

- Serçek, S. (2018). Turistlerin yerel yemek tüketimindeki motivasyon faktörlerinin incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 463-481.
- Şahin, A. ve Meral, Y. (2012). Türkiye’de coğrafi işaretleme ve yöresel ürünler. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 5(2), 88-92.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2018). Yöresel Mutfak Motivasyon Unsurlarının Destinasyonu Tekrar Tercih Etme Ve Başkalarına Önerme Üzerine Etkisi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 16(4), 149-172.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022). Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Anlaşması. <https://www.telifhaklari.gov.tr/Mevzuat> (E.T. 16.03.2022).
- Tekelioğlu, Y. (2019). Coğrafi işaretler ve Türkiye uygulamaları. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 47-75.
- Tikkanen, I. (2007). Maslow's Hierarchy and Food Tourism İn Finland: Five Cases. *British Food Journal*, 109: (9), 721-734.
- Toklu, İ., T., Ustaahmetoğlu, E. ve Öztürk Küçük, H. (2016). Tüketicilerin coğrafi işaretli ürün algısı ve daha fazla fiyat ödeme isteği: Yapısal eşitlik modellemesi yaklaşımı. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 23(1), 145- 161.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2022). Coğrafi İşaret Portalı. <https://ci.turkpatent.gov.tr/> (E.T. 12.03.2022).



**JOURNAL OF GASTRONOMY  
HOSPITALITY AND TRAVEL**

ISSN: 2619-9548

Journal homepage: [www.joghat.org](http://www.joghat.org)

Received: 14.04.2022 Accepted: 25.05.2022

Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel, 2022, 5(2), 631-639

Araştırma Makalesi (Research Article)

**YEREL MUTFAĞA ÖZGÜ NİTELİKLERİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR METAFOR  
ÇALIŞMASI: ALANYA ÖRNEĞİ (A METAPHOR STUDY ON THE DETERMINATION OF  
LOCAL CUISINE CHARACTERISTICS: A CASE STUDY IN ALANYA)\*\***

\*\* Bu makale, 2022 yılı Mayıs ayında II. Ulusal Gastronomi Çalışmaları Sempozyumunda sunulan ‘Alanya Yerel Mutfağına İlişkin Bir Metafor Analizi’ başlıklı bildirinin genişletilmiş biçimidir.

## Özet

Bu çalışmanın temel amacı Alanya yerel mutfağının özgün yapısı ve özelliklerine ilişkin niteliklerin metaforlar aracılığı ile belirlenmesidir. Bu doğrultuda çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırma grubunun seçiminde amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum örnekleme ve kartopu örnekleme yöntemleri tercih edilmiştir. Bu doğrultuda Araştırmanın çalışma grubu Alanya yerel mutfağına hakim katılımcılardan oluşmaktadır. Araştırma verilerin toplanmasında yüz yüze görüşme tekniği ve çevrimiçi bir platform olan Google forms'dan yararlanılmıştır. Bu doğrultuda elde edilen veriler içerik ve betimsel analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Katılımcılar Alanya yerel mutfağını bitki, hayvan, masal kahramanı, nesne, renk, mevsim, gölge oyunu gibi metaforlar ile açıklamışlardır. Katılımcıların algıları ve metaforlar doğrultusunda Alanya yerel mutfağının özgün, coğrafyanın özelliklerini yansıtan, köklü, farklı lezzetlere sahip, değerli, az bilinen, gizemli, çekici, uyarlanabilen ve ağır olmak üzere taklit edilmesi zor önemli niteliklere sahip olduğu görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Alanya, Yerel Mutfak, Metafor, Algı

## Abstract

The main purpose of this study is to determine the characteristics of the Alanya local cuisine through the perceptions of the participants and metaphors. In this direction, qualitative research method was used in the study. In the selection of the research group, the purposive sampling method (maximum and snowball sampling) was preferred. The study group of the research consists of the participants who are familiar with the local cuisine of Alanya. Face-to-face interview technique and Google forms were used in the collection of research data. The obtained data were analyzed by content and descriptive analysis method. Participants explained the Alanya local cuisine with metaphors such as plant, animal, fairy tale hero, object, color, season, shadow play. As a result, it has been seen that Alanya local cuisine has unique, reflecting the characteristics of the geography, rooted, having different tastes, valuable, lesser known, mysterious, attractive, adaptable and heavy inimitable qualities.

