

TURİZM REHBERLİĞİ ÖĞRENCİLERİNİN "TÜRK MUTFAĞI" KAVRAMINA İLİŞKİN ALGILARININ METAFORLAR YÖNTEMİ İLE BELİRLENMESİ

Özlem Köroğlu

Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü

Doç. Dr.

ozlemkoroglu_98@yahoo.com

Selin Manav

Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Yüksek Lisans Öğrencisi

selinmanav@gmail.com

Kağan Çağrı Karaca

Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Yüksek Lisans Öğrencisi

kaancagrikaraca@gmail.com

Özet

Bu araştırmanın amacı turizm rehberliği öğrencilerinin "Türk Mutfağı" kavramına ilişkin algılarının metaforlar yöntemi ile belirlenmesidir. Araştırma, Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği bölümünde öğrenim gören 281 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada yarı yapılandırılmış bir anket formu hazırlanmıştır. Anket formunda bu araştırmaya katılanlardan "Bana Göre Türk Mutfağı ... Gibidir. Çünkü ..." cümlesini tamamlamaları istenmiştir. Turizm rehberliği öğrencilerinin "Türk Mutfağı" kavramına ilişkin düşünceleri nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi ile çözümlenmiştir. Araştırmada "Türk Mutfağı" kavramına ilişkin olarak toplam 154 metaforun geliştirildiği görülmüştür. Geliştirilen metaforlara yönelik 10 kategori

oluşturulmuştur. Bu çalışma, turizm rehberliği öğrencilerinin Türk kültürünün önemli bir parçası olan "Türk Mutfağı" kavramına yönelik sahip olduğu algılamalarının ortaya çıkarılması ve varsa olumsuz algılamaların giderilmesi açısından önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Turizm rehberliği öğrencileri, Türk mutfağı, Algı, Metafor.*

Alan Tanımı: Turizm (Gastronomi ve Mutfak Sanatları)

DETERMINATION OF TOURISM GUIDING STUDENTS' PERCEPTIONS RELATED TO THE CONCEPT OF "TURKISH CUISINE" THROUGH METAPHOR METHOD

Abstract

The purpose of this study is to determine the perceptions of tourism guiding students towards the concept of "Turkish Cuisine" by the metaphor method. The research was conducted with 281 students studying in Balıkesir University Tourism Faculty Tourism Guiding Department. A semi-structured questionnaire was prepared in the study. In the questionnaire form, participants were asked, "Turkish Cuisine is like..., because..". The perceptions of tourism guiding students towards the concept of "Turkish Cuisine" were solved by content analysis which is one of the qualitative research methods. A total of 154 metaphors were developed regarding the concept of "Turkish Cuisine" in the research. 10 categories were developed for the developed metaphors. This study is important in terms of revealing the perceptions of tourism guiding students towards the concept of "Turkish Cuisine" which is the important part of the Turkish culture and eliminating negative perceptions.

Key words: *Tourism guiding students, Turkish cuisine, Perception, Metaphor.*

JEL Code: C89

1. GİRİŞ

Mutfak kültürü, yemek, yiyecek ve içecek türleri, yiyeceklerin hazırlanması, pişirilmesi ve saklanması için gerekli malzemeler ve yöreden yöreye değişen yeme içme geleneklerinin oluşturduğu inanış ve uygulamaları kapsayan kültürel yapı olarak tanımlanmaktadır (Güler ve Olgaç,2010:228). Toplumlar sahip

oldukları farklı mutfak kültürleri ile ortaya çıkmaktadırlar. Bir toplumun neyi yediği veya yemediği o toplumun kültürel şifrelerini de gözler önüne sermektedir. Toplumların mutfak kültürü, yaşadıkları yörenin dini inancı, coğrafi ve tarımsal özellikleri, sosyo-ekonomik koşulları ve diğer toplumlarla olan ilişkilerine göre şekillenmektedir. Bu unsurlardan birinde oluşan değişim, mutfak kültürünü de etkilemekte ve böylelikle mutfak kültürleri etkileşip değişerek zenginleşmekte veya farklı bir mutfak kültürünün içerisinde yöreselleşmekte ya da yok olmaktadır (Közleme,2012:9-10). Yöresel yiyecekler, buldukları destinasyonu farklılaştırmakta ve destinasyon için ulus markası oluşturmaktadır (Çin, Fransız, İtalyan, Türk Mutfağı vs. gibi) (Hacıoğlu vd.,2009).

Türk mutfağı, Anadolu'nun köklü tarihsel geçmişi gibi oldukça sağlam bir tarihe ve kültüre sahiptir (Çakıcı ve Eser,2016:216). Türk mutfak kültürü incelendiğinde, Orta Asya'dan günümüze kadar gelen tarihsel bir süreç görülmektedir. Bu tarihsel süreçte diğer kültürlerle yaşanan etkileşim, Asya ve Anadolu topraklarındaki ürünlerin çeşitliliği, Selçuklu ve Osmanlı saraylarında yeni gelişen tatların varlığı, Mezopotamya'dan kaynaklanan Anadolu mutfağının varlığı gibi etkenler sayesinde Türk mutfağı renkliliğini ve çeşitliliğini kazanmıştır (Güler,2010:24-25). Yapılan araştırmalar, Türk mutfağının dünyanın en zengin üç mutfağı arasında yer aldığını göstermektedir (Serçeoğlu,2014:37).

