

# Aşçılık Programı Öğrencilerinin “Slow Food” Kavramına İlişkin Algılarının Metaforlar Yöntemi ile Belirlenmesi

Soner BEŞCANLAR<sup>1\*</sup> 

<sup>1</sup> Yozgat Bozok Üniversitesi, Yozgat Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Yozgat, Türkiye

## Makale Bilgisi

## ÖZET

**Geliş Tarihi:** 17.05.2024  
**Kabul Tarihi:** 02.06.2024  
**Yayın Tarihi:** 30.06.2024

### Anahtar Kelimeler:

Aşçılık Programı Öğrencileri,  
Slow Food,  
Algı,  
Metafor.

Günümüzde turizmin sürdürülebilirliğini sağlamak için slow food gibi gastronomi trendleri turizm paydaşları tarafından benimsenmesi önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı, aşçılık programı öğrencilerinin slow food kavramını hangi metaforlar ile açıkladıklarının belirlenmesidir. Çalışmanın diğer amacı ise aşçılık programı öğrencilerinin slow food kavramını açıklamak için ürettikleri metaforların hangi kategoriler altında toplandığının tespit edilmesidir. Çalışmanın araştırma grubunu Yozgat Bozok Üniversitesi Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümünde öğrenim gören 106 öğrenci oluşturmaktadır. Öğrencilerle yüz yüze görüşme sağlanmıştır. Araştırmada veriler iki bölümden oluşan görüşme formu ile elde edilmiştir. Görüşme formunun ilk bölümü katılımcıların demografik verilerine yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölümde ise, “Slow food ... gibidir; çünkü ...” ifadesinde katılımcıların boş bırakılan yerleri doldurmaları istenmiştir. Toplanan veriler tematik içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda 7 farklı metafor elde edilmiştir. Elde edilen metaforlar, mevsimsellik, yöresel ürün, farklı tat ve lezzet çeşitliliği, sürdürülebilirlik, alternatiflik, coğrafi işaret ve gelir kaynağı olarak gruplandırılmıştır. Geliştirilen metaforların tamamının öğrenciler tarafından olumlu nitelik taşıdığı sonucuna varılarak öğrencilerin yiyecek içecek sektöründe yeni yaklaşımları benimsedikleri ve değişim ve gelişime açık oldukları anlaşılmıştır.

## Determining The Perceptions of The Cookery Program Students Regarding The Concept of “Slow Food” By Method Of Metaphors

## Article Info

## ABSTRACT

**Received:** 17.05.2024  
**Accepted:** 02.06.2024  
**Published:** 30.06.2024

### Keywords:

Cookery Program Students,  
Slow Food,  
Perception,  
Metaphor.

Today, in order to ensure the sustainability of tourism, it is important for gastronomy trends such as slow food to be adopted by tourism stakeholders. The purpose of this study is to determine with which metaphors culinary program students explain the concept of slow food. The other aim of the study is to determine under which categories the metaphors produced by culinary program students to explain the concept of slow food are collected. The research group of the study consists of 106 students studying at Yozgat Bozok University, Department of Hotel Restaurant and Catering Services. Face to face meetings were held with the students. In the research, data were obtained with an interview form consisting of two parts. The first part of the interview form consists of questions regarding the demographic data of the participants. In the second part, “Slow food is like...; Because ...” In the statement, participants were asked to fill in the blank spaces. The collected data were evaluated using the thematic content analysis method. As a result of the research, 7 different metaphors were obtained. The metaphors obtained were grouped as seasonality, local product, different taste and flavor diversity, sustainability, alternativeness, geographical indication and source of income. It was concluded that all of the metaphors developed by the students were positive, and it was understood that the students adopted new approaches in the food and beverage industry and were open to change and development.

### Bu makaleye atıfta bulunmak için:

Beşcanlar, S. (2024). Aşçılık programı öğrencilerinin “Slow Food” kavramına ilişkin algılarının metaforlar yöntemi ile belirlenmesi. *NEUGastro*, 3(1), 62-74. <https://doi.org/10.54497/neugastro.2024.5>

\*Sorumlu Yazar: Soner BEŞCANLAR, [soner.bescanlar@bozok.edu.tr](mailto:soner.bescanlar@bozok.edu.tr)



This article is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0)

## **GİRİŞ**

Turizm, birbirinden farklı zihinsel izlenimlere açık bir olgu olarak bireyler tarafından farklı bir algılanabilmektedir. Turizmin, farklı disiplinler içerisinde çok yönlü bir yapıya sahip olması bu durumun nedenlerinden biri olarak gösterilebilir. Turizm doğrudan ya da dolaylı olarak birçok disiplinle etkileşim içindedir. Bu disiplinler ise sosyoloji, psikoloji, pazarlama, eğitim, ekonomi, tarih, işletme, coğrafya, hukuk ve mimarlık gibi sıralanabilmektedir. Bu disiplinler kapsamında turizm sektöründe hizmet sağlayıcılar olarak işgörenler, işverenler, politika yapımcılar ve yerel halk gibi paydaşlar bulunmaktadır. Bu paydaşların tamamı turizm hareketliliklerinin daha etkin, daha sürdürülebilir, daha istihdam sağlayıcı ve daha gelir getirici olabilmesi için belli kural, ilke, yaklaşım ya da akımı benimseyerek faaliyetlerini sürdürmektedirler. Bu yaklaşımlardan biri de sürdürülebilir turizmdir (Kozak vd., 2010).

Günümüzde turizmin sürdürülebilirliğini sağlamak için slow food, eko-turizm, eko-etiket ve cittaslow gibi turizm trendleri tüm paydaşlar tarafından benimsenmeye başlanmıştır (Atsız vd., 2022). Bu uygulamalar yeni trend olarak sürdürülebilir turizm talebini etkileyen etkenlerdir. Dolayısıyla en başta turizm işletmeleri olmak üzere hizmet sağlayan tüm paydaşlar yerli ve yabancı turistleri çekebilmek adına sürdürülebilir turizm kapsamındaki faaliyetleri uygulamaktadırlar. Slow Food; geleneksel, yerel yemek, yeme alışkanlıkları ve yerel ekosistemlerin özelliklerini koruyan ve tüm paydaşlar tarafından benimsenerek korunmasına yönelik teşvikler verilen bir trenddir. Slow Food daha iyi anlaşılmasına yönelik üç temel kavram bulunmaktadır. Bu kavramlar, iyi, temiz ve adil kavramlarıdır (Fontefrancesco & Corvo, 2019). İyi ilkesi kaliteli, lezzetli ve sağlıklı ürünlerin üretilmesi gerekliliği; iyi ilkesi ile açıklanırken, çevreye zarar vermeden üretimi, temiz ilkesi açıklamaktadır. Adil ilkesi ise tüketici ve üretici açısından makul fiyatlar olması gerektiğini açıklamaktadır. Bu bağlamda yerel mutfakların ve gıdaların biyolojik çeşitliliğinin korunmasını ve gelecek nesillere aktarılmasını hedef alan slow food hareketinin sürdürülebilir turizme katkı sağladığı söylenebilir (Kaya & Demirtaş, 2019).