**Anahtar Kelimeler:** Alanya, Local Cuisine, Metaphor, Perception

## Giriş

Günümüzde yerel mutfak ve yerel yiyecekler özellikle gastronomi turistleri için önemli bir çekim unsuru olmakla birlikte turistlerin seyahat deneyimlerinin önemli parçalarından birisini de oluşturmaktadır. Yerel coğrafyalar için ise rekabet avantajı sağlamaktadır. Çünkü yerel mutfaklar taklitleri mümkün kılınmayacak özgün niteliklere sahiptir (Mitchell ve Hall, 2003; Aslan vd., 2014; Uyar, 2020). Coğrafi konum, toprak yapısı ve iklim özellikleri yerel mutfağın girdilerini şekillendirirken yerel halkın kimlik öğeleri yerel mutfağa özgü değerler ve normları, davranış ve rolleri, malzeme ve ürünler ile yerel teknikleri belirlemektedir (Gürsoy, 2013; Uyar, 2020). Bu değerler aynı zamanda yerel mutfağın özgün yapısını oluşturan niteliklerin şekillenmesinde de önemli rol oynamaktadır. Bu nitelikler yerel mutfakları ve kültürleri farklı kılan değerlerdir. Bu niteliklerin belirlenmesi ve tanımlanması yerel kültürler açısından önemlidir. Çünkü yerel mutfaklar aynı zamanda içinde bulunduğu kültür ve yöreye ait değerleri de yansıtmaktadır. Freedman (2007) yerel yemeklerin kültürlerin yaşam tarzını yansıtan önemli değerlerden birisi olduğunu ifade etmiştir. Brillat-Savarin “bana ne yediğini söyle, sana ne olduğunu söyleyeyim” sözü ile yiyecek ve kültür değerleri arasındaki ilişkiyi vurgulamıştır (Brillat-Savarin, 2016).

\* Sorumlu yazar: mevlut.uyar@alanya.edu.tr

DOI: 10.33083/joghut.2022.156

Bu çalışmada Alanya yerel mutfağının özgün yapısını oluşturan niteliklerin yerel halkın algıları ve metaforlar aracılığı ile belirlenmesi amaçlanmıştır. Literatür incelendiğinde ülkemizde yapılan metafor çalışmalarının daha çok eğitim alanında gerçekleştirildiği görülmüştür. Okul, öğretmen, üniversite, öğrenci ve coğrafya gibi eğitimle ilgili genel kavramlar en çok araştırılan kavramlar olmuştur (Sönmez ve Özer Aytekin, 2020). Eğitim ile ilgili olarak özellikle turizm alanında yaygın olmakla birlikte gastronomi ve aşçılık eğitim gören öğrencilerin meslek algısı ve eğitim aldığı alanda kariyer yapma planı üzerine yapılan çalışmaların yoğun olduğu görülmektedir (Brymer ve Pavesic, 1990; Altman ve Brothers, 1995; Kuşluvan ve Kuşluvan, 2000; Özdemir vd., 2005; Duman vd., 2006; Richardson, 2008; Aymankuy ve Aymankuy, 2013; Harbalıoğlu ve Ünal, 2014; Kurnaz vd., 2014; Çavuş ve Kaya, 2015; Tekin ve Çidem, 2015; Tekin ve Deniz, 2015; Çuhadar ve Çetintürk, 2016; Köşker ve Unur, 2017; Akoğlu vd., 2017; Tuna vd., 2017; Kutukız vd., 2018; Özdemir vd., 2019; Keskin ve Tekin, 2020). Eğitim dışında turizm alanında gerçekleştirilen metafor çalışmalarının sınırlı olduğu görülmüştür. Gün ve Kılıç (2021) Siirt'te yerel halkın turizm kavramına ilişkin algılarının metaforlar ile saptanmasına yönelik bir çalışma gerçekleştirmiştir. Turizm kavramı en çok ekonomi, kültür, doğa, aydınlık, bilgi, sonsuzluk, keşif ve huzur gibi metaforlar ile açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışmada turizm sürecine yönelik daha çok duygusal ve kültürel algı ortaya konulduğu görülmüştür. Ancak literatürde yerel mutfak kavramı ve yerel mutfağın özgün niteliklerinin doğrudan araştırıldığı metafor çalışmalarına rastlanmamıştır. Dolayısıyla yerel halkın Alanya yerel mutfağını nasıl algıladığı, hangi metaforlarla açıklayacağı ve neden o metaforlara benzettiğinin derinlemesine araştırılmasının ve bu bağlamda yerel mutfağın özgün yapısını oluşturan niteliklerin belirlenmesi ve tanımlanmasının önem arz ettiği düşünülmektedir. Bu doğrultuda planlanan nitel araştırma deseni ile bu çalışma gerçekleştirilmiştir.