Turistler farklı bölgelere gittiklerinde o bölgeye özgü yiyecek ve içecekleri merak uyandırıcı ve denemeye değer bulmaktadırlar. Böylece o bölgenin mutfağı, turistlerin tatil deneyimlerinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Gidilecek yerin belirlenmesinde o bölgenin mutfağı, tatilin temel ya da ikincil motivasyonu olmaktadır (Albayrak,2013:5051). Turizm, toplumları birbirine yakınlaştırmaktadır. Bu yakınlaşmada yemekler de önemli bir araçtır. Turist gittiği ülkenin yemeklerini tatmakta, bu farklı lezzetlerden hoşlanmakta, ülke ve insanlarına sıcaklık duymaktadır (Çakıcı ve Eser,2016:216). Türkiye'ye gelen turistler de Türk mutfak kültürünü tanımak istemektedirler (Özdemir ve Kınay,2004:3-4). Dünyada turizm gelirlerinin büyük bir kısmı gastronomi turizmi ile sağlanmaktadır. Türk mutfağı da dünyadaki sayılı mutfaklar arasında olduğundan Türkiye de gastronomi turizmi açısından yeterli çekicilik unsurlarına sahiptir (Cömert ve Özkaya,2014:622). Zengin mutfak kültüründen tanıtım aracı olarak faydalanarak, destinasyon çekiciliği arttırabilmektedir (Kesici,2012:33). Fakat, turistlere çoğunlukla kendi ülke yemeklerinin sunulması ya da Türk yemeklerinin gerçek tarif ve lezzetine göre hazırlanmaması sebebiyle Türk mutfağının gerektiği gibi tanıtılmadığı görülmektedir (Özdemir ve Kınay,2004:4).

Turist rehberleri, turistlerle yüz yüze ilişki halinde oldukları için birebir tanıtımda oldukça etkili olmaktadır. Rehberlerin Türk mutfağının tanıtılmasında, dünya mutfakları arasında hak ettiği yere gelmesinde ve bilinir olmasında da çok önemli rolleri bulunmaktadır (Koroğlu vd.,2007:32). Turist rehberleri hem turistlerin memnuniyet düzeylerini belirleyip hem de tutum ve davranışlarıyla Türkiye'nin ve Türk insanının imajını yansıtmakta ve belirlemektedirler. Ayrıca turist rehberleri, turistlerin ülkeye yeniden ziyaretleri açısından da oldukça önemli bir role sahiptirler (Güzel,2007:10). Bu nedenle de birçok uygarlığın kültürünü içinde barındıran Türk kültürünün ve zengin mutfağının üniversitelerde turizm rehberliği öğrencilerine ders olarak verilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda bu çalışmada yerel kültürü yabancı kültürlerle aktaran turist rehberlerinin daha öğrencilik yıllarında Türk kültürünün önemli bir parçası olan "Türk Mutfağı" kavramına yönelik sahip olduğu algılamalarının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Metafor, bir ilgi veya benzetme sonucu gerçek anlamından başka anlamda kullanılan söz olup, bir kelimeyi veya kavramı kabul edilenin dışında başka anlamlara gelecek biçimde kullanmaktır. Yunanca bir kavram olan metafor, "bir deyim/ifadeyi, anlamlı bağlantısı olan bir başka ifade ile mecazi olarak anlatma" anlamında kullanılmaktadır. Metaforla anlatım, düşünceyi ifade etmenin estetik bir yoludur. Metaforik yöntemle bir düşüncenin daha edebi ve daha kapsamlı anlatımı amaçlanmaktadır (Yazıcıoğlu,2012:138). Metafor, sözlüklerde, bir sözcük, deyim veya kavramın, farklı ama benzer bir eylem veya nesneye dönüştürülmesi olarak da tanımlanmaktadır. Sözcüklerin anlamlarının arkasında saklanan ve keşfedilmeyi bekleyen imgelerin ortaya çıkarılmasında sözcüklerden daha fazla önem taşımaktadır (Kararımak,2012:123). Metaforlar, bireylerin soyut ya da karmaşık olguları daha somut veya tecrübe edilen olgularla karşılaştırmalarını, bu sayede de bilinmeyen olgulara ilişkin anlayış geliştirmelerini sağlamaktadır (Saban vd.,2006:463). Bilimsel araştırmalarda metafor analizinin bir yöntem olarak kullanılmaya başlanması, Lakoff ve Johnson tarafından 1980 yılında ortaya atılan 'Çağdaş Metafor Teorisi' ile doğrudan ilişkilidir. Bu yıla kadar genellikle edebiyatla sınırlandırılmış olan metaforların bu teoriyle birlikte sadece dil odaklı olmadığı bunun yanı sıra bilişsel alanların anlamlandırılmasında da etkili olduğu ortaya konmuştur. Bilimsel araştırmalarda metafor analizleri, metaforik düşünme kalıplarının açıklanması ve anlamlandırılması konusunda yararlı olabilmektedir. Bireylerin deneyimleri doğrultusunda ortaya çıkardıkları metaforlar, aslında

metaforların bir araç değil, içinde yaşanılan bir olgu olduğunu göstermektedir (Schmitt,2005:360).