Metafor analizi ile yapılan çalışmalarda en basit haliyle bir şeyi başka bir şey ile açıklama söz konusudur. Nitel bir araştırma aracı olan metafor analizi, özellikle tam olarak açıklanmamış bir kavramın özelliklerini anlamada veya bilinen bir kavramı derinlemesine incelemede etkili bir yöntemdir (Koroğlu vd., 2018). Metafor analizi daha çok eğitim bilimleri alanında kullanılmaktadır. Ancak turizm alanında metafor analizi ile yapılmış çalışmalar sınırlıdır (Gül & Gül, 2021). Literatürde turizm alanında yapılan çalışmalar incelendiğinde, turizm (Yıldırım Saçılık vd., 2016; Oğuzbalaban, 2019), turizm eğitimi (Seyitoğlu & Çakar, 2017), kültürel miras (Koroğlu vd., 2018), kadın akademisyen (Ehtiyar vd., 2019), tatil (Gül & Gül, 2021) gibi metafor analizlerinin yapıldığı araştırmalar bulunmaktadır. Literatürde turizm alanında çalışmalar bulunsa da gastronomi özelinde slow food kavramına yönelik metafor analizinin yapıldığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmada slow food kavramı metafor analizi ile incelendiği için, çalışmanın özgün değerinin olduğu ve literatüre katkı sağlayacağı söylenebilir.

Bu çalışmada, literatürde sınırlı sayıda araştırmada incelenen slow food kavramı ele alınmıştır. Çalışmanın amacı aşçılık programı öğrencilerinin slow food kavramına yönelik algılarının belirlenmesidir. Aşçılık programı öğrencileri, mezuniyet sonrasında turizm sektöründe aktif olarak yer aldıkları için sürdürülebilir turizm olgusunun gerçekleşmesinde benimsenen yaklaşımlardan biri olan “slow food” kavramı ile ilgili algıları oldukça önem kazanmaktadır. Çünkü güncel turizm trendlerini bilerek ve uygulayarak işletmelerinin kalite standartlarını daha iyi seviyeye getirecek ve bunun sonucunda müşteri memnuniyeti daha ileri boyutlarda sağlanacaktır. Bu nedenle bu kavramın özelliklerinin anlaşılması hem ürün hem de hizmet üreticilerine yol gösterici olması, aşçı adaylarına faydalı bir şekilde geliştirilmesi; bilimsel olarak ele alınması, tartışılması ve önerilerle desteklenmesiyle mümkündür. Gelecekte yapılacak çalışmalar için bir altyapı sağlanabilmesi için bu çalışma nitel

yöntemle hazırlanmış ve kavram hakkında detaylı bilgilere ulaşılması amaçlanmıştır.

### **Metafor Kavramı ve Literatür Taraması**

Metafor kavramı, dilbilim ve felsefe alanlarında önemli bir yere sahiptir ve genellikle karmaşık ya da soyut bir kavramı daha anlaşılır kılmak için kullanılır. İlk kez 1980’lerde Lakoff ve Johnson tarafından yapılan “Metaphors We Live By” isimli çalışmada detaylı bir şekilde ele alınmıştır (Döş, 2010). Metafor kavramı eğitim, sosyoloji, matematik felsefe ve edebiyat gibi bilim alanlarında da sıkça kullanılan bir kavramdır. Bu kavram Yunanca meta (over, cross) ve pherein (to carry, bear) kelimelerinin bir araya gelmesinden “metapherein”den oluşmuştur. Metafor kelimesi aktarma ve benzerlik anlamları doğrultusunda kullanılmaktadır (Şahan, 2017). Metafor, bir kavram, olay ya da nesneyi ilgi tutarak veya benzeterek gerçek anlamının dışında kullanmaktır. Bir başka deyişle metafor, insanın düşüncelerini estetik bir açıyla ifade edebilmesidir. Metaforik yönteminde amaç, bir düşüncenin daha edebi ve kapsamlı anlatılmasıdır (Yazıcıoğlu, 2012). Metaforlar, bireylerin karmaşık olguları ya da anlaşılması zor soyut olguları somutlaştırarak veya diğer benzer olgularla karşılaştırarak bilinmeyen olgular için anlayış geliştirmelerini sağlamaktadır (Saban vd.,2006).

Etkili bir şekilde kullanılan metaforlar, bir durum veya olguyu açıklarken birçok sözcüğe eşdeğer zihinsel bir resim yarattığı için birçok fayda sağlamaktadır. Bu durum metaforları, etkili iletişim aracına dönüştürmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2011). Soyut kavramlar yönelik bireyler düşüncelerini ifade etmek istemeyebilmektedir. Bu durumun sebebi olarak bireylerin bilgilerini ifade etmekten çekinmeleri veya kavrama ilişkin herhangi bir bilgilerinin olmaması gösterilebilir. Böyle durumlarda metaforlar aracılığıyla bireylerin düşüncelerini açıklaması, iletişim gücünü artırması bakımından daha verimli olmaktadır (Şahin & Baturay, 2013).