### **Kavramsal Çerçeve**

Mutfak sözcüğü 'yemek pişirilen yer' anlamını ifade etmektedir (Türk Dil Kurumu, 2022). Kültürel anlamda ise toplumlara özgü beslenme kültürü olarak tanımlanabilir (Küçükaslan, 2011). Kültürlere özgü mutfak tanımlanırken mutfakların yerel değerleri yansıtan özgün yapısını ifade etmek için yerel ya da yöresel kavramı kullanılmaktadır (Şengül ve Türkay, 2017). Literatür incelendiğinde yerel mutfağın genel olarak gastronomik kimliği oluşturan çevresel (fiziksel) ve sosyo-kültürel unsurlar üzerinden tanımlandığı görülmektedir. (Harrington, 2005; Harrington ve Ottenbacher, 2010; Ondieki vd. 2017). Yerel mutfaklar kültürlere özgü gelenek, görenek, örf, adet, inançlar, coğrafi özellikler ve tarım gibi yerel değerlere ve kültürel etkileşimlere göre şekillenmektedir. Kültürlere ilişkin değerler ile şekillenen yerel mutfaklar zamanla içinde bulunduğu kültüre ait bir değere dönüşmektedir. (Közleme, 2012; Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015; Büyüksalvarcı vd., 2016; Uyar, 2020; Ademoğlu ve Durlu Özkaya, 2021). Bu değerler yerel mutfakların niteliklerini oluşturmaktadır. Yerel mutfakların özgün ve farklı yapısını oluşturan bu nitelikler de yerel mutfakların taklitlerinin oluşmasını engelleyen faktörler olarak ortaya çıkmaktadır. Alanya yerel mutfağı incelendiğinde yerel mutfağın gülüklü (garın ya da düğün) çorba, ovmaç, laba dolması, öksüz helvası, kıvrım, külük helvası, çiğirdik, kırtakı ve fıstıklı limonata gibi birçok özgün lezzetten oluştuğu görülmektedir. Yerel mutfağa özgü başlıca değer ve normlar dolaz, ziyare, barışık yemeği, kız isteme, dış aş, cenaze ve düğün yemeği vb. değerlerden oluşmaktadır. Yerel mutfağa özgü başlıca araç gereçler ise sini, bakır sağan, sağacak, taş dibek ve yer sofrası vb. yerel ürünlerden oluşmaktadır (Uyar, 2020). Bu doğrultuda yerel mutfağın özgün yapısını oluşturan değerlere sahip olduğu görülmektedir.

Çalışmada yerel mutfağa özgü niteliklerin metaforlar aracılığı ile belirlenmesi amaçlanmıştır. Metaforlar, bireylerin kendilerini anlatabilme biçimlerini etkilemektedirler (Çelikten, 2006). Bireylerin belirli bir konu ve belirli bir durum içindeki kavramsallaştırmaları hakkında zengin bilgiler sunarlar (Armstrong, Davis & Paulson, 2011). Bu bağlamda metafor, bireylerin algıları doğrultusunda kavramlara yükledikleri anlamla ilgili zihinsel bir modelleme süreci olarak tanımlanabilir (Palmquist, 2001).

### **Yöntem**

Bu çalışmada Alanya yerel mutfağını oluşturan niteliklerin belirlenmesinde katılımcıların algılarının ve yerel mutfağı hangi metaforlar ile açıkladıklarının derinlemesine incelenmesi amacı ile nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çünkü bu yöntem araştırmacıya araştırma problemini daha kolay anlayabileceği derinlemesine bilgi edinme olanağı sağlamaktadır (Patton, 2018). Araştırma grubunun belirlenmesinde nitel araştırmalarda önerilen amaçlı örnekleme (Merriam, 2018) yöntemlerinden maksimum örnekleme ve kartopu örnekleme yöntemleri kullanılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda çalışma grubuna Alanya yerel mutfağına hakim ve yerel mutfağı deneyimleyen katılımcılar seçilmiştir. Öncelikle çalışma grubuna seçilen 15 katılımcı ile nitel araştırmalarda temel veri toplama tekniklerinden birisini oluşturan yüz yüze görüşme tekniği (Creswell,

2017; Bal, 2016), kullanılarak bir pilot çalışma yapılmıştır. Yüz yüze görüşmelerden önce yapılandırılmış bir soru formu hazırlanmıştır. Form iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm katılımcıların demografik bilgilerine yönelik (cinsiyet, yaş, meslek ve Alanya’da ikamet süresi) dört sorudan oluşmaktadır. İkinci bölüm ise araştırmanın temel probleminin çözümüne yönelik iki temel araştırma sorusundan oluşmaktadır. Yüz yüze görüşmelerden sonra aynı soru formu çevrimiçi bir platform (Googleforms aracılığı ile) aracılığı ile 38 katılımcıya daha ulaştırılmış ve katılımcılardan soruların cevaplanması istenmiştir. Yapılan geri dönüşlerde yerel mutfağı metafora benzetme nedenini yazmayan 8 katılımcıya ilişkin veriler değerlendirmeye alınmamıştır. Yüz yüze görüşmeler ve çevrimiçi platform aracılığıyla toplam 45 katılımcıdan elde edilen veriler anlamlandırılması ve okuyucuya aktarılması amacı ile veri analizi süreci (Merriam, 2018), doğrultusunda içerik ve betimsel analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Bu doğrultuda öncelikli olarak araştırma verilerine ilişkin yazılı metinler ayrıntılı olarak irdelenmiş ve elle kodlama yapılmıştır. Daha sonra veriler alanında uzman bir araştırmacı tarafından tekrar kodlanmıştır. Oluşturulan kodlar arasındaki tutarlılıklar değerlendirilerek tema ve alt temalar oluşturulmuştur. Son olarak farklı bir uzmandan kod şemasına ilişkin görüş alınmış, tema ve alt temalara ilişkin son düzenleme yapılmıştır. Elde edilen araştırma bulguları sistematik ve anlaşılır bir biçimde rapor edilmiştir. Çalışmanın iç güvenilirliğinin artırılması açısından araştırma doğrultusunda elde edilen bulgular olduğu gibi yorumlanmadan verilmiştir. Ayrıca araştırma verileri doğrultusunda oluşturulan kodların tutarlılığı ve güvenilirliğinin değerlendirilmesi amacı ile Kappa analizi yapılmış ve Kappa değeri 0,74 olarak hesaplanmıştır. Bu değer doğrultusunda kodlamayı yapan uzmanlar arasında önemli derecede uyumun olduğu söylenebilir (Landis ve Koch, 1977). Bu çalışma Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu izni ile gerçekleştirilmiştir.

