehber de öyledir. Bilgileri ve deneyimleri ile bizim gezimizi daha keyifli hale getiri, yönümüzü tayin edebilmemize yardımcı olur.”</i>
K21	Yönetici	<i>“Bir yeri gezmek, görmek için o yeri yeterince bilen ve bizi yönlendirebilen biri lazımdır. İşte bu da turist rehberidir.”</i>
K37	Öğretmen	<i>“Genel anlamda turistleri yönlendirmesine sebep oluyor.”</i>

**7. Yürütme Algısı:** Turist rehberliği öğrencilerinin yürütme algısı kategorisi altında toplanan, üretmiş oldukları “15” adet metafor bulunmaktadır. İlgili kategoride yer alan metaforların, tüm metaforlar içerisindeki payı %19,74’tür. Katılımcıların ürettikleri metaforlar ve metaforlarının kaynaklarından bazıları aşağıda Tablo 9’da sunulmuştur.

**Tablo 9. Katılımcıların Yürütme Algısı ile İlişkilendirilen Metaforları ve Metafor Kaynakları**

Katılımcı	Metafor	Metafor Kaynağı
K44	Binbir Sürat	<i>“Her yapıda insanla karşılaşılabilceği için turu idare ederken herkesi memnun etme etme adına davranış değişir.”</i>
K45	Bilge Biri	<i>“İnsanların seyahatlerini doğru, kaliteli ve bilgi dolu geçirmeleri için ellerinden geleni yaparlar.”</i>
K58	Kral	<i>“Bir toplumun başında onu yöneten adamdır.”</i>
K60	Ebeveyn	<i>“Rehber seyahati doğuran, yöneten ve şekil verendir.”</i>
K85	Terazi	<i>“Belirlenen zamanda iletişim ve dengeyi sağlar.”</i>
K86	Kendim	<i>“Karmaşık ve çok yönlü. Yapılması gereken birçok iş, sıkı organizasyon yeteneği gerekli. Bir açıdan da enerjili meslek.”</i>
K93	Yol	<i>“Hayatımı bu mesleğe adama. Gelecekte ilerleyeceğim yolu, bu meslek üzerine kurdum. Birçok eylemi bir arada yapabildiğin bir iş.”</i>

#### 4.2. Önlisans Öğrencilerinin “Çalışma Kartı (Kokart)” Olgusuna Yönelik Metaforları

Turist rehberliği ön lisans programında öğrenim gören öğrenciler “çalışma kartı (kokart)” ile ilgili olarak “79” adet metafor üretmişlerdir. Üretilen metaforlar, frekansları ve yüzdesel oranları aşağıda Tablo 10’da verilmiştir.

**Tablo 10. Turist Rehberliği Önlisans Öğrencilerinin Çalışma Kartına (Kokarta) İlişkin Ürettikleri Metaforlar**

Sıra	Metafor	Frekans (f)	Yüzde (%)	Sıra	Metafor	Frekans(f)	Yüzde (%)
1.	Ehliyet-Sürücü Belgesi	7	7,29	41.	Pass Card	1	1,04
2.	Ehliyet	1	1,04	42.	Çoban Olabilme Kartı	1	1,04
3.	Ehliyet	1	1,04	43.	Hayalimdeki Karttır	1	1,04
4.	Anahtar	5	5,21	44.	Para	1	1,04
5.	Anahtar	1	1,04	45.	Para Kapısı	1	1,04
6.	Ev Anahtarı	1	1,04	46.	Pass	1	1,04
7.	Kimlik-Kimlik Kartı	4	4,17	47.	Ayrıcalık	1	1,04
8.	Kimlik	1	1,04	48.	Kurtuluş	1	1,04
9.	Kimliğim	1	1,04	49.	Özgürlüğüm	1	1,04
10.	Nüfus Cüzdanı	1	1,04	50.	Demirbaş	1	1,04
11.	Diploma	2	2,08	51.	Son Nokta	1	1,04
12.	Diploma	1	1,04	52.	Zirvedeki Hazine	1	1,04
13.	Diploma	1	1,04	53.	Bitiş Çizgisi	1	1,04
14.	Asıl Diploma	1	1,04	54.	Vizyona Giren Film	1	1,04
15.	Belge-Ustalık Belgesi	2	2,08	55.	Kendine Yatırım	1	1,04
16.	Onur Belgesi	1	1,04	56.	Okul Güvenliği	1	1,04
17.	Kanun	2	2,08	57.	Resmiyet	1	1,04
18.	Kanun	1	1,04	58.	Zorunluluk	1	1,04
19.	Altın	1	1,04	59.	Turistik Data	1	1,04
20.	Altın	1	1,04	60.	ÜstündenAtlanamayacak Kadar Büyük Bir Engel	1	1,04
21.	Altın Bilezik	1	1,04	61.	Uzay	1	1,04
22.	Altın Bilezik	1	1,04	62.	Lisans	1	1,04
23.	Sertifika	1	1,04	63.	Gereksiz Bir Mecburiyet	1	1,04
24.	Sertifika	1	1,04	64.	Adaya Düşmek	1	1,04
25.	Amaç	2	2,08	65.	Özgürlük Heykeli	1	1,04
26.	Çiğer	1	1,04	66.	Barbara Palvin	1	1,04
27.	Böbrek	1	1,04	67.	Lamborghini	1	1,04
28.	Ehliyet-Etiket	1	1,04	68.	Acı Biber	1	1,04
29.	Serüven Ehliyeti	1	1,04	69.	Sigara	1	1,04
30.	Pasaport	1	1,04	70.	Hikâyedir	1	1,04
31.	Araç	1	1,04	71.	Virgül	1	1,04
32.	Tapu	1	1,04	72.	Güven	1	1,04
33.	Altın Bilet	1	1,04	73.	Giysi	1	1,04
34.	Mücevher	1	1,04	74.	Rütbe	1	1,04
35.	Ekmek	1	1,04	75.	Aslan Yeleşi	1	1,04
36.	Ciddiyet	1	1,04	76.	Müzik	1	1,04
37.	Rahatlık	1	1,04	77.	İzin	1	1,04
38.	Hayat Garantisi	1	1,04	78.	Tamam	1	1,04
39.	Nefes	1	1,04	79.	Boş Kart	1	1,04
40.	İş Kartı	1	1,04				
<b>TOPLAM</b>						<b>96</b>	<b>100</b>