Araştırmalarda herhangi bir durumu ya da ifadeyi kavramsallaştırmak için kullanılan en etkili yöntemlerden birisi de metafor analizidir. Metafor analizi, nitel bir araştırma aracıdır. Bu analiz, belirli bir konuya ait düşünce kalıplarını ve ifadelerini anlama olanağı sağlayarak kavramsal metaforları inceleme imkânı sunmaktadır (Koroğlu vd., 2018). Alanyazın incelendiğinde, metafor kullanılarak yapılan çalışmalara daha çok eğitim bilimlerinde rastlanılmaktadır. Kale ve diğerleri (2015) yapmış oldukları çalışmalarında hemşirelerin kendi mesleklerine ilişkin algılarını ortaya çıkarmayı amaçlamışlardır. Çalışmada sonunda 10’den fazla metafor üretilmiş, metaforlar olumlu, olumsuz ve birkaçının da hem olumlu hem de olumsuz yönleri olduğu anlaşılmıştır. Bu kapsamda hemşirelerin en çok kullandıkları metaforlar amele, melek ve köle şeklinde olduğu sonucuna varılmıştır. Turizm ve metafor ilişkisi kapsamında turizm çalışmalarında metafor kullanımı, çalışma nesnesi olarak aynı zamanda da bir analiz aracı olarak yararlanılmaktadır (Adu-Ampong, 2016). Turizm alanına yönelik metafor analizi çalışmalarının daha sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Turizm alanında yapılan metafor analizi çalışmalarına bakıldığında; Kulakoğlu Dilek ve diğerleri (2016) de; farklı kademelerde yer alan otel işletmesinde çalışan iş görenlerin turizm, barış ve turizm-barış arasındaki ilişki bağlamında algılarının tespit edilmesi amacıyla yaptıkları çalışmada, turizm-barış ilişkisi ile ilgili ekonomik, ilişkisel duygusal ve bütünsel algılar şeklinde dört farklı kategori olarak sınıflandırma yapmıştır. Şahin ve diğerleri (2018) tarafından yapılan çalışmada turistlerin algılarının metaforlar analizi vasıtasıyla “Türkiye”, “İstanbul”, “Turizm” ve “Turist Rehberi” kavramları için algılarını belirlemeyi amaçlamışlardır. Sonuçta ağırlıklı olarak olumlu algıların yer aldığı “Türkiye”, “Turizm” ve “Turist Rehberi” kavramına yönelik 22’şer adet metafor geliştirilmiş olup “İstanbul” kavramına yönelik ise 19, metafor geliştirmiştir. Ertaş (2019) yerel halk bağlamında yapmış olduğu çalışmada amaç; turizmin gelişim göstermediği kentlerde yerel halkın turizm algısını metafor aracılığı ile belirlemektir. Sonuç olarak 150 kişinin katılım gösterdiği çalışmada 268 metafor elde edilmiştir. Tespit edilen metaforlar; “ekonomik”, “duygusal”, “sosyo-kültürel”, “çevresel”, “geleneksel”, “ilişkisel”, ve “alternatif” algı olarak sınıflandırılmıştır. Taş Gürsoy ve Sonuç (2020) tarafından yapılan çalışmada İzmir’in Foça

ilçesinde gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada kültür turizmi ve kültürel miras turizminin sürdürülebilir kapsamda halkın algısını öğrenci boyutuyla değerlendirmiştir. Çalışmaya 261 öğrenci katılım göstermiştir. Elde edilen metaforlar arasında turizm kavramında ekonomik ve sosyal, kültür kavramında ise karşılıklı etkileşim, hazine ve zenginlik ve toplumun aynası kategorilerinde metaforlar ortaya konulmuştur. Koca ve Ertürk (2021) yapmış oldukları çalışmalarında turist kavramının metafor analizi aracılığıyla Aydın ili Köşk İlçesi ile Afyonkarahisar Merkez ilçesinde toplam dört okulda öğrencinin katılım gösterdiği çalışmada öğrencilerin "turizm" ve "turist" kavramlarının ne ifade ettiğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda turizm ve turist kavramlarına yönelik 6 kategoride metafor oluşmuştur.

Turizm sektörü makineleşmeden uzak bir endüstri olmasının yanında yapılan hizmetlerin büyük bir bölümü emek yoğunudur. Bu nedenle birçok bireye istihdam yaratmaktadır. Bunun yanında iş görenler arasında sosyal ilişki oluşumuna ve bireylerin kişisel gelişimlerine de katkı sağlamaktadır. Tüm bu faydalara rağmen turizm sektörü sektörün ihtiyacını karşılayabilecek nitelikte ve beceride olan operasyonel anlamda işgören sağlamada da problem yaşamaktadır (UNWTO, 2022). Turist memnuniyeti sağlanması açısından bunun gibi problemlerin giderilebilmesi gerekmektedir. Çünkü sunulan hizmet üretildiği anda tüketiminin gerçekleştiği için anlık olarak hizmet kalitesi standardını koruyabilmelidir. Bu nedenle müşteri memnuniyeti hem destinasyon imajı hem de işletme imajı açısından oldukça önemlidir. Sonuç olarak da bu memnuniyet düzeyinden turizm sektörünün her paydaşı doğrudan etkilenmektedir. Müşteri memnuniyeti sağlanırken çalışan memnuniyetinin sağlanması da işletmelere ve destinasyonlara başarıyı getiren bir diğer unsurdur. Bunun sonucunda da çalışan eğitimi ve çalışan tatmini önemli bir konumda yer almaktadır (Tekin, 2012). Buna bağlı olarak da çalışanlar zaman içerisinde edindikleri tecrübeler doğrultusunda hizmet sundukları turistlere ve üretmiş oldukları ürün ve hizmetlere yönelik çeşitli algılar oluşturabilmektedir. Bunun sonucunda da bireylerin sahip oldukları algılar, onların sunmuş olduğu ürün ve hizmetin kalitesini etkilemektedir. Bu nedenle yeni sürdürülebilir gastronomi trendlerinin aşçı adayları tarafından doğru algılanması, yerinde kaliteli ve sürece değer katan uygulamalarla sektörde yer alması önem kazanmaktadır.