İlgili alanyazın incelendiğinde metafor analizi yöntemiyle yapılan çalışmalara sıklıkla rastlanmaktadır. Eğitim-öğretim ve işletmecilik alanında yoğunluk gösteren çalışmalar olmasına rağmen turizm odaklı çalışmalarda metafor analizi yönteminin oldukça az sayıda kullanıldığı görülmektedir. Örneğin Özder vd. (2012) tarafından ortaöğretim öğrencilerinin “turizm” kavramı algısına yönelik metaforlarının belirlenmesini amacıyla bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Çalışma bulgularına göre, ortaöğretim öğrencileri “turizm” kavramıyla ilgili 44 farklı metafor üretmişlerdir. “Turist, gezi, eğlence, cami, Japonlar, pansiyon, zenginlik, Antalya, Safranbolu, Cinci Han vb.” çalışma sonucu elde edilen metaforlardan bazılarıdır. Bu metaforlar; tarihi ve kültürel değerler açısından turizm, klasik bir algı olarak turizm, mekan ve maddi unsurlar açısından turizm, yabancı ülke unsurları açısından turizm ve finansal açıdan turizm olarak 5 ayrı kategoride toplanmıştır. Şirin vd. (2012) tarafından yapılan çalışmada ise rafting katılımcılarının “rafting” kavramına ilişkin algılarının metaforlar yoluyla ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Araştırma bulgularına göre “rafting” kavramına ilişkin 46 geçerli metafor tespit edilmiştir. Bu metaforlardan bazıları yaşam, bağımlılık, sevgi, korku, mücadele ve farklılığın ifadesi olarak ortaya çıkmıştır. Saçılık vd.'nin (2016) çalışmasında turizm işletmeciliği ön lisans öğrencilerinin “turizm” kavramına yönelik algıları metaforlarla analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda “turizm” kavramına yönelik 97 metafora ulaşılmıştır. Katılımcıların ürettiği eğlence, para, deniz-kum-güneş, dinlenme, sosyalleşme gibi metaforlar klasik algı, psikolojik algı, finansal algı, gelişim aracı algısı, sosyolojik algı, canlı ve somut varlık algısı, tarihi ve kültürel algı, eylem algısı ve edebi değer algısı olmak üzere 9 farklı kategoride değerlendirilmiştir. Dilek vd. (2016) tarafından yapılan çalışmada üst, alt ve orta düzey otel çalışanlarının turizm, barış ve turizm-barış ilişkisi kapsamındaki algılarının metafor analizi yöntemiyle belirlenmesi amaçlanmıştır. Turizm ve barış ilişkisine yönelik olarak ortaya çıkan metaforlar; ekonomik (imkan, geçim kaynağı, zenginlik), duygusal (aşk, kardeşlik, arkadaş), ilişkisel (kağıt-kalem, karı-koca, güneş-ay) ve holistik (bütünlük, meyve bahçesi, gökkuşağı, deniz) algı olmak üzere dört kavramsal kategori altında toplanmıştır. Taş vd. (2016) tarafından ortaöğretim öğrencilerinin alternatif turizm kavramına ilişkin algılarının belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmada 50 geçerli metafor üretildiği tespit edilmiş ve bu metaforlar; “doğal güzelliklerin” ifadesi olarak alternatif turizm (yayla, doğal güzellik, rafting), “mekân ve ekonomik unsurların” ifadesi olarak alternatif turizm (Palandöken, peribacaları, Antalya, İzmir), “çeşitliliğin” ifadesi olarak alternatif turizm (modern, değişik turizm çeşitleri,

ekstra turizm, var olanın dışında), “sosyal ve kültürel özelliklerin” ifadesi olarak alternatif turizm (kültür turizmi, kültürel turizm, yeni kültürler) ve genel bir algılama ile alternatif turizm (kış turizmi, sualtı turizmi, dağcılık, yaz turizmi, kaplıca turizmi, termal turizm) olarak 5 farklı kavramsal kategoriye ayrılarak sonuçlandırılmıştır. Yenipınar vd. (2016) tarafından yapılan çalışmada turizm rehberliği lisans birinci sınıf öğrencilerinin “turist rehberliği” mesleğine ilişkin algılarının mecazlarla belirlenmesi amaçlanmış, öğrencilerin “turist rehberliği” mesleğine ilişkin olumlu ve olumsuz metaforlar (eğlenceli, bilgi veren, lider, sorun çözücü, düzensiz yaşam, yorucu vb.) geliştirdiği tespit edilmiştir. Çalışmada katılımcıların olumlu algılarının yüksek, olumsuz algılarının ise düşük olduğu ortaya konmuştur ve turizm rehberliği lisans öğrencilerinin olumsuz algılarının da mesleki farkındalık açısından olumlu olarak değerlendirilebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmaların haricinde sosyal bilimler alanyazınında metafor analizi yöntemiyle yapılan pek çok çalışma yer almaktadır (Saban vd.,2006; Beşkardeş,2007; Saban,2009; Geçit ve Gençer,2011; Sosyal ve Afacan,2012; Özdemir ve Akkaya,2013; Tortop,2013; Kahraman,2014; Demirtaş ve Çoban,2014; Kaya,2014).

3. YÖNTEM

Anadolu Türk Kültürünün oluşumunda Türk Mutfağı'nın çok büyük bir payı bulunmaktadır. Bu nedenle bu araştırmanın temel amacı, turizm rehberliği öğrencilerinin "Türk Mutfağı" kavramına ilişkin algılarını metaforlar yöntemi ile ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda araştırmada; turizm rehberliği öğrencileri "Türk Mutfağı" kavramına ilişkin algılarını hangi metaforlarla açıklamaktadırlar ve turizm rehberliği öğrencileri tarafından ortaya konan metaforlar ortak özellikleri bakımından hangi kategoriler altında toplanmaktadır sorularına yanıt aranmıştır.