Aşağıda Tablo 11’de katılımcıların üretmiş oldukları metaforlar, metafor kaynaklarının benzerliği göz önünde bulundurularak sınıflandırılmış ve çalışma kartı (kokarta) ilişkin metaforik algılar kategorilendirilmiştir.

**Tablo 11. Katılımcıların Çalışma Kartına (Kokarta) İlişkin Ürettikleri Metaforların Kategorilere Göre Dağılımı**

Kategoriler	Metaforlar	Metafor Adedi (n)	Metafor Frekansı (f)	Yüzde (%)
<i>Değer Katma Algısı</i>	Ciddiyet(1), Ayrıcalık(1), Nüfus Cüzdanı(1), Ehliyet(1), Aslan Yelesi(1), Acı Biber(1), Nefes(1), Özgürlüğüm(1), Lamborghini(1), Zirvedeki Hazine(1).	10	10	12,66
<i>Değersiz Görme Algısı</i>	Boş Kart(1), Sertifika(1), Hikâyedir(1), Gereksiz Bir Mecburiyet(1).	4	4	5,06
<i>Ekonomik Yön Algısı</i>	Para(1), Rahatlık(1), Kurtuluş(1), Ekmek(1), Tamam(1), Altın Bilezik(1).	6	6	7,59
<i>Kanıt Gösterme Algısı</i>	Kimlik(1), İzin(1), Kanun(1), Ehliyet(1), Diploma(1), Güven(1), İş Kartı(1), Son Nokta(1).	8	8	10,13
<i>Kişisel Gelişim Algısı</i>	Altın(1), Virgül(1), Onur Belgesi(1), Adaya Düşmek(1), Kendine Yatırım(1), Çoban Olabilme Kartı(1).	6	6	7,59
<i>Klasik Algı</i>	Asıl Diploma(1), Rütbe(1), Lisans(1), Sertifika(1).	4	4	5,06
<i>Mesleki Avantaj Algısı</i>	Altın Bilezik(1), Anahtar(1), Mücevher(1), Pasaport(1), Pass(1), Turistik Data(1).	6	6	7,59
<i>Mesleki Zorunluluk Algısı</i>	Ehliyet-Sürücü Belgesi(7), Kimlik-Kimlik Kartı(4), Diploma(2), Kanun(2), Ehliyet-Etiket(1), Serüven Ehliyeti(1), Zorunluluk(1), Resmîyet(1), Tapu(1), Belge-Ustalık Belgesi(2), Altın Bilet(1), Bitiş Çizgisi(1), Ev Anahtarı(1), Okul Güvenliği(1), Giysi(1).	15	27	18,99
<i>Ulaşma Arzusuna İlişkin Algı</i>	Çiğer(1), Uzay(1), Barbara Palvin(1), Vizyona Giren Film(1), Hayalimdeki Kart(1), Pass Card(1), Üstünden Atlanamayacak Kadar Büyük Engel(1).	7	7	8,86
<i>Varlık Kazanma Algısı</i>	Anahtar(5), Amaç(2), Araç(1), Altın(1), Böbrek(1), Demirbaş(1), Diploma(1), Müzik(1), Sigara(1), Para Kapısı(1), Kimliğim(1), Hayat Garantisi(1), Özgürlük Heykeli(1).	13	18	16,46
<b>TOPLAM</b>		<b>79</b>	<b>96</b>	<b>100,00</b>

**1. Değer Katma Algısı:** Katılımcılar çalışma kartını (kokartı), ürettikleri metaforların kaynağında değer katan bir araç olarak algılamaktadırlar. Çalışma kartı (kokart) ile ilgili metaforların içerisinde, değer katma kategorisi oransal olarak **%12,66** paya sahiptir ve ilgili kategoride “**10**” adet metafor üretilmiştir. Bu kategoride üretilen metaforlar ve kaynaklarından bazıları aşağıda Tablo 12’de yer almaktadır.

**Tablo 12. Katılımcıların Değer Katma Algısı ile İlişkilendirilen Metaforları ve Metafor Kaynakları**

Katılımcı	Metafor	Metafor Kaynağı
K1	Ciddiyet	"Turizm ne kadar eğlence sektörü olsa da kokart bizim mesleğe ciddiyet katar."
K14	Ayrıcalık	"Herkes alamaz ve tam bir rehber olmak ayrıcalığıdır."
K63	Nüfus Cüzdanı	"İnsan için nüfus cüzdanı ne kadar önemliyse bir rehberin veya rehber adayı için de kokart aynı öneme sahiptir."
K65	Aslan Yelesi	"Olmasaydı aslanlar çok güçsüz ve çelimsiz gözükürdü."
K69	Zirvedeki Hazine	"Ulaşılması zor fakat bir kere ulaştığın zaman hayatın kolaylaşıyor."
K75	Lamborghini	"Olsa güzel olur."
K39	Acı Biber	"Yemesi bir o kadar zordur ama çiğköfteye lezzeti de o verir."
K89	Ehliyet	"Ehliyet olmadan araba çöptür, kokart olmadan da rehber çöptür."