## **YÖNTEM**

Turizm olgusunun sürdürülebilir bir yaklaşımla varlığının devam etmesi ekonomik, sosyolojik ve çevresel açıdan oldukça önemlidir. Bu kapsamda turizm endüstrisinin tüm paydaşlarının turizmin sürdürülebilirliğine katkı sunması gerekmektedir. Bu doğrultuda turizm sektöründe istihdam sağlamak üzere yetiştirilen önlisans aşçılık programı öğrencilerinin, turizm endüstrisinde sürdürülebilir yaklaşım olan "slow food" akımı ile ilgili algılarını tespit etmek önemlidir. Bu amaçla hazırlanan çalışmada, aşçılık programı öğrencilerinin "slow food" kavramına ilişkin algılarını hangi metaforlar aracılığıyla açıkladıkları tespit edilerek oluşturulan metaforlar ortak özellikleri kapsamında gruplandırılmıştır. Bu araştırmanın evrenini, 2023-2024 eğitim-öğretim yılı güz döneminde Yozgat Bozok Üniversitesi, Yozgat Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümünde öğrenim gören tüm öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmanın gerçekleştirilmesinden önce Yozgat Bozok Üniversitesi tarafından E.136393 sayılı etik kurul onayı alınmıştır. Bölümde toplam 120 öğrenci bulunmaktadır. Araştırmanın örnekleminin tespit edilmesinde kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde görüşmeyi kabul eden öğrenciler ile çalışılmıştır (Altunışık vd., 2004). 14 öğrencinin görüşme formları eksik ve hatalı olduğu için toplamda 106 öğrenci üzerinden analiz yapılmıştır. Araştırmanın örneklem büyüklüğünün evreni temsil edebileceğinden hareketle araştırma sonuçlarının evrene genellenebilmesi açısından yeterli olduğu düşünülmektedir (Altunışık vd., 2004; Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2004; Ural ve Kılıç, 2006). Araştırmada öğrencilerden bilgi sağlanabilmesi için görüşme formu hazırlanmıştır. İki bölümden oluşan formun birinci bölümde öğrencilerin demografik özellikleri sorulmuştur. Görüşme formunun ikinci bölümünde ise öğrencilerin "Bana Göre Slow Food ... Gibidir. Çünkü ..." cümlesinin

devamında ifadenin sebeplerini yazmaları istenmiştir. Öğrencilerden bu bölümde sadece tek bir metafor üzerinde durmaları istenmiştir. Öğrencilerle yapılan görüşme sonucunda elde edilen görüşme formları araştırmanın temel veri kaynağını oluşturmuştur. Aşçılık programı öğrencilerinin “slow food” kavramına ilişkin algılarını metaforlar yöntemi ile ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada, nitel veri analiz tekniklerinden birisi olan tematik içerik analizi kullanılmıştır. Tematik içerik analizi; tümevarımsal tematik analiz, teorik tematik analiz, anlamsal tematik analiz, gizil tematik analiz, özcü/realist ve yorumlamacı tematik analiz olarak 5 farklı sınıflandırmada incelenmektedir. Bu çalışmada anlamsal tematik analizden (semantik tematik analiz) faydalanılmıştır. Anlamsal bir yaklaşımla, temalar verilerin açık ya da yüzeysel anlamları içinde tanımlanmaktadır. Araştırmacı, ankete katılan bireylerin yazdıklarının ya da ifade ettiklerinin dışında bir şey aramadan ifadeleri aynen gruplandırmaktadır. İçerikteki kalıpları ve özetleri göstermek için basitçe oluşturulan tanımlar ve anlamlara yer verilmektedir (Braun & Clarke, 2006).

Tematik analiz, çeşitli araştırma alanları ve teorik perspektifler için uygun ve “temel” bir yöntem olarak faydalıdır. Çünkü;

- Bireylerin kişisel deneyimlerine odaklanarak, belirli bir bağlamdaki fenomeni anlamayı amaçlar. Araştırmacı, derinlemesine mülakatlar veya anketler gibi yöntemlerle bu deneyimleri ve anlayışları ortaya çıkarabilir.
- Belirli bir fenomenin medya gibi araçlar aracılığıyla nasıl temsil edildiğini ve bu temsillerin toplumdaki bireylerin bu fenomeni nasıl anladıklarını veya deneyimlediklerini nasıl şekillendirdiğini inceler.
- Geniş veri setlerinden anlamlı desenler ve ilişkiler çıkarmak için kullanılır. İstatistiksel araçlar ve algoritmalar, bu verileri analiz ederek hipotezler oluşturur veya test eder (Clarke & Braun, 2013).

Yapılan görüşmelerde katılımcılardan slow food akımına yönelik sadece tek bir metafor geliştirmeleri istenmiştir. Ardından geliştirilmiş olan metaforların geçici listesi hazırlanmıştır. Daha sonra geliştirilen metaforlar anlamlılık seviyeleri kontrol edilmiştir. Gerekli kontroller yapıldıktan sonra aşçılık programı öğrencilerinin slow food kavramına yönelik geliştirdikleri metaforlar ortak özellikleri bağlamında değerlendirmeye alınmıştır. Bu sonuçla yedi farklı kavramsal metafor grubu oluşturulmuştur.

Nitel çalışmada yapılan çalışma sonucunda toplanan verilerin detaylı olarak rapor edilerek sonuçlara nasıl ulaşıldığının açıklaması geçerlilik açısından önem rol oynamaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2021). Bu nedenle çalışmada geçerliği sağlamak amacı ile aşçılık programı öğrencilerden toplanan formlarda yazılan cevaplara doğrudan alıntı yapılarak yer verilmiştir. Çalışmada metafor gruplarının oluşturulmasında objektif sonuçlar için uzman görüşünden yararlanılmıştır. Görüşüne başvuru uzmanların her ikisi de aşçılık programı öğretim elemanıdır. Uzmanlara metaforların yazılı olduğu bir liste ile gerekli kısa açıklamaları içeren yedi kategorinin bulunduğu ikinci bir liste verilmiş ve öğrencilerin vermiş olduğu kısa açıklamalar ile kategorileri eşleştirmeleri istenmiştir. Uzman görüşleri ile Miles ve Huberman’ın (1994) analiz modelinde yer alan formül (Güvenirlik=görüş birliği/görüş birliği+görüş ayrılığı) kullanılarak kodlayıcılar arası güvenilirlik hesaplanmıştır. Tutarlılıktan söz edilebilmesi için görüş birliğinin %90 üzeri bir değerde olması gerekmektedir. Bu çalışmada güvenilirlik %92 olarak hesaplanmıştır (Saban vd., 2006).

## BULGULAR

### Aşçılık Programı Öğrencilerine İlişkin Demografik Veriler

Araştırmaya katılanların %61’i kız öğrenciler, %39’u ise erkek öğrenciler ve büyük çoğunluğunu (%90) 19-25 yaş arası öğrenciler oluşturmaktadır. Öğrencilerin %52’si birinci sınıf, %48’i ise ikinci sınıftır. Araştırma katılımcılarının demografik özelliklerine göre dağılımı Tablo 1’de sunulmaktadır.