## Bulgular

Araştırmaya ilişkin bulgular katılımcıların demografik özellikleri ve Alanya yerel mutfağının niteliklerine ilişkin algıları ve metaforlar olmak üzere tablo 1 ve 2’de sunulmuştur.

**Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Demografik Özellikler**

Kriterler		f	%
Cinsiyet	Kadın	14	31,1
	Erkek	31	68,9
Yaş	25 yaş ve altı	2	4,4
	26-34	13	28,9
	35-44	15	33,3
	45-54	3	6,7
	55 ve üstü	12	26,7
Meslek	Aşçı	5	11,1
	Restoran İşletmecisi	5	11,1
	Akademisyen	12	26,7
	Gıda Mühendisi	3	6,7
	Öğretmen	7	15,6
	Turizm çalışanı	3	6,7
	Avukat	3	6,7
	Mimar	1	2,2
	Grafik Tasarım	1	2,2
	Emlak	1	2,2
	Araştırmacı yazar	1	2,2
	Ev Hanımı	1	2,2
	Emekli	2	4,4
Alanya’da İkamet Süresi (yıl)	5 yıl ve altı	6	13,3
	6-14	3	6,7
	15-24	4	8,9
	25-34	8	17,8
	35-44	12	26,7
	45 yıl ve üstü	12	26,7
<b>Toplam</b>		45	100

Araştırma verilerinin toplanması için toplam 53 kişi ile görüşme sağlanmıştır. Ancak 8 görüşmeci yerel mutfağın niteliğini neye ya da neden benzettiğini açıklamadığı için bu veriler analize alınmamıştır. Anlamlı verilerin elde edildiği toplam 45 katılımcının frekans analizi sonuçları incelendiğinde çalışma grubunun 14’ü kadın 31’i erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcılar yaş gruplarına göre değerlendirildiğinde en az katılımın 25

yaş ve altı (% 4,4) ile 45-54 yaş (% 6,7) aralığında olduğu, en fazla katılımın ise 35-44 (% 33,3), 26-34 (% 28,9) ve 55 yaş ve üstü (% 26,7) yaş aralıklarında olduğu görülmüştür. Katılımcıların çoğunluğu akademisyen, öğretmen, aşçı ve restoran işletmecisinden oluşmaktadır. Katılımcıların Alanya'da ikametgâh süreleri incelendiğinde çoğunluğun 35 yıl ve üzerinde Alanya'da yaşadığı görülmüştür.

**Tablo 2. Katılımcıların Alanya Yerel Mutfağının Niteliklerine İlişkin Algıları ve Metaforlar**

Tema	Alt tema (metafor)	İçerik
Özgün	Etnik Motiflerle İşlenmiş Bir Heybe	Yerel coğrafya, yerel kültür ve kültürel etkileşimlerle şekillenen yerel kültüre özgü lezzetler Yerel mutfağa özgü malzeme ve ürünler Yerel mutfağa özgü geleneksel teknikler Yerel mutfağa özgü değerler
	Antika Bir Eşya	
	Kırmızı	
	Mevsim	
	Tropikal Bitki Bahçesi	
Coğrafyanın Özelliklerini Yansıtan	Etnik Bir Heybe	Yerel halkın yaşam tarzını yansıtan Coğrafya, iklim ve toprak yapısı ile uyumlu ürünler
	Mevsim	
	Keçi	
	Turuncu	
	Kartal	
	Zeytin Ağacı	
	Oturan Boğa	
Oburix		
Değerli	Kurbağa	Farklı yapısı ve sahip olduğu yerel özellikleri ile önemli bir mutfak
	Altın	
	Kız İstemeye Gidilirken Götürülen Gümüş Tepsi	
Köklü ve Güçlü	Antika Bir Eşya	Uzun yıllara dayanan geçmişe ve güçlü bir yapıya sahip
	Yel Değirmenleri ve Donkişot	
	Karagöz ve Hacivat	
	Taş Adam	
Çeşitli	Bukelamun	Coğrafya ve kültürel etkileşimlerle şekillenen yerel kültüre özgü çok çeşitli lezzetler
	İnek	
	Rengarenk Bir Meyve Bahçesi	
	Alaaddin Sihirli Lambası	
	Gökkuşluğu	
	Tavus Kuşu	
Az Bilinen	Meyve Sepeti	Yerel mutfağa özgü niteliklerin yeterince bilinmemesi
	Buzdağı	
Uyarlanabilen	Gizemli Bir Kutu	
	Bukelamun	
Gizemli	Tropik Orman	
	Soğan	
Ağır	Doğa Renkleri	
	Kırmızı	
Çekici	Kahverengi	Farklı ve Lezzetli yiyecekler ile insanları etkilemesi
	Mıknatıs	

Tablo 2'de görüldüğü üzere katılımcıların algıları doğrultusunda Alanya yerel mutfağına özgü nitelikleri oluşturan birçok tema saptanmıştır. Bu temalar bağlamında katılımcılar Alanya yerel mutfağını özgün, coğrafyanın özelliklerini yansıtan, değerli, köklü ve güçlü, çekici, çeşitliliği olan, gizemli, ağır ve uyarlanabilen bir yapıya sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Bunun yanında hem yerel halk hem de turistlerin yerel mutfak hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığı görülmüştür. Yerel mutfağa ilişkin bu temalar hayvan, bitki, masal kahramanı, obje, nesne, renk, meyve gibi metaforlar ile açıklanmıştır. Bu metaforlar tabloda alt temalar olarak sunulmuştur.