Bu araştırmanın evrenini, 2016-2017 eğitim-öğretim yılı güz döneminde Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği bölümünde öğrenim gören birinci, ikinci, üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerinin tümü oluşturmaktadır. Araştırmanın gerçekleştirilmesinden önce Fakülte Dekanlığı'ndan gerekli izinler alınmıştır. Öncelikle öğrenci işlerinden turizm rehberliği bölümüne kayıtlı olan öğrenci sayısı alınmış, dört sınıfta kayıtlı olan toplam öğrenci sayısının 544 olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın örnekleminin belirlenmesinde tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılabilen ve anketi yanıtlamayı kabul eden öğrenciler örnekleme dahil edilmiştir (Altunışık vd.,2004). Araştırma sonucunda 293 öğrenciye ulaşılmıştır. 12 öğrencinin anket formları

eksik ve hatalı olduğu için yeterli veriye ulaşamamış ve değerlendirme dışı bırakılmıştır. Değerlendirme sonucunda 281 anket formu üzerinden araştırma analizleri gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerden elde edilen bu örneklem büyüklüğünün evreni temsil edebileceği ve bu sayının araştırma sonuçlarının evrene genellenebilmesi açısından yeterli olduğu düşünülmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan,2004; Altunışık vd.,2004; Ural ve Kılıç,2006).

Araştırmada veri elde etmek amacıyla yarı yapılandırılmış bir anket formu hazırlanmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde turizm rehberliği öğrencilerinin cinsiyeti, yaşı ve sınıfı sorulmuştur. Anket formunun ikinci bölümünde ise açık uçlu bir cümle verilmiş ve bu araştırmaya katılanlardan "*Bana Göre Türk Mutfağı ... Gibidir. Çünkü ...*" cümlesini tamamlamaları istenmiştir. Öğrencilerden bu ifadeyi kullanarak ve sadece tek bir metafor üzerinde yoğunlaşarak, düşüncelerini dile getirmeleri istenmiştir. Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin cevapladıkları anket formları bir doküman olarak araştırmanın temel veri kaynağını oluşturmuştur.

Turizm rehberliği öğrencilerinin "Türk Mutfağı" kavramına ilişkin algılarını metaforlar yöntemi ile ortaya koymayı amaçlayan bu araştırmada, nitel veri toplama tekniklerinden birisi olan içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizinde temel amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. İçerik analizinde veriler derin bir işleme tabi tutulmakta ve betimsel bir yaklaşımla fark edilmeyen kavram ve temalar bu analiz sonucu keşfedilebilmektedir. İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde organize ederek yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek,2008:227). Öğrencilerin geliştirdikleri metaforların analiz edilmesi ve yorumlanması üç aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada önce elde edilen metaforların aynı olanları gruplanmış ve numaralandırılmıştır. İkinci aşamada her bir metaforun nedeni tek tek okunarak kategoriler oluşturulmuştur. Üçüncü ve son aşamada ise metaforlar kendi kategorilerinde değerlendirilmiştir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmaya katılanların %54,45'ini erkek öğrenciler, %45,55'ini kız öğrenciler ve büyük çoğunluğunu (%87,20) 19-30 yaş arası öğrenciler oluşturmaktadır. Öğrencilerin %32,38'i birinci sınıf, %29,55'i üçüncü sınıf, %25,62'si ikinci sınıf ve %12,45'i dördüncü sınıftır.

Araştırmaya katılan turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin "Türk Mutfağı" kavramına ilişkin geliştirdikleri metaforlar, onları temsil eden öğrenci sayıları (parantez içinde), metafor kategorileri ve kategorilerde yer alan metaforlar detaylı olarak Tablo 1'de verilmektedir. Araştırmaya katılan 281 öğrenci "Türk Mutfağı" kavramına ilişkin toplam 154 geçerli metafor üretmişlerdir. Öğrenciler tarafından "Türk Mutfağı" kavramına ilişkin en sık üretilen metafor "gökkuşluğu" (n=17) olmuştur. Bunun dışında sıkça kullanılan metaforlar içerisinde "okyanus", "sanat" ve "zenginlik" metaforları 7'şer kişi tarafından, "hazine", "cennet", "kültür", "anne" ve "insan" metaforları ise 6'şar kişi tarafından oluşturulmuştur.

Araştırmaya katılan turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin "Türk Mutfağı" kavramına ilişkin geliştirdikleri metaforların oluşturduğu kategoriler 10 grupta ele alınmıştır. Bunlar; "doğa ile ilgili metaforlar", "kültür-sanat ile ilgili metaforlar", "verilen önem ile ilgili metaforlar", "yiyecek-içecekler ile ilgili metaforlar", "soyut kavramlar ile ilgili metaforlar", "mekân ile ilgili metaforlar", "canlı varlıklar ile ilgili metaforlar", "nesnelere ile ilgili metaforlar", "klasik bir algı olarak mutfak ile ilgili metaforlar" ve "diğer metaforlar"dır. Araştırmaya katılan 281 öğrencinin "Türk Mutfağı" kavramına ilişkin geliştirdikleri 154 metaforun içerisinde yer aldığı kategoriler ayrıntılı bir şekilde Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1'de öğrencilerin geliştirdikleri en fazla metaforun doğa ile ilişkili olduğu görülmektedir. 58 öğrenci doğa ile ilgili 25 metafor geliştirmişlerdir (%20,64). İkinci kategoride yer alan metaforlar kültür-sanat ile ilişkilidir. 34 öğrenci kültür-sanat ile ilgili metaforlar içerisinde 18 metafor geliştirmişlerdir (%12,09). Üçüncü sırada yer alan verilen önem ile ilgili metaforlar kategorisi içerisinde 32 öğrenci 15 metafor geliştirmişlerdir (%11,38). Yiyecek-içecekler ile ilgili metaforlar kategorisinde 31 öğrenci 19 (%11,09) metafor, mekan ile ilgili metaforlar kategorisinde 25 öğrenci 12 (%8,89) metafor, canlı varlıklar ile ilgili metaforlar içerisinde 23 öğrenci 10 (%8,18) metafor, nesnelere ile ilgili metaforlar içerisinde 18 öğrenci 11 (%6,40) metafor, klasik bir algı olarak mutfak ile ilgili metaforlar içerisinde 17 öğrenci 11 (%6,04) metafor ve son olarak diğer metaforlar içerisinde 16 öğrenci 14 (%5,69) metafor geliştirmişlerdir.