**Tablo 1**

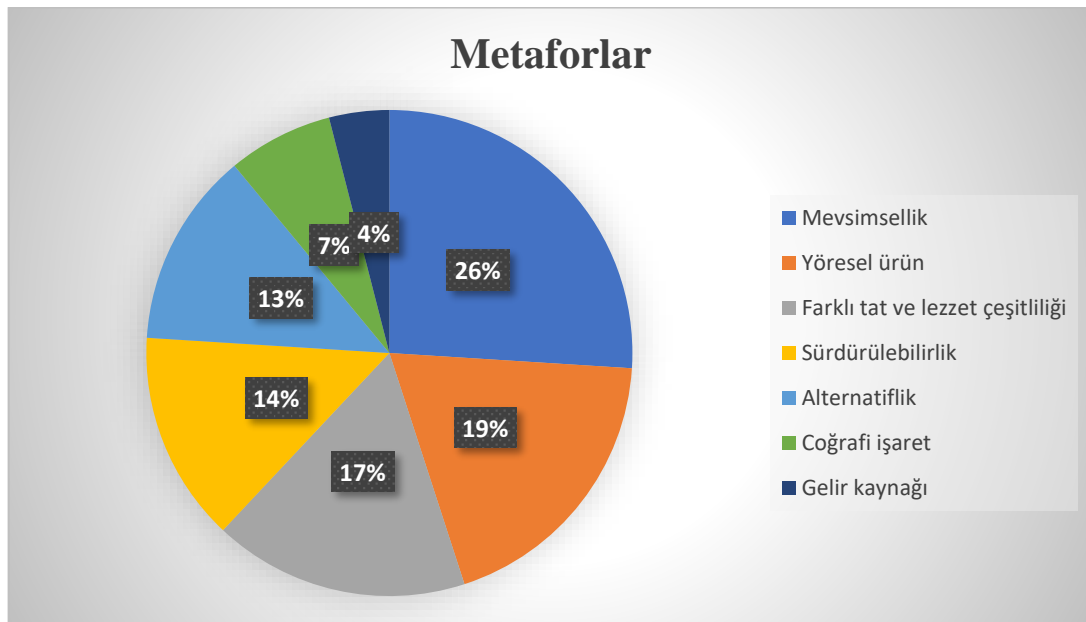
*Katılımcıların Demografik Özellikleri*

Özellikler		<i>f</i>	%
Yaş	19-25	95	90
	26-30	8	7
	30 ve üzeri	3	3
Cinsiyet	Erkek	41	39
	Kız	65	61
Sınıf	Birinci sınıf	55	52
	İkinci sınıf	51	48
Mezun Olunan Lise	Meslek Lisesi	54	51
	Anadolu Lisesi	37	35
	İmam Hatip Lisesi	15	14
<b>Toplam</b>		<b>106</b>	<b>100</b>

Katılımcılar tarafından slow food kavramına yönelik olarak 7 farklı metafor geliştirildiği görülmektedir. Geliştirilmiş olan metaforların yüzdeler oranlarına ait veriler aşağıdaki Şekil 1’de yer almaktadır.

**Şekil 1**

*Metaforların Yüzdeler Dağılımı*



**Birinci Metafor:** Slow Food olgusunu “mevsimsellik” metaforu ile algılayan katılımcıların oluşturduğu bu metafor grubu tüm metaforların %26’sını oluşturmaktadır. Bu kategoride yer alan bazı

katılımcı ifadeleri aşağıda sunulmuştur:

*“Slow Food bana mevsimselliği ifade eder. Çünkü mevsiminde olan ürün daha doğal ve lezzetli ürünlerdir”.*

*“Slow Food bana mevsimselliği ifade eder. Çünkü mevsiminde olan ürünler yardımıyla slow food akımına yönelik yemekler üretebiliriz.*

*“Slow Food bana mevsimsel olmayı ifade eder. Çünkü mevsiminde olmayan ürünle yemek yapmak demek, doğallıktan uzaklaşmak demektir.*

**İkinci Metafor:** Slow Food olgusunu “yöresel ürün” metaforu ile algılayan katılımcıların oluşturduğu bu metafor grubu tüm metaforların %19’unu oluşturmaktadır. Bu kategoride yer alan bazı katılımcı ifadeleri aşağıda sunulmuştur:

*“Slow Food bana yöresel ürünleri ifade eder. Çünkü endüstriyel ürünler işlenmiş ürünlerdir”.*

*“Slow Food bana yöresel ürünleri ifade eder. Çünkü yöresel ürün demek doğal lezzet demektir.*

*“Slow Food bana yöresel ürünleri ifade eder. Çünkü yerel ürün kullanılmayan yemekler diğerlerinden ayır edilemez.*

**Üçüncü Metafor:** Slow Food olgusunu “farklı tat ve lezzetler” metaforu ile algılayan katılımcıların oluşturduğu bu metafor grubu tüm metaforların %17’sini oluşturmaktadır. Bu kategoride yer alan bazı katılımcı ifadeleri aşağıda sunulmuştur:

*“Slow Food” bana lezzeti ifade eder. Çünkü doğal ve yöresel ürünlerin daha çok kullanıldığı bu yaklaşımda yemeklerin daha lezzetli olacağını düşünüyorum”.*

*“Slow Food” bana farklı tat ve lezzetler ifade eder. Çünkü Anadolu mutfağı o kadar çeşitli ürünleri bünyesinde barındırıyor ki, bence bu yaklaşımda da çok çeşitli lezzetli ürünlerin var olduğunu düşünüyorum”.*

*“Slow Food” bana farklı tat ve lezzetleri ifade eder. Çünkü keşfedilmemiş bir çok ürün ve tat keşfedilmek üzere bizleri bekliyor”.*

**Dördüncü Metafor:** Slow Food olgusunu “sürdürülebilirlik” metaforu ile algılayan katılımcıların oluşturduğu bu metafor grubu tüm metaforların %14’ünü oluşturmaktadır. Bu kategoride yer alan bazı katılımcı ifadeleri aşağıda sunulmuştur:

*“Slow Food” sürdürülebilirliği ifade eder. Çünkü gastronomi turizmi bence on iki ay yaşanmalıdır”.*

*“Slow Food” sürdürülebilirliği ifade eder. Çünkü tüm yiyeceklerin özü korunarak gelecekte kullanılması gerekliliği unutulmamalıdır”.*

