

**Kaynak gösterme / How to cite this article:**

Güner, H., & Kale, E. (2022). Aşçıların kendi mesleklerine ilişkin metafor algıları. *Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 156-171. doi: 10.38122/ased.62.5

**Makale Geçmişi / Article History**

Alındı (Received): 28/06/2021

Kabul edildi (Accepted): 26/12/2022

## Aşçıların Kendi Mesleklerine İlişkin Metafor Algıları<sup>1</sup>

Havva GÜNER<sup>2</sup>, Emine KALE<sup>3</sup>

**Öz:** Bu çalışmanın amacı, aşçıların mesleklerini nasıl algıladıklarını, metaforlar yoluyla tespit etmeye çalışmaktır. Çalışmada veriler anket kullanılarak elde edilmiştir. Katılımcıların mesleklerini nasıl gördüklerini metafor kullanarak tanımlamaları istenmiştir. Araştırma sonunda 105 anket toplanmıştır. Katılımcılar meslekleriyle ilgili olarak 68 farklı metafor üretmişlerdir. Bu metaforlar olumlu, olumsuz ve ne olumlu ne olumsuz olarak 3 gruba ayrılmıştır. Bunların 41 tanesi olumlu metaforlardır. En çok üretilen ilk üç metafor sanat, arı ve aşk olmaktadır. Bu ilk üç metaforun iki tanesinin olumlu olduğu ve mesleğe karşı sevginin vurgulandığı görülmektedir. Arı metaforu ise bazı aşçıların tarafından olumlu metafor olarak değerlendirilirken, bazı aşçıların tarafından ise olumsuz metafor olarak değerlendirilmiştir. Olumlu olarak üretilen “sanat, aşk, şarap, sanatçı, ressam, ağaç” gibi metaforlar ile aşçılık mesleğinin sanatsal yönü dikkate alınmakta ve mesleğe karşı duyulan heyecan ve sevginin yönüne vurgu yapılmaktadır. Olumsuz olarak üretilen arı, fedakârlık, hayat” gibi metaforlar ile aşçılık mesleğinin zorluğuna, hızlı çalışma ortamına ve hayat içerisinde var olan kaos ve karmaşanın işte de devam ettiğine vurgu yapılmaktadır. Diğer olumsuz metaforlar olan “demir, motor, makine, yarış” gibi metaforlar ile yine mesleğin zor ve dayanma gücünün zor olması ve çok hızlı bir çalışma alanına sahip olması yönüne vurgu yapılmıştır. Hem olumlu hem olumsuz olarak üretilen “uzun bir yol, güneş/ay, bisiklet pedalı” metaforları; durmadan devam eden bir meslek olmasını ve gece gündüz hep çalışma halinde olunması yönüne vurgu yapmaktadır. “Yarış atı/kaplumbağa/salyangoz, bıçak, mevsim” gibi metaforlar ise mesleğin yeri geldiğinde çok hızlı çalışma gerektirdiği yeri geldiğinde ise saha sakin bir çalışma alanı olması yönüne, yani kolaylığın ve zorluğun bir arada olduğuna vurgu yapmaktadır. Katılımcıların yaşları, medeni durumları ve çalışma yılları açısından ürettikleri metafor grupları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Aşçı, metafor, aşçılık mesleği.