Alanya yerel mutfağına ilişkin saptanan ilk bulgu yerel mutfağın sahip olduğu özgün niteliğidir. Yerel mutfağa özgü bu nitelikler coğrafya, yerel kültür ve kültürel etkileşimlerle şekillenen yerel lezzetler, yerel mutfağa özgü malzeme, ürün, geleneksel teknikler ve değerlerden oluşmaktadır. Araştırmada bu temayı açıklayan

metaforlar etnik motiflerle işlenmiş bir heybe, antika bir eşya, kırmızı ve mevsim olarak bulunmuştur. Aşağıda bu metaforlara ilişkin katılımcı görüşleri verilmiştir.

“Mutfağın oluşmasında coğrafya, iklim ve kültür gibi değerlerin etkili olmuştur. Mutfak yerel halkın yaşam tarzını yansıtmaktadır. Ben Alanya yerel mutfağını bu yönüyle bir heybeye benzetirim. Etnik bir heybe.” K1

“Ben Alanya yerel mutfağını mevsimlere benzetirim. Mutfak mevsimler gibi farklı renk, tat ve kokularda lezzetlere sahiptir”. K10

Yerel mutfağa ilişkin saptanan bir diğer bulgu ise yerel mutfağın coğrafyanın özelliklerini yansıtan niteliği sahip olmasıdır. Yerel mutfak sahip olduğu coğrafya, iklim, toprak yapısı ile uyumlu ürün ve değerlerle yerel halkın yaşam tarzını da yansıtmaktadır. Mutfağa özgü saptanan bu tema keçi, turuncu, kartal, zeytin ağacı, oturan boğa, oburix, kurbağa, etnik bir heybe ve mevsim metaforları ile açıklanmıştır. Katılımcıların bu metaforlara ilişkin görüşleri aşağıda sunulmuştur.

Keçi. “Keçiler hareketli oldukları için etleri yağlı değildir. Alanya mutfağında da yağ (donmuş) odaklı olmayan hafif bir yapı hakimdir”. K17

“Alanyalılar boğazlarına çok düşünler ve çok hareketsizler. Bu yüzden Alanya mutfağını outran boğaya benzetiyorum”. K27

Kurbağa. “Hafif, yeşil ağırlıklı bir mutfak”. K31

“Etnik bir heybe gibi. Göçebe, yörük kültürünü yansıtmaktadır. Heybeninin içinde temel malzemelerin olduğu zaman mutfağı her yere taşıyabilirsin”. K1

Katılımcıların farklı yapısı ve sahip olduğu yerel özellikleri ile Alanya yerel mutfağına değer atfettikleri görülmüştür. Yerel mutfağına atfedilen bu değer altın ve kız istemeye giderken götürülen gümüş tepsi metaforları ile açıklanmıştır. K nolu katılımcı bu temaya ilişkin görüşünü şöyle ifade etmiştir.

“Öz ama çok değerli bir mutfaktır. Az miktarı bile çok değerlidir. Altın gibi”. K38

Yerel mutfağın niteliklerine ilişkin elde edilen bir diğer bulgu yerel mutfağın sahip olduğu köklü ve güçlü geçmişi olmuştur. Mutfağın uzun yıllara dayanan geçmişi ve sahip olduğu güçlü yapısı yel değirmenleri ve donkişot, karagöz ve hacivat ve taş adam metaforları ile açıklanmıştır. Katılımcılar konuya ilişkin görüşlerini şöyle ifade etmişlerdir.

“Alanya yerel mutfağını yel değirmenleri ve donkişota benzetirim. Yerel mutfak güçlü yapıya sahiptir. Ancak turistik ürün olarak bilinçsiz kullanımlar ile yıpratılmaktadır”. K45

“Yerel mutfak köklü geçmişine rağmen günümüzde unutulmaya başlanmıştır. Aynı karagöz ile hacivat gibi”. K13

Yerel mutfağın niteliklerine ilişkin saptanan bulgulardan birisi de mutfağın çok çeşitli lezzetlerden oluşan yapısıdır. Bu tema bukalemun, inek, rengarenk bir meyve bahçesi, alaaddin sihirli lambası, gökkuşağı, tavus kuşu ve meyve sepeti metaforlarıyla açıklanmıştır. Metaforlara ilişkin katılımcı görüşleri aşağıda verilmiştir.