*“Slow Food” sürdürülebilirliği ifade eder. Çünkü bu sektör yerel halkın geçim kaynağıdır.”*

**Beşinci Metafor:** Slow Food olgusunu “alternatif” metaforu ile algılayan katılımcıların oluşturduğu bu metafor grubu tüm metaforların %13’ünü oluşturmaktadır. Bu kategoride yer alan bazı katılımcı ifadeleri aşağıda sunulmuştur:

*"Slow Food" bana alternatif yemekleri ifade eder. Çünkü her alanda fast food ürünleri görmekten sıkıldım".*

*"Slow Food" bana alternatif yemekleri ifade eder. Çünkü alternatif yemek olabilmek her zaman diğer yemeklerden ayırt edici bir özelliği olabilir.*

*"Slow Food" bana alternatif yemekleri ifade eder. Çünkü restoranlarda menüler birbirini tekrar etmektedir.*

**Altıncı Metafor:** Slow Food olgusunu "coğrafi işaret" metaforu ile algılayan katılımcıların oluşturduğu bu metafor grubu tüm metaforların %7'sini oluşturmaktadır. Bu kategoride yer alan bazı katılımcı ifadeleri aşağıda sunulmuştur:

*"Slow Food bana coğrafi işareti ifade eder. Çünkü coğrafi işaretli birçok ürün doğal ürünler olduğu için slow food akımına yönelik ürünler olduğunu düşünüyorum".*

*"Slow Food bana coğrafi işareti ifade eder. Çünkü kültürel değerler daha çok değerli ve yöresel ürünlerdir. Geleceğe aktarılması gereken ürünler olmaktadır".*

**Yedinci Metafor:** Slow Food olgusunu "gelir kaynağı" metaforu ile algılayan katılımcıların oluşturduğu bu metafor grubu tüm metaforların %4'ünü oluşturmaktadır. Bu kategoride yer alan bazı katılımcı ifadeleri aşağıda sunulmuştur:

*"Slow Food" gelir kaynağını ifade eder. Çünkü artık bilinçli turistler daha kaliteli yemek yiyerek daha fazla para ödemektedirler. Bu durumda ben daha fazla gelir elde ederim".*

*"Slow Food" gelir kaynağını ifade eder. Çünkü yiyecek içecek sektörü çok para kazandıran bir sektördür".*

*"Slow Food" gelir kaynağını ifade eder. Çünkü insanlar artık yöresel ve yerinde doğal olan ürünlere para harcamak istemektedirler ve seyahat etmektedirler".*

## **TARTIŞMA VE SONUÇ**

Üretilen metaforlar kapsamında öğrencilerin "slow food" olgusuna yönelik olumlu bir algıya sahip olduğu söylenebilir. Toplamda 7 metafor geliştirilmiştir. Geliştirilen metaforların tamamı öğrenciler tarafından olumlu nitelik taşımaktadır. Bu durumda gösteriyor ki; öğrencilerin yiyecek içecek sektöründe yeni yaklaşımları benimsedikleri ve sektör için olumlu hareket olduğu ve değişim ve gelişime açık oldukları anlaşılmıştır. Aşçılık programı öğrencilerinin "slow food" olgusuna yönelik üretmiş oldukları metaforlar 7 farklı kavram altında toplanmıştır. Araştırmanın bulgularına göre "slow food" olgusuna yönelik olarak, aşçılık programı öğrencilerinin %26'sı mevsimsellik algısı, %19'u yöresel ürün algısı, %17'si farklı tat ve lezzet algısı, %14'ü sürdürülebilirlik algısı, %13'ü alternatiflik algısı, %7'si coğrafi işaret algısı ve %4'ü gelir kaynağı algısına sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri bölümü aşçılık programı öğrencilerinin büyük bir kısmı, "slow food" denildiğinde ilk akla gelen mevsimsellik, yöresel ürün, farklı tat ve lezzet gibi klasik bir anlayışla yaklaşmaktadır. Bu sonuç "slow food" yaklaşımının benimsemiş olduğu temel değerlerle örtüşmekte olduğu ve turizm sektörüne ara eleman olarak yetişen aşçılık programı öğrencilerinin bu akımı doğru anladıklarını ve bu akıma bilinçli yaklaştıklarını göstermektedir. Yapılan çalışmada (Pajo, 2015) Slow Food etkinliklerinin daha başarılı şekilde gerçekleşmesi için en önemli unsurun çocukların yerel ürün üretim ve tüketim konusunda bilinçlendirilmesi gerekliliği sonucuna ulaşması, aşçılık programı



öğrencilerinin en fazla oluşturdukları metafor olan “yöresel ürün algısı” sonucunu destekler niteliktedir.

Katılımcıların ifade ettiği sürdürülebilirlik, alternatiflik ve coğrafi işaret gibi algılar açılış programı öğrencilerinin ülkemizin en önemli turizm çeşidi olan deniz-kum-güneş üçgeni dışında bir turizm çeşidinin slow food akımı ile turizm endüstrisi altında yer alması ve daha da geliştirilmesi gerekliliği anlayışına sahip oldukları öngörülmüştür. Yapılan çalışmada (Yenipınar vd., 2014) Türkiye'nin coğrafi işaretli ürünlerinin konu olduğu lezzet turları, coğrafi işaretli ürünlerin sürdürülebilirliği ve tanıtımı için öneme sahiptir. Coğrafi işaretli ürünlerin yer aldığı turların destinasyonların gastronomi turizmi açısından gelişebilmesinde destek sağladığını ve alternatif turizm çeşidi olarak lezzet haritalarının oluşturulmuş olması açılış programı öğrencilerinin oluşturmuş olduğu alternatiflik metaforu ile örtüşmektedir.