### Metaphor Perceptions of Cooks About Their Own Professions

**Abstract:** The main purpose of this study is to try to reveal the perceptions of the cooks about their profession through metaphors. The data in the study were obtained by using a questionnaire. Participants were asked to describe how they saw their profession using metaphors. At the end of the research, 105 questionnaires were collected. Participants produced 68 different metaphors about their profession. These metaphors are divided into 3 groups as positive, negative and neither positive nor negative. 41 of them are positive metaphors. The first three metaphors most produced are art, bee and love. It is seen that two of these first three metaphors are positive and that love for the profession is emphasized. The metaphor of the bee was evaluated as a positive metaphor by some cooks and as a negative metaphor by some cooks. With positive metaphors such as "art, love, wine, artist, painter, tree", the artistic aspect of the culinary profession is taken into account and the direction of excitement and love for the profession is emphasized. With metaphors such as "negatively produced bee, sacrifice, life", it is emphasized that the difficulty of the cookery profession, the fast working environment and the chaos and confusion that exist in life continue at work. With the other negative metaphors such as "iron, engine, machine, race", it is emphasized that the profession is difficult and has a very fast working area. Metaphors of "a long road, sun/moon, bicycle pedal" produced both positively and negatively; It emphasizes that it is an ongoing profession and that it is always working day and night. Metaphors such as "race horse/tortoise/snail, knife, season" emphasize the fact that the profession requires very fast work when it comes to it, and that the field is a quiet working area, that is, ease and difficulty go together. There was no significant difference between the metaphor groups produced by the participants in terms of age, marital status and working years.

**Keywords:** Cook, metaphor, culinary profession.

<sup>1</sup> Bu çalışma, IV. Uluslararası Kapadokya Sosyal Bilimler Öğrenci Kongresi'nde bildiri olarak sunulmuştur.

<sup>2</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi Havva GÜNER, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, TF, havvaguner98@gmail.com.

<sup>3</sup> Doç. Dr. Emine KALE, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, TF, ekale@nevsehir.edu.tr.

## Summary

Metaphor has traditionally been the concern of the arts and humanities (Balcı, 1999). Metaphor are fundamental vehicles that human beings have evolved to understand, Express, construct, and organize their world (Kliebard, 1982). Individuals often use metaphors when describing both their own feelings and thoughts and the feelings and thoughts of the other person. Thus, it is important in determining people's thoughts about life and revealing their understanding of events (Kale ve Çiçek, 2015).

Metaphors analysis contributes to revealing how the desired concepts are perceived (Kale ve Çiçek, 2015). Understanding how the culinary profession is perceived by the cooks through metaphors will contribute to better analysis of the profession, recognizing the problems and developing the culinary profession. There are studies on the culinary profession in the literature. However, there is no study in the literature that measures the perceptions of the culinary profession metaphorically. For this reason, this study will enable cooks to reveal their metaphor perceptions about their profession. In addition it will be tried to determine the reasons why the metaphors used by the cooks while explaining their profession are preferred. It is thought that it will contribute to the literature in terms of understanding how the cooks view their profession, determining the problems and producing solutions.

The main purpose of this study is to try to reveal the perceptions of the cooks about their profession through metaphors. This study is a descriptive study.

The universe of the research consists of cooks working in hotels and restaurants, as well as students who studied gastronomy at various universities in Turkey. The data in the study were collected by semi-structured questionnaire technique. The questionnaire form consists of two parts. In the first part, there is questions about determining demographic information about cooks (age, financial status, number of children, working year). In the second part, metaphors were defined and exemplified in order to reveal the perceptions of the cooks participating in the research about their profession, and "if you were to compare the cooks to an image, what would you compare them to?" by asking the question "Cooking is like...", "Because..." they were asked to fill in the blanks. Generally, face-to-face interview technique and online questionnaire form were used in collecting the questionnaires. In this direction, within the scope of the research, a face-to-face survey was applied to 50 cooks and an online survey was applied to 100 cooks. At the end of the research, 44 of the 50 questionnaires distributed face-to-face were returned. Of the 100 questionnaires distributed online, 67 responses were received. 6 questionnaires were not evaluated due to various reasons (because there were no understandable expressions, the reason for the metaphor produced did not match with the metaphor, the reason for the produced metaphor was not explained) and only 105 questionnaires were included in the evaluation.

The questionnaires collected from the participants were first examined and eliminated in terms of usability. The metaphors produced were examined together with their reasons and gathered under 3 categories (positive, negative, both positive and negative). Then, the metaphors obtained, the categories in which the metaphors were included, and the demographic information of the participants were transferred to the SPSS statistical program. Pearson X2 test was used to analyze whether there was a difference in terms of working years and marital status according to the determined categories.