**2. Değersiz Görme Algısı:** Katılımcılar değersiz görme kategorisinde, "4" adet metafor üretirek, olumsuz bir algı ortaya koymuşlardır. Üretilen metaforlar içerisinde oransal olarak %5,06'lık bir paya sahiptir. Katılımcıları ifade ettikleri metaforlar ve kaynaklarından bazıları aşağıda Tablo 13'te yer almaktadır.

**Tablo 13. Katılımcıların Değersiz Görme Algısı ile İlişkilendirilen Metaforları ve Metafor Kaynakları**

Katılımcı	Metafor	Metafor Kaynağı
K24	Boş Kart	"Kazanılması zor, kazanıldığında da o kadar çabaya değmeyeceğini düşünüyorum."
K68	Gereksiz Bir Mecburiyet	"Kaç yıl eğitimini aldığın bir mesleği yapabilmen için bir sürü koşulu yerine getirecek bir kart alıp yapabilmek çok saçma."
K70	Hikâyedir	"Kokartsız çalışıp, iyi para kazanan yüzlerce insan var."

**3. Ekonomik Yön Algısı:** Katılımcılar, çalışma kartı (kokarta) ilişkin, iş, para kazanma, işsizlik gibi ekonomik yönler dayanarak açıkladıkları, "6" adet metafor üretmişlerdir. Elde edilen bulgu, ekonomik yön algısı ile ilişkilendirilmiştir. Üretilen metaforlar içerisinde, ekonomik yön algısı kategorisi %7,59'luk bir dilime karşılık gelmektedir. Katılımcıların ilgili kategorideki metaforları ve metafor kaynaklarından bazıları aşağıda Tablo 14'te sunulmuştur.

**Tablo 14. Katılımcıların Ekonomik Yön Algısı ile İlişkilendirilen Metaforları ve Metafor Kaynakları**

Katılımcı	Metafor	Metafor Kaynağı
K76	Altın Bilezik	<i>"Eğer akademisyen olamazsam beni yedekte bekleyen bir meslek var."</i>
K5	Rahatlık	<i>"Para benim için rahattır. Kokart da paranın dolayısıyla rahatlığın sembolüdür."</i>
K6	Ekmek	<i>"O olmazsa, para kazanılmaz."</i>
K79	Para	<i>"Bu işin eğitimini aldığımda bir belge ve para kazanmak için gerekli bir kart."</i>
K17	Kurtuluş	<i>"Rehber olmak için ihtiyacımız olan kokart, mesleğe başlamak için ihtiyacımız ve hayata atılmamızın anahtarı. İşsizlikten kurtuluş."</i>

**4. Kanıt Gösterme Algısı:** Katılımcıların çalışma kartı (kokarta) ilişkin "8" adet metafor ürettikleri ve tüm metaforlar içerisinde oransal olarak %10,13'lük bir paya sahip olan kategoridir. Kanıt gösterme algısı olarak adlandırılan kategoriye ilişkin katılımcıların ortaya koydukları metaforlar ve metafor kaynakları aşağıda Tablo 15'te verilmiştir.

**Tablo 15. Katılımcıların Kanıt Gösterme Algısı ile İlişkilendirilen Metaforları ve Metafor Kaynakları**

Katılımcı	Metafor	Metafor Kaynağı
K3	Kimlik	<i>"Rehber için olmazsa olmaz, rehber olduğunun kanıtıdır."</i>
K21	İzin	<i>"Bu işi bildiğini ve eğitimini bu yönde almış olduğunu belirtir."</i>
K22	İş Kartı	<i>"İşini yapabilmesi için bu alanda yeterli olduğunun kanıtı, kokart kartıdır."</i>
K74	Güven	<i>"Kokartlı rehber devlet himayesinde güvenebileceğimiz birisi olduğunu gösterir. Kokartlı olmayan rehberin ne olduğu belli olmaz."</i>
K9	Son Nokta	<i>"Kokartımı aldıktan sonra kimse bana bir şey diyemez. Derse kokartı gösteririm."</i>
K42	Kanun	<i>"İstediğiniz kadar başarılı bir rehber olun, eğer kanun önünde rehber değilseniz, çalışma kartınız yoksa rehber değilsiniz."</i>
K62	Diploma	<i>"Diploma alınca nasıl ki o bölümü başarıyla bitirdiğimizi ispatlıyorsak, kokartla da turist rehberliği yetimizi ispatlarız."</i>
K46	Ehliyet	<i>"Nasıl bir aracı sürmek için ehliyet almalıyız. Çünkü ne yaparsak yapalım en iyisi, en güzeli olmalı ve bunu kanıtlayan belgeye sahip olmalıyız."</i>

**5. Kişisel Gelişim Algısı:** Katılımcıların; çalışma kartına (kokarta) yönelik, kişisel gelişim algısı kategorisi ile ilişkili “6” adet metafor üretilmiş ve tüm metaforlar içerisinde ilgili kategorinin oranı %7,59’luk bir paya sahip olmuştur. Metaforların ilgili kategori içerisinde yer almasını sağlayan kaynaklardan bazıları aşağıda Tablo 16’da verilmiştir.