“Alanya yerel mutfağının bukalemuna benzetirim. Çünkü mutfak zengin yapısı ile farklı damak tatlarına hitap edebilecek özelliktedir”. K13

“Yerel mutfak çeşitli ürün yapısı ile sağlıklı bir mutfaktır. İnek gibi”. K14

“Yerel mutfak farklı ve özgün lezzetlere sahiptir. Bu yüzden bu mutfağı rengârenk bir meyve bahçesine benzetiyorum”. K6

Gökkuşağı. “Çeşitli ve zengin bir ürün içeriğine sahip”K21, “Her renk ve her tattan ayrı ayrı lezzetleri var”. K34

“Tavus kuşunun kuyruğu gibi renkli ve zengin”. K25

Yerel mutfağın yeniliklere uyum sağlayabilen yapısı yerel mutfağın niteliklerine ilişkin elde edilen bir diğer tema olmuştur. Bu tema bukalemun ve tropik orman metaforları ile açıklanmıştır.

“Mutfağı bukalemuna benzetiyorum. Çünkü Yerel mutfak yeniliklere uyum sağlayabilecek özelliklere sahiptir”. K11

Yerel mutfağın niteliklerine ilişkin saptanan bir diğer tema yerel mutfağın gizemli bir yapıya sahip olduğudur. Bu tema yerel mutfak soğan ve doğa renklerine benzetilerek açıklanmıştır.

Soğan. “Çok değişken ve hep yeni keşfedilecek bir yönü var”. K35

Yerel mutfağın gizemli yapısının yanında ağır bir yapıya sahip olduğu görülmüştür. Mutfağın ağır yapısı kırmızı ve kahverengi metaforları ile açıklanmıştır.

Kahverengi. “Alanya lezzetleri bana göre biraz ağır. Bu sebeple koyu bir kahverengi”. K24

Yerel mutfağın niteliklerine ilişkin saptanan son bulgu ise yerel mutfağın çekici özelliğidir. Bu tema mıknaş metaforu ile açıklanmıştır.

Mıknaş. “Her kültürü kendine çeken ve yiyenlerinde damaklarında unutulmaz tatlar bırakan yemeklerden oluşmaktadır”. K45

Yerel mutfağın bütün bu niteliklerinin yanında yeterince bilinmeyen, az tanınan bir mutfak olduğu görülmüştür. Bu tema buzdağı ve gizemli bir kutu metaforları ile açıklanmıştır. Katılımcılar metaforlara ilişkin görüşlerini şöyle ifade etmiştir.

“Buz dağı. Dışarıdan bakıldığında ve ülkedeki diğer bazı yörelerin mutfakları ile kıyaslandığında, yemeklerin bilinirliği ve çeşitliliği az”. K32

Araştırmanın bulguları doğrultusunda Alanya yerel mutfağının tanımlanabilen özgün niteliklere sahip olduğu saptanmıştır. Bu nitelikler yerel mutfağa hakim katılımcıların algıları doğrultusunda metaforlar ile açıklanmış ve çalışmanın sonuç kısmında sunulmuştur.

## **Sonuç**

Kültürlere özgü yerel mutfaklar coğrafi konum, iklim, toprak yapısı, gelenek, görenek, örf, adet, inanç gibi yerel değerlerin etkisi şekillenmektedir. Kültürlere özgü bu değerler zamanla yerel mutfaklara özgü niteliklerin oluşmasında da önemli etkiler göstermektedir. Yerel değerler doğrultusunda oluşan bu nitelikler yerel mutfaklara özgü olmakta ve yerel mutfağın özgün yapısını oluşturmaktadır. Yerel mutfakları diğer mutfaklardan ayırmakta, turistler için önemli bir çekim unsuru olmakta ve yerel destinasyonlar için rekabet avantajı sağlamaktadır. Araştırmanın bulguları doğrultusunda da Alanya yerel mutfağını diğer mutfaklardan ayıran ve özgün yapısını oluşturan niteliklere sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın saptanan en önemli sonucu yerel kültüre özgü lezzetler, yerel malzeme ve ürünler, geleneksel teknikler ve yerel değerlerden oluşan ve mutfağı farklı kılan özgün yapısıdır. Yerel mutfağın bu niteliği yerel mutfak etnik motiflerle işlenmiş, bir heybe, antika bir eşya, kırmızı, mevsim ve tropikal bitki bahçesi metaforlarına benzetilerek açıklanmıştır. Yerel mutfağın uzun yıllara dayanan geçmişi ve güçlü yapısı ile yerel coğrafya ve yerel değerleri yansıtma niteliği saptanan önemli sonuçtan bir diğeri olmuştur. Coğrafya ve farklı kültürlerin etkisi ile şekillenen yerel kültüre özgü lezzetlerin yerel mutfağın önemli niteliklerden birisini oluşturduğu görülmüştür. Çekici, değerli, uyarlanabilen, ağır ve gizemli bir mutfak olma özellikleri yerel mutfağın niteliklerine ilişkin ulaşılan diğer sonuçlardır. Yerel mutfağı farklı kılan birçok niteliğe sahip olması, yerel halk tarafından değer atfedilmesine rağmen yerel mutfağın bu niteliklerinin bilinirliğinin çok az olduğu saptanan bir diğer sonuç olmuştur. Araştırmada en çok metafor üretilen temalar yerel mutfağın coğrafyanın özelliklerini yansıtma, çeşitli ve özgün nitelikleri olmuştur. En az metafor üretilen tema ise çekicilik niteliği olmuştur.