In the light of the findings, many metaphors were produced by the participants and it is seen that some of these metaphors have positive, some negative, and some both positive and negative aspects. The first three metaphors most produced are art (13.3%), bee (5.7%) and love (3.8%). It is seen that two of these first three metaphors are positive and that love for the profession is emphasized. The metaphor of the bee was evaluated as a positive metaphor by some cooks and as a negative metaphor by some cooks.

41 metaphors were produced by the participants, in which positive aspects were indicated. 39% of the participants evaluated the culinary profession with a positive metaphor. 13 metaphors that can be described as negative were produced. The rate of participants who produced negative metaphors is

12.3%. When we look at the metaphors in which both positive and negative metaphors are expressed, that is, the meanings of which can be interpreted in two ways, it is seen that 14 metaphors are produced, which makes up 13.3% of the participants.

According to the demographic characteristics of the cooks working in the hotels and restaurants where the research was conducted, such as age, marital status and working year; 29.5% of the participants in the research are married, 70.4% are single employees, and the majority (55.2%) are 25 years old and under. 54.2% of the cooks were 5 years or less, 28.5% had 10 years or more, 17.1% had a professional working period of 5-10 years, and most of the cooks worked less than 5 years is known.

As a result, it was tested with chi-square analysis whether the categories of metaphors produced by the participants (positive, negative, both positive and negative) differ in terms of their age, working years and marital status and no statistical difference was found.

## GİRİŞ

Meslek, insanların hayatını kazanarak devamını sağlayabilmeleri için yaptığı, kuralları toplum tarafından ortaya konulmuş ve bir eğitim sonrasında elde ettikleri beceri ve/veya bilgiye dayalı faaliyetler olarak tanımlanabilir (Saritaş, Derin ve Saritaş, 2014). Hem birey hem de toplum yaşamında hayati öneme sahip olan meslekler, uzun süreli uğraşlar olarak da tanımlanabilmektedir (İlhan, 2008). TDK ise meslek kavramını “*Belli bir eğitim ile kazanılan sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek, hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan, kuralları belirlenmiş iş*” olarak tanımlamaktadır (TDK, 2022). Meslekler, kişilerin toplumda yer edinmesinde oldukça önemli olmakla birlikte kişilerin kişisel gelişimine de katkıda bulunmaktadır. Bir bireyin hayatını etkileyen önemli unsurlardan biri seçmiş olduğu mesleğidir. Bireyin mesleği kişinin toplum içerisindeki konumunu belirlerken aynı zamanda saygı görmesini sağlar. Bu yüzden meslek seçimi yapılırken bireyin fiziki özellikleri, ilgi alanları, yetenekleri gibi özellikleri dikkate alarak yapabileceği en iyi faaliyetteki mesleği seçmeye yönelmesi gerekir (Gülşen ve Seyrathlı, 2014; Yılmaz ve Çemrek, 2019; Harbalıoğlu ve Ünal, 2014).

Bireylerin mesleklerine ilişkin tutumları mesleki başarılarını etkilemektedir. Genel olarak tutum, bireyin çevresindeki bir konuyla ilgili düşündüğü olumlu ve olumsuz eğilimlerdir (Baysal, 2018). Bireylerin yaşamında yeme içmenin temel bir ihtiyaç faaliyeti olması ve turizm sektörü içerisinde de yiyecek içecek işletmeciliğinin önemli olması aşçılık mesleğini de önemli hale getirmektedir. Aşçılık mesleği, disiplinli çalışmayı ve özeni isteyen bir meslektir. Bundan dolayı aşçılık ve gastronomi eğitimi alan kişilerin mesleklerine ilişkin tutumları turizm endüstrisinin gelişimine, sürekliliğine doğrudan etki etmektedir ve bu mesleğe karşı olan ilgi son zamanlarda giderek artmaya başladığından öğrencilerin mesleki tutumlarında önemli bir unsur olmaya başlamıştır (Kurnaz, Kurnaz ve Kılıç, 2014).