**Tablo 16. Katılımcıların Kişisel Gelişim Algısı ile İlişkilendirilen Metaforları ve Metafor Kaynakları**

Katılımcı	Metafor	Metafor Kaynağı
K54	Altın	“Biz öğrenciler uzun süre boyunca sırf kokart alabilmek için çabalyoruz. İstedığımız zaman yapabileceğimiz ama zor bir süreç. Bu yüzden altın değerinde.”
K83	Onur Belgesi	“Kokardı çıkartmak için gerçekten başarı gerekir. Bu çalışma belgesini alanlar da doğal olarak onurlanıyorlar. Azimle çalışan duvarı deler.”
K43	Kendine Yatırım	“Hayatın birçok alanında 2. bir dil bizi her zaman ön planda tutar. Farklı bir dil aynı zamanda öz güvenin artması demektir. Onun dışında kültür öğrenmek için çok katkı sağlayan bir ayrıcalıktır. Ne demişler; bir lisan bir insan demektir.”
K18	Çoban Olabilme Kartı	“Çoban olmak için de çaba gösterilir.”

**6. Klasik Algı:** Turist rehberliği öğrencilerinin kokardı klasik olarak tanımladıkları “4” adet metafor bu kategoride üretilmiştir. Tüm metaforlar içerisindeki oranı %5,06’dır. Katılımcıların klasik algı kategorisinde sınıflandırılmış metafor ve kaynaklarından bazıları aşağıda sunulmuştur.

**Tablo 17. Katılımcıların Klasik Algı ile İlişkilendirilen Metaforları ve Metafor Kaynakları**

Katılımcı	Metafor	Metafor Kaynağı
K66	Asıl Diploma	“Akademik kısmı bitirdikten sonra mesleğin başlama nedenidir.”
K98	Rütbe	“Bir gruba öncülük eden turist rehberi vardır. Bu rehber turistleri komuta eder yani turistlere göre farklı bir konumu vardır.”
K58	Sertifika	“Turist rehberinin misafirine daha iyi bir hizmet sunabilmesi için edinmesi gereken bir karttır.”

**7. Mesleki Avantaj Algısı:** Katılımcıların çalışma kartına (kokarta) ilişkin mesleki avantajlarını vurgulayan ifadelerinde “6” adet metafor üretilmiştir. Üretilen metaforlar, tüm metaforların içerisinde oransal olarak %7,59’luk bir paya sahiptir. Katılımcıların metaforları ve dayanak oluşturan kaynakları aşağıda Tablo 18’de yer almaktadır.

**Tablo 18. Katılımcıların Mesleki Avantaj Algısı ile İlişkilendirilen Metaforları ve Metafor Kaynakları**

Katılımcı	Metafor	Metafor Kaynağı
K10	Mücevher	<i>"Her yerde havan oluyor. Bir ortamdaysan dikkat çekiyorsun."</i>
K67	Anahtar	<i>"Kokarda sahip olunca mesleğimle ilgili tüm kapıları açarım."</i>
K28	Pasaport	<i>"Çok farklı kültürler tanıyıp onlarla vakit geçirmeyi ve farklılıklara rağmen ortaya çıkan ahengi görme şansını yaratıyor."</i>
K33	Pass	<i>"Kokardın olursa kolayca turist rehberi olup, tarihi alanlara bedava ve kolayca geçiş sağlıyorsunuz."</i>
K90	Altın Bilezik	<i>"Nereye gidersen git, belgen sayesinde mesleği yerine getirmek."</i>
K27	Turistik Data	<i>"Sarı kartı seçtiğimizde rakipleri sollarız."</i>

**8. Mesleki Zorunluluk Algısı:** Katılımcıların en fazla metafor ürettikleri kategori olarak öne çıkmıştır. Üretilen metaforların dağılımı incelendiğinde **%18,99**'luk paya sahip olan mesleki zorunluluk kategorisi içerisinde **"15"** adet farklı metafor ortaya çıkmıştır. Katılımcıların metaforları ve metafor kaynaklarından bazıları aşağıda Tablo 19'da sunulmuştur.

**Tablo 19. Katılımcıların Mesleki Zorunluluk Algısı ile İlişkilendirilen Metaforları ve Metafor Kaynakları**

Katılımcı	Metafor	Metafor Kaynağı
K71	Zorunluluk	<i>"Hiç bir rehberin kokartsız çalışmasını istemiyorum."</i>
K78	Kanun	<i>"Kokart sahibi kişi legal işi yapan, vergisini veren kişidir."</i>
K13		<i>"İşimi zevkle ve resmi yapabilirim."</i>
K81	Kimlik-Kimlik Kartı	<i>"Rehberlerin emekleri, o çabaları, o minik kartla bile anlaşılıyor. Önemli ve gerekli bir kart olduğunu düşünüyorum."</i>
K96		<i>"Yanına almadığında turist rehberi özelliğinden stırılmış gibi olursun ve kokardın yoksa rehber olamazsın."</i>
K41		<i>"Kimliğimiz olmadan hiçbir resmi makamda var olamazsınız. Tıpkı kokardınız yokken hiçbir resmi turda olamayacağınız gibi."</i>
K31		<i>"Onu taşıdığın sürece bu mesleği yapabilirsin."</i>
K56	Altın Bilet	<i>"Mesleğimi elimize alabilmemiz için çalışma belgesi almalyız."</i>
K59	Tapu	<i>"Tapu olmadan bir malı sahiplenemeyiz ama olursa bir şey olmaz."</i>