Araştırmanın sonuçları doğrultusunda yerel yönetimler ve sektöre bazı öneriler sunulabilir. Yerel mutfağı farklı kılan birçok niteliğine rağmen mutfağın yeterince bilinmediği görülmüştür. Özellikle yeniliklere uyum sağlayabilecek, uyarlanabilen yapısı yerel mutfağın turistik ürün olarak geliştirilebilmesi için önemli bir avantaj sağlamaktadır. Bu doğrultuda sektör ile iş birliği içerisinde yerel mutfağı daha çekici kılacak, turistlerin damak tatları ve beklentileri doğrultusunda inovasyon çalışmalarının yapılması önerilmektedir. Yerel mutfağın özünü bozmadan turistik ürün olarak geliştirilmesi ve sunulması için gerekli çalışmaların başlatılması destinasyonun pazarlanması ve imajı açısından da önem arz etmektedir.

Bu çalışma Alanya destinasyonunda nitel araştırma yöntemi kullanılarak toplam 45 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcı sayısı artırılarak ve farklı araştırma yöntemleri dahil edilerek farklı destinasyonlarda gerçekleştirilebilir.

## **Kaynakça**

- Ademoğlu, A. & Durlu Özkaya, F. (2021). Özel gün ve tören yemekleri: Ethnic foods dergisi üzerine bir inceleme, *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 4(2), 248-257.
- Akoğlu, A., Cansızoğlu, S., Orhan, N., & Özdemir, Z. (2017). Gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi alan öğrencilerin sektörde çalışmaya yönelik bakış açıları, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 146-159.

- Altman, L. A., & Brothers, L. R. (1995). Career longevity of hospitality graduates, *Hospitality Review*, 13(2), 77-83.
- Armstrong, S. L., Davis H. S., & Paulson E. J. (2011). The subjectivity problem: Improving triangulation approaches in metaphor analysis studies, *International Journal of Qualitative Methods*, 10(2), 151-163.
- Aslan, Z., Güneren, E., & Çoban, G. (2014). Destinasyon markalaşma sürecinde yöresel mutfakın rolü: Nevşehir örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 3-13.
- Aymankuy, Y., & Aymankuy, Ş. (2013). Turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin turizm sektöründeki istihdamla ilgili görüşleri ve sektördeki kariyer beklentileri: Balıkesir üniversitesi turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulu örneği, *Akademik Bakış Dergisi*, 53(35), 1-21.
- Brillat-Savarin, J.A. (2016). *Lezzetin fizyolojisi ya da yüce mutfak üzerine düşünceler.* (Çev. H. Bucak). Oğlak Yayıncılık, İstanbul.
- Brymer, R. A., & Pavesic, D. V. (1990). Personality characteristics and profiles of hospitality management graduates, *Hospitality Research Journal*, 14(1), 77-86.
- Büyüksalvarcı, A., Şapıcılar, M. C. & Yılmaz, G. (2016). Yöresel yemeklerin turizm işletmelerinde kullanılma durumu: Konya örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(4), 165-181.
- Creswell, J. W. (2017). *Araştırma deseni: Nitel, nicel ve karma yöntem yaklaşımları.* (Çev. Ed. S. B. Demir). Eğiten Kitap Yayıncılık, Ankara.
- Çavuş, Ş., & Kaya, A. (2015). Turizm lisans eğitimi alan öğrencilerin kariyer planları ve turizm sektörüne yönelik tutumu, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(5), 101-117.
- Çelikten, M. (2006). Kültür ve öğretmen metaforları, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(21), 269-283.
- Çuhadar, M., & Çetintürk, İ. (2016). Ön lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin kariyere yönelik algıları: Süleyman demirel üniversitesi örneği, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(17), 51-69.
- Duman, T., Tepeci, M., & Unur, K. (2006). Mersin’de yükseköğretim ve orta öğretim düzeyinde turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin sektörün çalışma koşullarını algılamaları ve sektörde çalışma isteklerinin karşılaştırmalı analizi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 51-69.
- Düzgün, E. & Durlu Özkaya, F. (2015). Mezopotamya’dan günümüze mutfak kültürü, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 41-47.
- Freedman, P. (2007). *Yemek, damak tadının tarihi.* (Çev. N. Elhüseyni), Oğlak Yayıncılık, İstanbul.
- Gün, S. & Kılıç, G.D. (2021). Siirt’te yaşayan yerel halkın turizm dönük metaforik algısı, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 2653-2665.
- Gürsoy, D. (2013). *Tarihin süzgecinde mutfak kültürümüz.* Oğlak Yayıncılık, İstanbul.
- Harbalıoğlu, M., & Ünal, İ. (2014). Aşçılık Programı öğrencilerinin mesleki tutumlarının belirlenmesi: Ön lisans düzeyinde bir uygulama, *Turizm Akademik Dergisi*, 1(2014), 57-67.
- Harrington R. J., (2005). Defining gastronomic identity: The impact of environment and culture on prevailing components, texture and flavours in wine and food, *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(2/3), 129-152.
- Harrington R. J., & Ottenbacher, M. J., (2010). Culinary tourism: A case study of the gastronomic capital, *Journal of Culinary Science and Technology*, 8, 14-32.
- Keskin, E., & Tekin, Ö. A. (2020). To make a career in kitchen department: Is really that a desirable career plan for tourism students?, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(73), 333-347.
- Köşker, H., & Unur, K. (2017). Turizm lisans öğrencilerinin turizm sektöründe çalışma eğilimleri üzerine bir araştırma, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 126-141.
- Közleme, O. (2012). *Mutfak Kültürü ve Din.* Rağbet Yayınları, İstanbul.