Tablo 1'de yer alan en sık üretilen metaforlara yönelik öğrencilerin "*Bana Göre Türk Mutfağı ... Gibidir. Çünkü ...*" sorusuna karşılık olarak yaptıkları açıklamalar şu şekildedir:

"Bana Göre Türk Mutfağı Gökkuşluğu Gibidir. Çünkü; -İçinde her lezzeti barındırır, rengarenktir; -Her yöreden farklı lezzet ve tatları alabilmek mümkündür; -Her yörenin kendine has bir lezzeti vardır; -Yedi bölge her şeyiyle

kendine özgü ve çeşitli; -Her mutfaktan farklı renk almıştır; -İçinde her türlü tat ve renk barındırır; -İçinde birbirinden çok farklı tatlar ve renkler barındırır; -Her çeşit güzelliği içinde barındırır; -Her bölgenin kendine özgü yemeği vardır; -Her çeşitten, her lezzetten tat alınır; -Rengi, süsü ve lezzetiyle eşsizdir; -Her yöreye göre çeşitlilik gösterir; -Eşsiz renklerin bir araya geldiği lezzetlerdir; -

Tablo 1. Turizm Rehberliği Öğrencilerinin “Türk Mutfağı” Kavramına İlişkin Geliştirdikleri Metaforlar, Onları Temsil Eden Öğrenci Sayıları ve Metafor Kategorileri

Metafor Kategorileri	Kategorideki Metaforlar	Metafor Sayısı	N	%
Doğa İle İlgili Metaforlar	Gökkuşluğu (17), Okyanus (7), Dünya (3), Güneş (3), Deniz (3), Su (2), Gökyüzü (2), Kar Tanesi (2), Bitki (2), Ağaç (2), Evren (1), Uzay (1), Ekosistem (1), Bitki Örtüsü (1), Toprak (1), Çiçek (1), Tohum (1), Bulut (1), Buzdağı (1), Dört Mevsim (1), Şelale (1), Mevsim (1), Element (1), Plütonyum (1), Oksijen (1).	25	58	20,64
Kültür- Sanat İle İlgili Metaforlar	Sanat (7), Kültür (6), Müzik (3), Miras (2), Şölen (2), Osmanlı Devleti (2), Mozaik (1), Tiyatro (1), Türk Filmi (1), Şiir (1), Festival (1), Parti (1), Geçmiş-Gelecek (1), Padişah (1), Leyla ile Mecnun (1), Mutfak Kültürü (1), Türk (1), Nargile (1).	18	34	12,09
Verilen Önem İle İlgili Metaforlar	Zenginlik (7), Hazine (6), Aile (5), Elmas (3), Dünya Güzellikleri (1), Lezzetler Diyarı (1), Cennetten Bir Meyve (1), Floransasız İtalya (1), Messi'siz Barcelona (1), Tanrı Lütfü (1), Bulunmaz Hint Kumaşı (1), Ülkemizin Yüzü (1), Şanlı Belge (1), Baş Yapıt (1), Fenerbahçe (1).	15	32	11,38
Yiyecek-İçecekler İle İlgili Metaforlar	Şarap (3), Kebap (3), Kuru Fasulye- Pilav (3), Salata (2), Çorba (2), Aşure (2), Tatlı (2), Şeker (2), Patates (2), Kokteyl (1), Limonlu Soda (1), Kahve (1), Pizza (1), Baharat (1), Nar (1), Baklava (1), Bursa İskender (1), Çikolata (1), Alkol (1).	19	31	11,09
Soyut Kavramlar İle İlgili Metaforlar	Aşk (5), Rüya (3), Hayat (2), Farklı (2), Huzur (1), Mutluluk (1), Duygu (1), Sihir (1), Sır (1), Düşünce (1), Özgürlük (1), Nefes (1), Mantık (1), Bereket (1), Tür (1), Eşsiz (1), Pandora'nın Kutusu (1), Nirvana (1), Zeus (1).	19	27	9,60
Mekân İle İlgili Metaforlar	Cennet (6), Saray (4), Ev (4), Türkiye (2), Amerika (2), Piramit (1), Labirent (1), Kız Kulesi (1), Şeytan Sofrası (1), Asya Kıtası (1), Kuyu (1), Pazar (1).	12	25	8,89
Canlı Varlıklar İle İlgili Metaforlar	İnsan (6), Anne (6), Kadın (4), Caretta Caretta (1), Bukalemun (1), Koyun (1), Mirket Faresi (1), Tavus Kuşu (1), Balık (1), Turist Rehberi (1).	10	23	8,18
Nesneler İle İlgili Metaforlar	Yelpaze (3), Kitap (3), Nutuk (2), Tablo (2), Matruşka (2), Kadın Çantası (1), Pencere (1), Saat (1), Yapboz (1), Dişçi Koltuğu (1), Şapka (1).	11	18	6,40
Klasik Bir Algi Olarak Mutfak İle İlgili Metaforlar	Zengin Mutfak (3), Kalori (3), Vazgeçilmez Mutfak (2), Karın Tokluğu (2), Muhteşem Mutfak (1), Lezzetli Mutfak (1), Füzyon Mutfağı (1), Mutfak (1), Hatay Mutfağı (1),	11	17	6,04

	Azerbaycan Yemekleri (1), Lezzet Durağı (1).			
Diğer Metaforlar	Çeşitlilik (2), Sigara (2), Tarz (1), Elektrik (1), Harmoni (1), Çok Kötü (1), Google (1), Macera (1), İlişki (1), Evlilik (1), İhtiyaç (1), Karışım (1), Renk Cümbüşü (1), Zararlı Bitki (1).	14	16	5,69
TOPLAM		154	281	100

Birbirinden farklı güzel değişik çeşitleri vardır; -Çok renkli ve sunuma özen gösterilmese de güzel gözükür; -Çok çeşit vardır ve görünüşleri de güzeldir".