K73	Belge-Ustalık Belgesi	<i>“Sonuçta bu kokart, asıl adı çalışma kartı, kâğıt parçası olmadan bu mesleği resmi olarak yapamazsın.”</i>
K91		<i>“Bu kart olmadan mesleğimi icra edemiyorum. Bu kartı aldığımda meslekte uzman olduğumu gösterir.”</i>
K80	Ehliyet-Sürücü Belgesi	<i>“Nasıl ehliyetsiz araç kullanamıyorsak bunda da mesleği yapmak istiyorsak, belgemizi almamız şart.”</i>
K85		<i>“Ehliyetsiz yola çıkamamak gibidir.”</i>
K57		<i>“Artık bu işi yapabileceğimizi sürücü koltuğuna oturup kontrolü elimize alabileceğimiz anlamına gelir.”</i>
K92		<i>“Yapabildiğim işin resmi olarak yasal olduğunu ve belli ve düzenli eğitim olduğunu gösterir.”</i>
K35		<i>“Arabayı ehliyetsiz sürerseniz işin cezası büyük olur.”</i>
K15		<i>“Araban varsa bile ehliyetin yoksa ona binemezsin. Kokart da böyledir. 10 tane dilde bilsen kokartın yoksa rehber olamazsın.”</i>
K47		<i>“Biz rehber adaylarının ileride insanlarla iletişim kuracağımızdan dolayı bir nevi yasalar gereğinde ehliyet gibidir.”</i>
K84	Bitiş Çizgisi	<i>“Bitiş çizgisini geçmeden, turist rehberi olamazsın.”</i>
K88	Serüven Ehliyeti	<i>“Ehliyetsiz birisi nasıl arabayı süremezse kokartsız rehber de rehberlik yapamaz.”</i>
K95	Ehliyet / Etiket	<i>“Turist rehberinin legal bir şekilde faaliyet sürdürebilmesi için gerekli kart. Bir ürünlerdeki fiyat etiketi gibi sürekli taşımanız gerekir.”</i>
K52	Resmiyet	<i>“Bu mesleği yapmak için bu kokartı çıkartmam gerekir. Kokart olmadan da yapabilirim ama resmi olmaz .”</i>
K7	Ev Anahtarı	<i>“Anahtar olmadan kapı açılmaz. Kokart olmadan da görev yapamayız.”</i>
K11	Diploma	<i>“Mesleğin olmazsa olmazlarından”</i>
K51		<i>“Diploma kokartsız yani bugünkü adı ile çalışma belgesi almadan diploma da rehber de olmaz.”</i>

**9. Ulaşma Arzusuna İlişkin Algı:** Katılımcılar çalışma kartına (kokarta) yönelik duygularını, metafor kaynaklarını oluşturan ifadelerinde belirtmişler, ilişkilendirilen kategori altında üretilmiş “7” metafor yer almıştır. Ulaşma arzusuna ilişkin algı kategorisi, tüm metaforların dağılımları incelendiğinde oransal olarak %8,86’lık bir paya sahiptir. Bu kategoride üretilen metaforlar ve katılımcı ifadeleri aşağıda verilmiştir.

Tablo 20. Katılımcıların Ulaşma Arzusuna İlişkin Algı ile İlişkilendirilen Metaforları ve Metafor Kaynakları

Katılımcı	Metafor	Metafor Kaynağı
K4	Ciğer	"Biz de kedisi gibiyiz, anca bakarız."
K20	Barbara Palvin	"Onu almak istiyorum :)."
K29	Vizyona Giren Film	"Hemen sahip olmak istiyorum."
K77	Uzay	"Çok çabalamak ve başarmak gerekir, zordur. Tıpkı uzaya çıkmanın zor olduğun gibi."
K87	Hayalimdeki Karttır	"Hayalimdeki mesleğim, para etmem için gerekli ruhsat."
K94	Pass Card	"Turist rehberi için onlarca açılan otomatik kapı cennetin kartıdır. I want to tour guide card."

**10. Varlık Kazanma Algısı:** "13" metafor ve "%16,46"lık oran ile en fazla metafor üretilen 2. kategori olmuştur. Katılımcıların metaforları ve kaynakları sorusuna verdikleri yanıtlar, varlık kazanma algısı kategorisi ile ilişkilendirilmiştir. Katılımcıların metaforları ve metafor kaynaklarından bazıları aşağıda Tablo 21'de verilmiştir.

Tablo 21. Katılımcıların Varlık Kazanma Algısı ile İlişkilendirilen Metaforları ve Metafor Kaynakları

Katılımcı	Metafor	Metafor Kaynağı
K97	Anahtar	"Çalışmalarımızın, emeklerimizin sonucunda kazandığımız, sevdiğimiz mesleğimize başlamanın kapısını açmaktır."
K36		"Mesleğini yapabilmesi için onun olması gerekir. Mesleğimiz bir çelik kasa ve anahtarı bulursak, o kasanın içindeki varlıklara sahip olacağız."
K37		"Okulu bitirip diploma aldıkta sonra kokart alabilmek için istenilen şartları tamamlamak. Topladığım bütün bilgileri anlatabileceğim, gezebileceğim, bilmediğim şeyleri öğrenebileceğim kapının kilidini açar."
K38		"Rehberlik kapısını açmak için bir kokarda (anahtara) ihtiyacımız var."
K50		"Önümde mesleğimi yapmam için açmam gerek kapıları açmama yardımcı olur."
K2	Araç	"O olmadan, biz rehber adayları bir hiçiz."
K16	Kimliğim	"Kokart beni anlatır. Dolayısıyla o olmadan ben bir hiçimdir."
K23	Özgürlük Heykeli	"Bütün çalışmanın sonucunu alıp, özgürlüğe kavuşmaktır."
K25	Diploma	"Onsuz olmaz."
K30	Demirbaş	"O olmazsa olmaz."
K34	Böbrek	"İnsan tek bir böbreğiyle de yaşar ama hep bir eksik."
K53	Amaç	"Elde ettiğimiz zaman istediğimiz mesleği yapabiliriz"
K40		"Elde ettiğimiz zaman istediğim mesleği turist rehberliğini yapmamı sağlar."
K44	Para Kapısı	"Kokart olmadan bu mesleği yapmam imkânsız."
K45	Müzik	"Seyahati dansa benzetme gibi tur yapabilmek işimi dansımı icra edebilmek için kokarda ihtiyacım vardır."
K48	Sigara	"Olmazsa olmaz."