- Kurnaz, A., Kurnaz, H. A., & Kılıç, B. (2014). Ön lisans düzeyinde eğitim alan aşçılık programı öğrencilerinin mesleki tutumlarının belirlenmesi, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (32), 41-61.
- Kuşlivan, S., & Kuşlivan, Z. (2000). Perceptions and attitudes of undergraduate tourism students towards working in the tourism industry in Turkey, *Tourism Management*, 21(3), 251-269.
- Kutukız, D., Akyürek, S., & Özdemir, Ö. (2018). Turizm eğitimi alan orta öğretim düzeyindeki öğrencilerin mutfak departmanına yönelik tutumlarını belirlemeye yönelik bir araştırma, *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 125-146.
- Küçükaslan, N. (2011). *Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Mutfak Hizmetleri Yönetimi*. Alfa Akademi Yayıncılık, Bursa.
- Landis, J.R. & Koch, G.G. (1977). "An application of hierarchical kappa-type statistics in the assessment of majority agreement among multiple observers". *International Biometric Society*, 33(2), 363-374.
- Merriam, S. B. (2018). *Nitel araştırma: Desen ve uygulama için bir rehber*. (Çev. Ed. S. Turan). Nobel Akademi Yayıncılık, Ankara.
- Mitchell, R., & Hall, C. M. (2003). Consuming tourists: food tourism consumer behaviour. C.M. Hall., vd. (Ed.), In *Food Tourism Around the World: Development, Management And Markets*. Burlington, 60-80.
- Ondieki, E. B., Kotut, E. J., Gatobu, C. K., & Wambari, E. M. (2017). Gastronomic identity: role of the environment and culture on culinary tourism, *African Journal of Tourism, Hospitality and Leisure Studies*, 3(1), 17-21.
- Özdemir, B., Aktaş, A., & Altıntaş, V. (2005). Turizm ve otelcilik eğitimi görmekte olan lisans düzeyindeki öğrencilerin otel işletmelerinin yiyecek-İçecek bölümüne yönelik tutumları, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(1), 46-58.
- Özdemir, N., Ak, S., & Önçel, S. (2019). Lisans düzeyinde gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi alan öğrencilerin kariyer yapma isteklerinin belirlenmesi, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(67), 947-956.
- Palmquist, R. A. (2001). Cognitive style and users' metaphors for the web: An exploratory study, *The Journal of Academic Librarianship*, 27(1), 24-32.
- Patton, M. Q. (2018). *Nitel Araştırma ve değerlendirme yöntemleri*. (Çev. M. Bütün ve S. B. Demir). Pegem Akademi, Ankara.
- Richardson, S. (2008). Undergraduate tourism and hospitality students attitudes toward a career in the industry: A preliminary investigation, *Journal of Teaching in Travel and Tourism*, 8(1), 23-46.
- Sönmez, I. & Özer AYTEKİN, K. (2020). Eğitim alanındaki metafor araştırmalarında eğilimler: Bir içerik analizi çalışması, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(36): 1-38.
- Şengül, S. & Türkay, O. (2017). *Türkiye'nin yöresel mutfakları*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Tekin, Ö. A., & Çidem, G. (2015). Turizm öğrencilerinin mutfak departmanına yönelik tutumları ölçeği: Bir geçerlik ve güvenirlik çalışması, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(39), 975-986.
- Tekin, Ö. A., & Deniz, I. (2015). Turizm öğrencilerinin yiyecek ve içecek departmanına yönelik tutumları: Üniversite öğrencileri üzerine bir inceleme, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(55), 178-197.
- Tuna M., Akça İ., Tuna A. A., & Gürlek M. (2017). Turizm öğrenimi gören öğrencilerin sektör çalışma koşullarını algılamaları ve sektörde çalışmaya yönelik tutumları: Meslek yüksekokulu, yüksekokul ve fakülte öğrencilerine yönelik bir araştırma, *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 41-60.
- Türkçe Dil Kurumu (TDK), [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ab4fc1d91d261.43589320](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ab4fc1d91d261.43589320), Erişim: 31.03.2022
- Uyar, M. (2020). *Yerel mutfağın dönüşümünde turizmin rolü*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Uyar, M. (2021). Turistik ürün olarak yerel mutfağın turist tiplerinin seyahat motivasyonu ve seyahat deneyimlerine etkisi üzerine bir değerlendirme, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (1), 236-252.



**JOURNAL OF GASTRONOMY  
HOSPITALITY AND TRAVEL**

**ISSN:** 2619-9548

**Journal homepage:** [www.joghat.org](http://www.joghat.org)

Received: 14.04.2022 Accepted: 28.05.2022

*Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 2022, 5(2), 640-650