"Bana Göre Türk Mutfağı Okyanus Gibidir. Çünkü;-Türkiye'nin her bölgesinde binlerce farklı lezzetle karşılaşsınız; -Çok geniştir; -İçinde bir çok farklılık, çeşitlilik, güzellik barındırır; -Çok zengindir; -Sayısız yemek çeşidiyle sınırsızdır; -Çeşitliliğin sonu yoktur; -Çok çeşitli ve çok mükemmel yemekleri vardır".

"Bana Göre Türk Mutfağı Sanat Gibidir. Çünkü;-Herkes farklı malzemelerle farklı ürünler yaratır; -Kültürü, farklılıkları ve özellikleriyle diğer kültürlerden kendini ayırmasını bilir; -Hem sunumu, hem tatları oldukça geniş ve eşsizdir; -Lezzetleri eşsiz ve göz zevkini tatmin eder; -Yemek kültürü de bir sanattır; -Sanatın doyurucu hali; -Yaratıcılığın, yeteneğin, sevgi ve kültürün birleşimidir".

"Bana Göre Türk Mutfağı Zenginlik Gibidir. Çünkü;-Ülkenin her yanından birçok değer mevcuttur; -Çok geniş ve kapsamlıdır; -Yüzyıllar boyunca bir sürü medeniyetin birikimidir; -Çok zengindir; -Her yörenin farklı bir zenginliği vardır; -Çok zengin ve çeşitlidir; -Yemekleri çok değerlidir".

"Bana Göre Türk Mutfağı Hazine Gibidir. Çünkü;-Çok geniş ve çok zengin bir mutfak; -Çok zengindir; -Damak tadına uygun her şeyi var; -Başka yerde eşi benzeri yoktur, hazine kadar değerlidir; -Çok çeşitli ve her kesime uygun yemek vardır; -Diğer kültürlerde rastlayamayacağımız lezzetleri barındırır".

"Bana Göre Türk Mutfağı Cennet Gibidir. Çünkü;-İçinde her türlü güzellikler bulunur. Ama yapması zordur; -Her şey bulunur; -Aradığınız her damağa uygun yemek bulabilirsiniz; -Huzurla dolarsınız; -Herkesin cennete gitmek istediği gibi, yerli-yabancı herkes Türkiye'ye gidip mutfağını tatmak ister; -Her kültürden her ülkeden her yerden bir şeyler alarak kendini oluşturmuştur".

"Bana Göre Türk Mutfağı Kültür Gibidir. Çünkü;-Birçok toplum ve yüzlerce yıllık tarihi birikim eseridir; -Bir ülkenin dünya üzerindeki yerini yansıtır; -Her yörenin yemek tarzı farklıdır; -Türkiye'deki 7 bölgemizi yansıtır; -Yemek çeşitliliği bakımından oldukça zengindir; -Atalarımızdan birikerek bu safhaya ulaşmıştır".

"Bana Göre Türk Mutfağı Anne Gibidir. Çünkü;-Elinden her iş gelir, her yemek farklı bir lezzet verir; -O asla vazgeçilemez; -Mutfağımız onlar gibi kutsaldır; -Huzuru rahatlığı mutluluğu ve lezzeti buluruz; -Nerede yerseniz, nerede olursanız olun aynı sıcaklıkla karşılaşsınız; -Annemin yemekleri her zaman lezzetlidir".

5. SONUÇ

Bu araştırmada Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği bölümü lisans öğrencilerinin "Türk Mutfağı" kavramına yönelik algılarının metaforlar aracılığıyla ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Elde edilen metaforlar sonucunda Turizm Rehberliği öğrencilerinin "Türk Mutfağı" kavramına ilişkin yüksek oranda olumlu algılarının olduğu, geliştirilen 154 metafor arasından yalnızca 1 metaforun olumsuz olduğu görülmektedir. Turist rehberi adaylarının "Türk Mutfağı" kavramına yönelik pozitif yaklaşımları, kültürel değerler içerisinde yer alan Türk mutfak kültürünün doğru tanıtılmasında ve turistlerin yerel mutfağa yönelik ilgilerinin artmasında önem taşımaktadır.

Turizm Rehberliği lisans öğrencilerinin "Türk Mutfağı" algılarına yönelik geliştirdikleri metaforlar 10 farklı kategori altında toplanmıştır. Bu kategoriler incelendiğinde Türk mutfağının en çok doğa ile ilgili kavramlara, bu kavramlar arasında da gökkuşağı, okyanus, dünya, güneş vb. metaforlara benzetildiği görülmektedir. Metaforların gerekçeleri incelendiğinde ise bu gerekçeler arasında ortak görüşlerin bulunduğu tespit edilmiştir. Doğa ile ilgili metaforların gerekçeleri; genel olarak Türk mutfağının çeşitliliği, zenginliği ve tüm bölgelerin özelliklerini yansıttığı yönündedir. Kültür-sanat ile ilgili metaforların gerekçeleri, Türk kültürünü yansıttığını ve mutluluk kaynağı olduğu ile ilgilidir. Verilen önem ile ilgili metaforlarda yer alan gerekçelerde ise Türk mutfağının ilgi çekici, eşsiz ve Türk kültürünün olmazsa olmazı olarak tanımlandığı görülmektedir. Yiyecek-içecek ile ilgili metaforlarda, Türk mutfağının farklı tatları barındırdığı, öneminin sürekli arttığı ve oldukça lezzetli ve vazgeçilmez olduğu gibi gerekçeler belirtilmiştir. Soyut kavramlar ile ilgili metaforların gerekçeleri, Türk mutfağının değerli, özel ve eşsiz olduğu yönündedir. Mekan ile ilgili metaforlarda, Türk mutfağının çeşitli özellikleriyle ön plana çıkmış olan mekanlar gibi güzellikler barındırdığını ve akılda kalıcı olduğunu ifade eden gerekçeler bulunmaktadır. Canlı varlıklar ile ilgili metaforların gerekçeleri, Türk mutfağının, çeşitli, lezzetli