Katılımcıların ifade ettiği sürdürülebilirlik, alternatiflik ve coğrafi işaret metafor kavramlarından çıkarılacak bir diğer sonuç ise endüstriyel ürünlerin yerine daha fazla yöresel ve doğal ürün kullanmak istedikleri algısına ulaşılabilir. Bu algı (Sağır, 2017) tarafından yapılan çalışmanın sonucu ile benzerlik göstermektedir. Yapılan bu çalışmaya göre slow food gibi trend akımlar, küreselleşmenin olumsuz etkilerini en aza indirebilmek için yerel destinasyonlardaki üretimin daha fazla geleneksel yaşam tarzlarına ve daha fazla sürdürülebilir bir yaklaşımla hareket edilmesi sonucuna varılmıştır. Çünkü sektörde oldukça hazır ve endüstriyel ürünle karşı karşıya kalan turizm mutfak departmanı iş görenleri hazır ürünleri kullanmaktan oldukça rahatsız olmaktadır. Yine bir diğer çalışmada (Aliyeva ve Kurgun, 2021) Foça ilçesinin turizm potansiyeli değerlendirilmiştir. Bölgede üretilen ürünler ve turistik ürünlerin pazarlanması noktasında slow food akımının benimsendiği açıklanmıştır. Böylece hem Foça kararı üzümünün üretimine ilişkin sürdürülebilirlik hem de yerel halka ekonomik kalkınma açısından katkı sağlandığı sonucuna varılmıştır. Bu sonuçla, açılış programı öğrencilerinin oluşturduğu sürdürülebilirlik ve alternatiflik metaforlarını destekler nitelikte olduğu görülmüştür.

Ancak mevcut düzen içerisinde farklılık yaratamamakta oldukları yönünde yorumlanabilir. Araştırmaya katılan açılış programı öğrencilerinin %7'si coğrafi işaret algısını ortaya koymuşlardır. Bu durum metafor dağılımlarına bakıldığında öğrencilerin coğrafi işaret ile slow food akımı arasında ilişki olduğu bilincinde olduğu ancak menşe adı ve mahreç işareti kavramlarına daha uzak oldukları anlaşılmıştır. Öğrenciler için bir diğer metaforik sınıflandırma ise gelir kaynağı kategorisidir. Öğrencilerin yeni tüketim trenlerinden haberdar olmaları ve bu durumu yorumlamaları farkındalık açısından umut verici olmuştur. Bu tüketim trendinin gelir getirici bir etken olduğu sonucu öğrencilerin %4'ü tarafından ulaşılmıştır. Diğer metaforlara göre çok düşük bir orana sahip öğrenciler tarafından geliştirilmiş olsa da sürdürülebilir ve alternatif bir gelir kaynağı olarak görülmesi gelecekte bu tüketim akımı sayesinde turizm sektörünün paydaşlarının gelir elde edeceği görüşüne sahip oldukları anlaşılmıştır.

Çalışma sonuçlarından hareketle açılış programı öğrencilerinin slow food gibi yeni ve sürdürülebilir yaklaşımlara olumsuz bir algı oluşturmadığı görülmektedir. Bu sonucun elde edilmesinde katılımcıların çoğunun turizm ve gastronomi alanında iyi bir bilince sahip olduğu, doğal ve yerel ürünler kullanılarak slow food akımının benimsendiği ve öğrencilerin endüstriyel ürünlerin yerine daha çok yöresel ürünlerin kullanılması gerektiği yönünde algılar geliştirdiği görülmektedir.

Alanyazında slow food akımının metaforlar yöntemiyle tespit edilmesine yönelik bir araştırmaya rastlanmamış olması, bu alandaki önemli bir boşluğu dolduracağı düşüncesi çalışmanın önemini artırmaktadır. Ayrıca ileride turizm ve gastronomi trendlerinin algılanmasına yönelik yapılacak çalışmalara yön vereceği düşünülmektedir. Çalışma, Yozgat Bozok Üniversitesi, Yozgat Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü önlisans Açılış programı öğrencileriyle sınırlandırılmıştır. Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü lisans ve yüksek lisans öğrencilerine yönelik benzer çalışmalar yürütülebilir. Bu çalışma sonucu elde edilen bulguların sektör-işveren ve işgören

bağlamındaki tüm paydaşlar için önemli bir veri kaynağı olacağı düşünülmektedir.

### **Etik Kurul Onayı**

Bu çalışma (12/04/2023 tarih ve E.136393 sayılı Yozgat Bozok Üniversitesi, Etik Kurulu Başkanlığı Etik Kurul Onay Belgesi ile) bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır

### **Yazar Katkıları**

Araştırma Tasarımı (CRediT 1) Soner BEŞCANLAR (%100)

Veri Toplama (CRediT 2) Soner BEŞCANLAR (%100)

Araştırma - Veri Analizi - Doğrulama (CRediT 3-4-6-11) Soner BEŞCANLAR (%100)

Makalenin Yazımı (CRediT 12-13) Soner BEŞCANLAR (%100)

Metnin Tashihi ve Geliştirilmesi (CRediT 14) Soner BEŞCANLAR (%100)

### **Finansman**

Çalışma herhangi bir finansal destek almamıştır.

### **Çıkar Çatışması**

Yazarlar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

### **Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SDG)**

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları: 3 Sağlıklı ve Kaliteli Yaşam

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları: 12 Sorumlu Üretim ve Tüketim