## 5. SONUÇ

Turizm sektöründe turist rehberleri, üstlendikleri rolleri, sahip oldukları tutumları ve sergiledikleri davranışları ile son derece özel ve önemli bir konumdadırlar. Çalışma kapsamında, turist rehberliği programında öğrenim gören rehber adaylarının; "turist rehberi"ne ve turist rehberliği mesleğini aktif olarak icra edebilmeyi sağlayan "çalışma kartına (kokarta) ilişkin algılarını öğrenmek için metaforlardan yararlanılmıştır. Katılımcıların ürettikleri metaforlar ve metaforların kaynakları yardımıyla, "turist rehberi" ve "çalışma kartı

(kokarta) ilişkin algıların ortaya çıkartılmaya çalışıldığı araştırmanın elde edilen bulguları ile ulaşılan sonuçlardan bazıları şunlardır: Turist rehberliği öğrencileri “turist rehberi”ne ilişkin “76” adet metafor üretmişlerdir. Ürettikleri metaforlar, metafor kaynaklarının benzerlikleri gözetilerek sınıflandırılmış, toplam “7” kategori altında metaforlar dağılım göstermiştir. Kategoriler üretilen metaforlar açısından sıralandığında; üretilen metaforların %25’ine sahip olan, en fazla metafor üretilen, “liderlik algısı (n=19)” kategorisi birinci sırada yer almıştır. İkinci sırada “yürütme algısı (n=15)” kategorisi ve üçüncü sırada ise “danışmanlık algısı (n=12)” kategorisi öne çıkmıştır. Katılımcılar ürettikleri metaforlar ile turist rehberinin mesleki rolleri arasında bulunan; liderlik, yürütme ve danışmanlık rollerini ürettikleri “46” adet metaforun kaynakları ile açıklamışlardır. Turist rehberliği öğrencilerinin %60,53’lük oran ile turist rehberine yükledikleri, “liderlik”, “yürütme” ve “danışmanlık” rollerini, yüksek düzeyde algıladıkları tespit edilmiştir. Katılımcılardan;

**K3:** “Turist rehberi, çoban gibidir. Çünkü sürünün yönünü belirleyen ve sürüyü koruyandır.” (liderlik rolü);

**K60:** “Turist rehberi, ebeveyn gibidir. Çünkü rehber seyahati doğuran, yöneten ve şekil verendir.” (yürütme rolü);

**K61:** “Turist rehberi Google ya da Yandex gibidir. Çünkü her iki arama motoru da beni yanıtsız bırakmaz, turist rehberinden de aynı performansı beklerim.” (danışmanlık rolü) ifadeleri ile turist rehberine yükledikleri anlamları, zihinlerinde oluşan görüntüyü, bir diğer ifadeyle nasıl algıladıklarını açıklamışlardır.

Turist rehberliği öğrencileri, “temsil algısı” ile ilgili yalnızca “3” adet metafor üretmişler ve üretilen tüm metaforlar içerisinde %3,95’lik bir pay ile en düşük orana sahip, turist rehberine atfedilen rol olmuştur. Elde edilen bulgu dikkat çekicidir. Turist rehberi adaylarının ülkelerini, kültürlerini, işletmelerini temsil edecek bireyler olarak, temsil rollerine ilişkin farkındalıklarının artırılması ve üstlenecekleri bu önemli görevleri, kendilerinden beklenen biçimde yerine getirebilmeleri için eğitimlerle gelişim desteğinin ilgili tüm paydaşlarca verilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Katılımcılar “çalışma kartı (kokart)” ile ilgili “79” adet metafor üretmişlerdir. Öğrencilerin ürettikleri metaforlar “10” kategori altında toplanmıştır. En yüksek paya sahip olan üç algı kategorisi “mesleki zorunluluk algısı”, “varlık kazanma algısı” ve “değer katma algısı” %50’ye yaklaşan bir orana karşılık gelmektedir. Elde edilen bulgu, öğrencilerin “çalışma kartını (kokartı)” alınması gereken bir belge, sahip olduklarında varlıklarını ve kişisel değerlerini arttıran bir ruhsat olarak gördüklerinin bir kanıtıdır. Özellikle “...olmazsa olmaz...”, “onsuz olmaz...”, “o olmadan biz rehber adayları bir hiçiz.”, “onu taşıdığın sürece bu mesleği yapabilirsin”, “yanına almadığında turist rehberi özelliğinden sıyrılmış gibi olursun ve kokartın yoksa rehber olamazsın.”, “ehliyet olmadan araba çöptür, kokart olmadan da rehber çöptür.” gibi kesin ifadeler öğrencilerin bu algılarını ortaya koymaktadır. “Ekonomik yön algısı”, “mesleki avantaj algısı” ve “kişisel gelişim algısı” kategorilerinin her birinde ayrı ayrı “6” adet metafor üretilmiş ve her biri %7,59’luk bir paya sahip olmuştur. Üretilen metaforların % 8,86’lık kısmı “çalışma kartı (kokarta)” ulaşma arzunu işaret etmektedir. “ciğer; çünkü biz de kedisi gibiyiz, anca bakarız”, “vizyona giren film, hemen sahip olmak istiyorum.”, “Pass Card; turist rehberi için onlarca açılan otomatik kapı cennetin kartıdır. I want to tour guide card” algılardaki bu isteği ve zorluğu vurgulamaktadır. Ayrıca üretilen metaforların yaklaşık %10,13’lük bir kısmı rehber adaylarının “çalışma kartı (kokartı)”, kanıt belgesi olarak algıladıklarını göstermektedir. Kokartı tanımlayan algıları, öğrencilerin bu konuda klasik anlayıştan uzak olduklarını ve yaratıcılıklarını ortaya koymaktadır. Kokartı önemsemeyen, gereksiz olduğunu düşünen