ve vazgeçilmez olduğunu ve değer verilmesi gerektiğini belirtmektedir. Nesnelere ile ilgili metaforlarda yine Türk mutfağının çeşitliliğini, zenginliğini ve farklılığını, son olarak klasik bir algı olarak mutfak ile ilgili metaforlarda ise Türk mutfağının çeşitliliğini ve herkese hitap ettiğini ifade eden gerekçeler bulunmaktadır. Belirli bir kategoride ele alınamayan kavramlara diğer kategorisinde yer verilmiştir. Diğer metaforlar kategorisinde ise genel olarak Türk mutfağının özgün olduğu ve bağlılık yaptığı belirtilmektedir.

Metaforlar ve metaforların dayandırıldığı gerekçeler incelendiğinde ortak olarak çoğunlukla Türk mutfağının, Türk kültürünün tarihsel geçmişini yansıttığı ve olmazsa olmazı olduğu; Türk mutfağını Türkiye'nin her bölgesinden kültürlerin birleştiği zengin, lezzetli ve çeşitli bir mutfak olarak ifade ettikleri görülmektedir. Turizm rehberliği öğrencilerinin Türk mutfağı ile ilgili geliştirdiği birbirinden farklı 154 metaforun birbirinden çeşitli anlamlar içermesi, Turizm rehberliği öğrencilerinin geniş bir bakış açıları olduğunu ve bu özellikleriyle de farklı kültürlerden gelen turistlere Türk mutfak kültürünün tanıtılmasında daha etkili bir rol üstleneceklerini göstermektedir. Ayrıca dünyanın en zengin 3 mutfağından biri olan Türk mutfağının, turizm rehberliği öğrencilerinin geliştirdiği metaforlarda da yüksek oranda "zenginlik" kavramıyla özdeşleştirilmesi, konu hakkında yeterli farkındalıklarının olduğunu göstermektedir. Turist rehberlerinin Türk kültürü ve mutfağı hakkında yeterli düzeyde bilgi sahibi olmaları, ülkenin tanıtımında ve turistlerin tekrar ziyaretlerinde doğrudan etkili olacaktır.

Alanyazında Türk mutfağı algısının metaforlar yöntemiyle belirlenmesine yönelik bir araştırmaya rastlanmamış olması, bu alandaki önemli bir boşluğu doldurmasından dolayı çalışmanın önemini artırmaktadır. Çalışma, Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Bölümü lisans öğrencileriyle sınırlandırılmıştır. Önlisans, lisansüstü ve öğretim elemanlarına yönelik benzer çalışmalar yürütülebilir. Bu çalışmadan elde edilen bulguların farklı çalışmalar için önemli bir veri kaynağı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

Albayrak, Aslı. "Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Çalışma", Journal of Yaşar University. 30: 8, 2013, 5049-5063.

Altunışık, Remzi, Recai Coşkun, Serkan Bayraktaroğlu & Engin Yıldırım. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı. 3. Baskı, İstanbul: Avcı Ofset, 2004.

Beşkardeş, Günay Sümeyra. Üstün Zekâlı ve Özel Yetenekli Öğrencilerin Yabancı Dil (İngilizce) Öğretiminde Metafor Sisteminin Uygulanması (Yüksek Lisans Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi, 2007.

Cömert, Menekşe, & Özkaya, Fügen Durlu. "Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi", Journal of Tourism and Gastronomy Studies. 2:2, 2014, 62-66.

Çakıcı, A. Celil & Seçkin Eser. "Yabancı Mutfak Şefleri Gözüyle Türk Mutfağına İlişkin Bir Değerlendirme", Journal of Tourism and Gastronomy Studies. 4:Özel Sayı, 2016, 215-227.

Dilek, Nur Kulakoğlu, Sebahattin Emre Dilek & Murat Gümüş. "Otel Çalışanlarının Turizm ve Barış İlişkisine Yönelik Metaforik Algıları", içinde: 16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, (Editör: A. Kelkit), Çanakkale, 2016. ss.286-302.

Demirtaş, Hasan, & Duygu Çoban. "Üniversite Öğrencilerinin Öğretim Elemanlarına İlişkin Metaforları", Kastamonu Eğitim Dergisi. 22:3, 2014, 1279-1300.

Geçit, Yılmaz & Gülşah Gençer. "Sınıf Öğretmenliği 1. Sınıf Öğrencilerinin Coğrafya Algılarının Metafor Yoluyla Belirlenmesi (Rize Üniversitesi Örneği)", Marmara Coğrafya Dergisi. 23, 2011, 1-19.

Güler, Sibel & Serkan Olgaç. "Lisans Düzeyinde Eğitim Gören Öğrencilerin Türk Mutfağının Tanıtım ve Pazarlanmasına İlişkin Görüşleri (Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu Örneği)", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 28, 2010, 227-238.

Güler, Sibel. "Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 2:26, 2010, 24-30.