## REFERANSLAR

- Adu-Ampong, E. (2016). A metaphor analysis research agenda for tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 57, 248-250.
- Aliyeva, N., ve Kurgun, A. (2020). Slow Food hareketinin gastronomi turizminin sürdürülebilirliği ile ilişkisi: Foça örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(2), 234-251.
- Altunışık, Remzi, Recai Coşkun, Serkan Bayraktaroğlu & Engin Yıldırım (2004). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. 3. Baskı, İstanbul: Avcı Ofset.
- Atsız, O., Kahraman, O. C., & Beşcanlar, S. (2022). Kırsal Destinasyonda Yerel Halkın Yer Kimliği Algısının Turizmin Gelişimine Desteği: İkamet Edilen Sürenin Rolü. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 5(2), 190-203. <https://doi.org/10.53353/atrss.109051>
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3, 77-101
- Bramwell, W. & Lane, B (1993) Sustainable Tourism: An Evolving Global Approach *Journal of Sustainable Tourism* 1 (1) 1-5
- Cerit, Y. (2008). Öğretmen kavramı ile ilgili metaforlara ilişkin öğrenci, öğretmen ve yöneticilerin görüşleri. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(4), 693-712.
- Döş, İ. (2010). Aday Öğretmenlerin Müfettişlik Kavramına İlişkin Metafor Algıları. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(3), 607-629
- Ehtiyar, V.R., Solmaz, C. & Üst Can, Ç. (2019). “Kadın akademisyen” olmak: turizm alanındaki kadın akademisyenlere yönelik bir metafor çalışması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16 (2), 296-318.
- Ertaş, Ç. (2019). Şırnak'ta yaşayan yerel halkın turizme dönük metaforik algısı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(70), 720-733.
- Gül, M. ve Gül, K. (2021). Turizm ve otel işletmeciliği bölümü önlisans öğrencilerinin “tatil” kavramına ilişkin algılarının metaforlar yardımıyla analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1404-1423
- Kale, E., & Çiçek, Ü. (2015). Hemşirelerin kendi mesleklerine ilişkin metafor algıları. *Sağlık ve hemşirelik yönetimi dergisi*, 3(2), 142-151
- Fontefrancesco, M. F., & Corvo, P. (2019). Slow Food: History and activity of a global food movement toward SDG2. *Zero Hunger. Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals; Leal Filho, W., Azul, A., Brandli, L., Özuyar, P., Wall, T., Eds.*
- Kahyaoğlu, M. ve Kırıktaş, H. (2016). Ortaöğretim ve üniversite öğrencilerinin "doğa" kavramına ilişkin algılarının metafor analizi yoluyla incelenmesi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 33(Ocak), 58-76
- Kaya, B., & Demirtaş, B. (2019). Sürdürülebilir Turizm Açısından Slow Food Hareketine Bakış Ve Türkiye Uygulamaları *International Black Sea Coastaline Countries Symposium*.
- Koca, N., Ertürk, A. (2021). Ortaokul öğrencilerinin “turizm” ve “turist” kavramlarına ilişkin metaforik algıları. *Araştırma ve Deneyim Dergisi*, 6(2), 139-156.
- Kozak, N.; Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2010). *Genel turizm: ilkeler - kavramlar*. (10. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Koroğlu, A., Asmadili, V. U., & Asmadili, İ. (2022) Termal Turizm Amaçlı Seyahat Eden Turistlerin Sürdürülebilir Turizm Algıları Ve Gönüllü Sade Yaşam Tarzları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Pamukkale Örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (53), 313-325.
- Koroğlu, Ö., Yıldırım, H. U. ve Avcıkurt, C. (2018). Kültürel miras kavramına ilişkin algıların metafor analizi yoluyla incelenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(1), 98-113
- Kulakoğlu Dilek, N., Dilek, S. E., Gümüş, M. (2016). Otel çalışanlarının turizm ve barış ilişkisine yönelik metaforik algıları. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 6(2), 1-15.
- Lane, B. (2009). Thirty years of sustainable tourism: Drivers, progress, problems—And the future. In *Sustainable tourism futures* (pp. 39-52). Routledge.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded Sourcebook*. (2nd ed). Thousand Oaks, CA: Sage
- Pajo, A. (2015). Türkiye'deki Cittaslow kentleri yerel yönetimlerinin destinasyon pazarlaması uygulamaları: Vize ilçesi örneği (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Saban, A. (2008). Okula ilişkin metaforlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 55, 459-496.
- Saban, A. (2009). Öğretmen adaylarının öğrenci kavramına ilişkin sahip oldukları zihinsel imgeler. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 281-326
- Saban, A.; Koçbeker, B. N. ve Saban, A. (2006). Öğretmen Adaylarının Öğretmen Kavramına İlişkin Algılarının Metafor Analizi Yoluyla İncelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 6(2), 461-522
- Sağır, G. (2017). From tradition to globalization: Slow food and cittaslow movements. *The Journal of Social Science*, 1(2), 50-59.
- Seyitoğlu, F. ve Çakar, K. (2017). Tourism education and internships: a metaphor analysis. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 17 (4), 269-280.
- Şahan, K. (2017). Metafor ne değildir?. *Kesit Akademi Dergisi*, 3(8), 166-176
- Şahin, S., Tezcan, A. E., Bekci, M. (2018). Yerli turistlerin Türkiye, İstanbul, turizm ve turist rehberi ile ilgili metaforları. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(1), 251-264.
- Şahin, Ş. ve Baturay, M. H. (2013). Ortaöğretim Öğrencilerinin İnternet Kavramına İlişkin Algılarının Değerlendirilmesi: Bir Metafor Analizi Çalışması. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 21(1), 177-192.
- Oğuzbalaban, G. (2019). Karadeniz Ereğli’de yaşayan yerel halkın "turizm" kavramına ilişkin algılarının metaforlar yardımıyla analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (4), 2566-2581
- Taş Gürsoy, İ., Sonuç, N. (2020). Turizm ve kültür: lise ve üniversite öğrencilerinin algılarına ilişkin metafor analizi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(23), 1809-1828.
- Tekin, Ö. A. (2012). Sendikacılık ve Türkiye turizm sektörü. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(2), 125-152.
- UNWTO (2019). *Tourism Highlights 2014 Edition*. Tourism in the world: Key figures. [http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights14\\_en.pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en.pdf)
- UNWTO (2022). *Tourism statistics*. Erişim tarihi: 28.11.2022, <https://www.unwto.org/tourismstatistics/tourism-statistics-database>.

- 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 (2012). "Metafizik Alanda Sörf Ya Da Mecaz ve Semboller Üzerinden Anlamlandırma: Bir Anlatım Yöntemi Olarak Metafor", Milet ve Nihal. 9:1,135-164.
- Yazıcıoğlu, Yahşi & Samiye Erdoğan. (2004). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yenipınar, U., Köşker, H., & Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde Yerellerin Önemi ve Coğrafi İşa retleme: Van Otlu Peyniri. The Journal of Tourism and Gastronomi Studies, 13, 23. [https://www.jotags.org/Articles/2014\\_vol2\\_issue2/2014\\_vol2\\_issue2\\_article2.pdf](https://www.jotags.org/Articles/2014_vol2_issue2/2014_vol2_issue2_article2.pdf).
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. (8. Basım). Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Yıldırım, Ali & Hasan Şimşek (2008). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım Saçılık, M., Çevik, S. ve Özkan, Ç. (2016). Turizm ve otel işletmeciliği bölümü önlisans öğrencilerinin 1410 “turizm” olgusuna ilişkin metaforik algıları. Akademik Bakış Dergisi, 53:84-103.
- Yenipınar, U., Köşker, H., & Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde Yerellerin Önemi ve Coğrafi İşa retleme: Van Otlu Peyniri. The Journal of Tourism and Gastronomi Studies, 13, 23. [https://www.jotags.org/Articles/2014\\_vol2\\_issue2/2014\\_vol2\\_issue2\\_article2.pdf](https://www.jotags.org/Articles/2014_vol2_issue2/2014_vol2_issue2_article2.pdf).