metafor sayısı “4”, oranı ise %5,06’dır. Olumsuz algıların büyük bir kısmı da bu kategoride yer almaktadır.

#### KAYNAKÇA

- Ahipaşaoğlu, S. H. 2006. "Turizmde Rehberlik", (2. B.), Ankara, Gazi Kitabevi, ss.256.
- Almagor, U. 1985. "A Tourist's "Vision Quest" in an African Game Reserve", *Annals of Tourism Research*, 12 (1), ss. 31-47.
- Ap, J., & Wong, K. K. 2001. "Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems", *Tourism Management*, 22, ss. 551-563.
- Ayaz, N. 2019. "Tur Yönetimine Giriş", Ö. Köroğlu, & Ö. Güzel içinde, *Kavramdan Uygulamaya Turist Rehberliği Mesleği* (ss. 249-273), Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık, 520s.
- Black, R., & Ham, S. 2005. "Improving The Quality of Tour Guiding: Towards a Model for Tour Guide Certification", *Journal of Ecotourism*, 4 (3), ss. 178-195.
- Bowie, D., & Chang, J. C. 2005. "Tourist Satisfaction: A View from A Mixed International Guided Package Tour", *Journal of Vacation Marketing*, 11 (4), ss. 303-322.
- Burdenski, A. 2018. "An Emerging Arctic Destination in the Worldmaking - The Journey of a Tour Guide in Greenland", Unpublished Master Thesis, Aalborg University, Denmark.
- Christie, M. F., & Mason, P. A. 2003. "Transformative Tour Guiding: Training Tour Guides to Be Critically Reflective Practitioners", *Journal of Ecotourism*, 2 (1), ss. 1-16.
- Cohen, E. 1985. "The Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of A Role", *Annals of Tourism Research*, 12 (1), ss. 5-29.
- Cohen, E. H., Ifergan, M., & Cohen, E. 2002. "A New Paradigm in Guiding: The Madrich As A Role Model", *Annals Of Tourism Research*, 29 (4), ss. 919-932.
- Çolakoğlu, O. E., Epik, F., & Efendi, E. 2010. *"Tur Yönetimi ve Turist Rehberliği"* (2. B.). Ankara, Detay Yayıncılık, 230s.
- Dahles, H. 1998. "Tourism, Government Policy, and Petty Entrepreneurs in Indonesia", *South East Asia Research*, 6 (1), ss. 73-98.
- Dahles, H. 2002. "The Politics of Tour Guiding: Image Management in Indonesia", *Annals of Tourism Research*, 29 (3), ss. 783-800.
- Fine, E. C., & Speer, J. H. 1985. "Tour Guide Performances As Sight Sacralization", *Annals of Tourism Research*, 12 (1), ss. 73-95.
- Geva, A., & Goldman, A. 1991. "Satisfaction Measurement in Guided Tours", *Annals Of Tourism Research*, 18 (2), ss. 177-185.
- Gronroos, C. 1978. "A Service-Orientated Approach to Marketing of Services", *European Journal of Marketing*, 12 (8), ss. 588-601.
- Gül Yılmaz, E. 2017. "Rekreasyonel Liderlik", M. Akoğlan Kozak içinde, *Rekreasyonel Liderlik ve Turist Rehberliği: Kavram ve Kuramlar Üzerinden Bir Analiz* (ss. 96-136), Detay Yayıncılık, 281s.
- Güneş, A., & Fırat, M. 2016. "Açık ve Uzaktan Öğrenmede Metafor Analizi Araştırmaları", *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 2 (3), ss. 115-129.