Güzel, F. Özlem. Türkiye İmajının Geliştirilmesinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü (Alman Turistler Üzerine Bir Araştırma) (Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi, 2007.

Hacıoğlu, Necdet, K. Göksel Girgin & İbrahim Giritlioğlu. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetlerinde Yöresel Mutfakların Kullanımı: Balıkesir Örneği, 3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu. Akdeniz Üniversitesi, Alanya, 2009.

Kahraman, Cahit. "Türk Üniversite Öğrencilerinin "Japonca" Kavramına İlişkin Algılarının Metaforlar Yardımıyla Analizi: Namık Kemal Üniversitesi

Örneği", Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 18:2, 2014, 95-110.

Kararımak, Özlem & Berna Güloğlu. *"Metafor: Danışan ve Psikolojik Danışman Arasındaki Köprü"*, Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi. 4:37, 2012, 122-135.

Kaya, Mehmet Fatih. *"Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Çevre Sorunlarına İlişkin Algıları: Metafor Analizi Örneği"*, Electronic Turkish Studies. 9:2, 2014, 917-931.

Kesici, Mustafa. *"Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü"*, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi. 14:23, 2013, 33-37.

Köroğlu, Ahmet, Özlem Köroğlu & Mehmet Sarıoğlu. *Türk Mutfağının Tanıtılmasında Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolüne İlişkin Ampirik Bir Çalışma. 1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler (29-40). Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 2007.*

Közleme, Olgun. *Türk Mutfak Kültürü ve Din (Doktora Tezi)*, Marmara Üniversitesi, 2012.

Lakoff, George & Mark Johnson. *Metaphors We Live By*. London: The University of Chicago Press, 1980.

Özdemir, Bahattin & Fatma Kınay. *"Yabancı Ziyaretçilerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri: Antalya'yı Ziyaret Eden Alman ve Rus Turistler Üzerine Bir Araştırma"*, Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi. 2, 2004, 1-34.

Özdemir, Servet & Emek Akkaya. *"Genel Lise Öğrenci ve Öğretmenlerinin Okul ve İdeal Okul Algılarının Metafor Yoluyla Analizi"*, Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi. 2:2, 2013, 295-322.

Özder, Adem, Hüseyin Kaya & Mehmet Ünlü. *"Ortaöğretim Öğrencilerinin "Turizm" Kavramı İle İlgili Geliştirdikleri Metaforların Analiz Örneği"*, Marmara Coğrafya Dergisi. 25, 2012, 18-31.

Saban, Ahmet. *"Öğretmen Adaylarının Öğrenci Kavramına İlişkin Sahip Oldukları Zihinsel İmgeler"*, Türk Eğitim Bilimleri Dergisi. 7:2, 2009, 281-326.

Saban, Ahmet, Beyhan Nazlı Koçbeker & Aslıhan Saban. "*Öğretmen Adaylarının Öğretmen Kavramına İlişkin Algularının Metafor Analizi Yoluyla İncelenmesi*", Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri. 6:2, 2006, 461-522.

Saçılık, Melahat Yıldırım, Samet Çevik & Çiğdem Özkan. "*Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü Önlisans Öğrencilerinin "Turizm" Olgusuna İlişkin Metaforik Alguları*", Akademik Bakış Dergisi Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi. 53, 2016, 84-103.

Schmitt, Rudolph. "*Systematic Metaphor Analysis As a Method of Qualitative Research*", The Qualitative Report. 10:2, 2005, 358-394.

Serçeoğlu, Neslihan. "*Yöre Halkının Mutfak Kültürünü Tanıma Durumunun Tespit Edilmesi: Erzurum İli Örneği*", Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2:4, 2014, 36-46.

Sosyal, Davut & Özlem Afacan. "*İlköğretim Öğrencilerinin "Fen ve Teknoloji Dersi" ve "Fen ve Teknoloji Öğretmeni" Kavramlarına Yönelik Metafor Durumları*", Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 9:19, 2012, 287-306.

Şirin, Erkan Faruk, Fatih Bektaş, Gülsen Karaman & Gonca Korucu Aytan. "*Rafting Katılımcılarının Rafting Kavramına İlişkin Metaforik Alguları*", Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi. 6:2, 2012, 207-215.

Taş, Mahmut, İsmail Düz & Esra Ünlü. "*Ortaöğretim Öğrencilerinin "Alternatif Turizm" Kavramına İlişkin Algularının Metaforlar Yardımıyla Analizi*", Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi. 5:Özel Sayı, 2016, 352-360.

Tortop, Hasan Sait. "*Öğretmen Adaylarının Üniversite Hocası Hakkındaki Metaforları ve Bir Değerlendirme Aracı Olarak Metafor*", Yükseköğretim ve Bilim Dergisi. 3:2, 2013, 153-160.

Ural, Ayhan & İbrahim Kılıç. Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi SPSS 10.0-12.0 For Windows, 2. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık. 2006.

Yazıcıoğlu, Ramazan. "*Metafizik Alanda Sörf Ya Da Mecaz ve Semboller Üzerinden Anlamlandırma: Bir Anlatım Yöntemi Olarak Metafor*", Milet ve Nihal. 9:1, 2012, 135-164.

Yazıcıoğlu, Yahşi & Samiye Erdoğan. SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Detay Yayıncılık. 2004.

Yenipınar, Uysal, Elif Bak, Burhan Çınar, Sevda Salihli Birdir & Gizem Çapar.
"Turizm Rehberliği Bölümü Lisans Öğrencilerinin "Turist Rehberliği" Mesleğine İlişkin Algularının Mecazlarla Analizi", içinde: *17. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*, (Editör: O. Bahar), Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla, 2016, ss.1287-1296.

Yıldırım, Ali & Hasan Şimşek. Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık. 2008.