- Güzel, F. Ö., & Köroğlu, Ö. 2014. "Turist Rehberlerinin Liderlik ve Aracılık Rollerinin Tur Deneyimine Etkisi: Doğa Turları Üzerine Bir Araştırma", *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 13 (4), ss. 939-960.
- Holloway, J. C. 1981. "The Guided Tour: A Sociological Approach", *Annals of Tourism Research*, 8 (3), ss. 377-402.
- Howard, J., Thwaites, R., & Smith, B. 2001. "Investigating The Role of The İndigenous Tour Guide", *Journal of Tourism Studies*, 12 (2), ss. 32-39.
- Hughes, K. 1991. "Tourist Satisfaction: A Guided "Cultural" Tour in North Queensland", *Australian Psychologist*, 26 (3), ss. 166-171.
- Hughes, K., & Ballantyne, R. 2001. "Interpretation in Ecotourism Settings: Investigating Tour Guides' Perceptions of Their Role, Responsibilities and Training Needs", *Journal of Tourism Studies*, 12 (2), ss. 2-9.
- Katz, S. 1985. "The Israeli Teacher-Guide: The Emergence and Perpetuation of A Role", *Annals of Tourism Research*, 12 (1), ss. 49-72.
- Kaygalak Çelebi, S. 2019. "Turist Rehberliği Terminolojisi", Ö. Köroğlu, & Ö. Güzel içinde, *Kavramdan Uygulamaya Turist Rehberliği Mesleği* (ss. 27-52), Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık, 520s.
- Kimmel, J. R. 1999. "Ecotourism As Environmental Learning", *The Journal of Environmental Education*, 30 (2), ss. 40-44.
- Kozak, M. 2018. "Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri", (4. B.), Detay Yayıncılık, Ankara, 221s.
- Mancini, M. 2001. "Conducting Tours", (3. B.), Albeni, NY: Delmar Thomson Learning, 272s.
- McDonnell, I. 2001. "The Role of The Tour Guide in Transferring Cultural Understanding. Sydney: University of Technology Scholl of Leisure, Sport and Tourism", <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.465.8034&rep=rep1&type=pdf> (27.09.2020).
- McKean, P. F. 1976. "An Anthropological Analysis of The Culture Brokers of Bali: Guides, Tourists And Balinese", A Background Paper for The UNESCO/World Bank Seminar on The Socio-Cultural Impacts on Tourism. Washington: Oxford University Press.
- Öter, Z., & Sarıbaş, Ö. 2018. "Turist Rehberlerinin Görevleri ve Rollerini", S. Eser, S. Şahin, & A. C. Çakıcı içinde, *Turist Rehberliği* (ss. 101-118), Ankara, Detay Yayıncılık, 342s.
- Pearce, P. L. 1982. "Tourists and Their Hosts: Some Social and Psychological Effects of Inter-Cultural Contact", S. Bochner içinde, *Cultures in Contact: Studies in Cross-Cultural Interaction* (ss. 199-221), Oxford, New York: Pergamon Press, 231s.
- Pearce, P. L. 1984. "Tourist-Guide Interaction". *Annals of Tourism Research*, 11 (1), ss. 129-146.
- Pereira, E. M., & Mykletun, R. J. 2012. "Guides as Contributors to Sustainable Tourism? A Case Study from the Amazon", *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12 (1), ss. 74-94.
- Pond, K. L. 1993. "The Professional Guide: Dynamics of Tour Guiding", New York, Van Nostrand Reinhold, 274s.

- Rabotić, B. 2010. "Tourist Guides İn Contemporary Tourism", International Conference On Tourism And Environment, (ss. 353-364). Sarajevo: Philip Noel-Baker University.
- Ryan, C., & Dewar, K. 1995. "Evaluating The Communication Process Between Interpreter and Visitor", *Tourism Management*, 16 (4), ss. 295-303.
- Schmidt, C. J. 1979. "The Guided Tour: Insulated Adventure", *Urban Life*, 7 (4), ss. 441-467.
- Schuchat, M. G. 1983. "Comforts of Group Tours", *Annals of Tourism Research*, 10 (4), ss. 465-477.
- Taş Gürsoy, İ., & Sonuç, N. (2020). "Turizm ve Kültür: Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Algılarına İlişkin Metafor Analizi", *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15 (23), ss. 1809-1828.
- Tetik Dinç, N. 2019. "Turist Rehberlerinin Rollerini", Ö. Koroğlu, & Ö. Güzel içinde, *Kavramdan Uygulamaya Turist Rehberliği Mesleği* (ss. 157-184). Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık, 520 s.
- Tetik, N. 2017. "Sürdürülebilir Turizm Yönetiminde Turist Rehberliği", Ö. Güzel, V. Altıntaş, & İ. Şahin içinde, *Turist Rehberliği Araştırmaları: Öngörüler ve Uygulamalar* (ss. 81-99). Ankara, Detay Yayıncılık, 305 s.
- Tilden, F. 1958. "Interpreting our Heritage: Principles and Practices for Visitor Services in Parks, Museums, and Historic Places", *The North Carolina Historical Review*, 35 (2), ss. 261-263.
- Türkmen, M. T. 2017. "Turist Rehberlerinin Liderlik Yönelimlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16 (3), ss. 913-927.
- Ural, A., & Kılıç, İ. 2018. *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi* (5 b.). Detay Yayıncılık, Ankara, 302s.
- Van den Berghe, P. L. 1980. "Tourism As Ethnic Relations: A Case Study of Cuzco, Peru", *Ethnic and Racial Studies*, 3 (4), ss. 375-392.
- Weiler, B., & Black, R. 2015. "The Changing Face of The Tour Guide: One-Way Communicator to Choreographer to Co-Creator of The Tourist Experience", *Tourism Recreation Research*, 40 (3), ss. 364-378.
- Weiler, B., & Davis, D. 1993. "An Exploratory Investigation Into The Roles of The Nature-Based Tour Leader", *Tourism Management*, 14 (2), ss. 91-98.
- Weiler, B., & Ham, S. H. 2002. "Tour Guide Training: A Model for Sustainable Capacity Building in Developing Countries", *Journal of Sustainable Tourism*, 10 (1), ss. 52-69.
- Yenipınar, U.; Bak, E.; Çınar, B.; Sahilli Birdir, S.; Çapar, G. 2016. *Turizm Rehberliği Lisans Öğrencilerinin "Turist Rehberliği" Mesleğine İlişkin Algılarının Mecazlarla Analizi*, 17. Ulusal Turizm Kongresi "Akademi-Sektör Buluşması" ss. 1287-1296, Ankara, Detay Yayıncılık. 1297s.
- Zhang, H. Q., & Chow, I. 2004. "Application of Importance-Performance Model in Tour Guides' Performance: Evidence from Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong", *Tourism Management*, 25 (1), ss. 81-91.