Aşçılık mesleği geçmişten günümüze kadar uzanan oldukça köklü bir meslektir (Özbay ve Karaca, 2021). Herhangi bir kurumun mutfağında çalışan personel genel olarak aşçı olarak

isimlendirilmektedir (Doğan ve Yeşiltaş, 2017). Türk Dil Kurumu'nun (2022) yaptığı tanıma göre ise aşçı, yemek yapmayı meslek haline getiren kişi veya yemek yapıp satan kişi şeklinde tanımlanmaktadır.

Aşçılık, besin öğelerinin hasadından başlanarak, malzemelerin satın alınması, teslim alınması, depolanması, üretim ve nihai ürün olarak sunma aşamalarından oluşan bir sanat dalı olarak da bilinmektedir (Kurnaz, Kurnaz ve Kılıç, 2014). Aşçılar gıdaları ve yemekleri endüstri standartlarına uygun şekilde hazırlarlar (Görkem, 2011). Aşçılık mesleğini yerine getiren kişiler, menü planlaması yapabilen, gıda ürünlerini hijyen ve sanitasyon kurallarına göre hazırlayabilen; dünya ve yöresel mutfığa ait ürünleri pişirebilen nitelikli elemanlar olarak tanımlanmaktadır (Harbalıoğlu ve Ünal, 2014). Ayrıca aşçılık mesleğinde yaratıcılık yeteneğinin sürekli devrede olması gerekmektedir. Mutfakta çalışan aşçılar ve şefleri kendileri ile hep yarış halinde olmaları gerekmekte ve sürekli yenilik yapmak ve yeni şeyler keşfetmek durumundadırlar. Fakat bu mesleğin tüm popülerliğine rağmen mesai saatlerinin uzun olması, hafta sonu, yaz tatili veya resmî tatillerin olmaması, sosyal hayatın daha kısıtlı yaşanması gibi sebeplerden dolayı mutfakta çalışmak oldukça ağır bir iştir. Bu sebepten ötürü mesleğe karşı olan talep azalsa da popülerliğini kaybetmemiştir ve özellikle son dönemlerde daha da artmıştır (Alyakut ve Küçükkömürler, 2018).

Bireylerin mesleklerine ilişkin algıları farklılık göstermektedir. Bu algı ve tutumları bilinçaltında var olan olaylara ve kavramlara göre belirlenmektedir. Bu şekilde bireylerin mesleklerine ilişkin yükledikleri anlamlar genellikle kavram etiketleri şeklinde veya benzeştirme kodları biçiminde zihinde yer almaktadır (Doğan, 2017). Bireyler mesleklerine ilişkin kavramaları algımlarken de genellikle mesleklerinin diğer kavramlarla olan ortak özelliklerini akıllarına getirirler. Böylece bireyler mesleklerinin özelliklerini, genellikle iyi bilinen başka kavramların özellikleriyle bağdaştırarak benzetme yoluyla sahip oldukları bilgi ve tutumlar yoluyla hareket ederek metaforik yapılar oluşturmaktadırlar (Doğan, 2017; Güveli vd., 2011).

Metaforlar, bir düşünce, nesne veya eylemi ifade etme yolu olarak genellikle edebiyat alanında kullanılmakla birlikte, bireylerin günlük yaşamında da kullandıkları dilsel bir benzetme olgusudur (Güveli vd., 2011). Metafor kavramı Türkçede de “benzetme”, “eğretileme”, “mecaz” kelimeleriyle karşılık bulmaktadır. Fakat bu kelimeler metafor kavramını tam olarak karşılamamakta çünkü Yunancadan gelen metafor kelimesi, “meta: öte” ve “pherin: taşımak” kelimelerinden oluşarak “bir şeyi başka bir şey ile anlatmak” anlamında kullanılmaktadır (Parın, 2017; Rızvanoğlu, 2007). Metaforlar yalnızca süsleme amaçlı kullanılan söz sanatından ibaret değildir aynı zamanda bireyin genel olarak dünyayı ve olayları kendine göre kavrayışına sinen bir düşünme ve görme şeklidir (Doğan, 2017; Güveli vd., 2011; Yaman, 2020).

Metafor yalnızca mecazi anlam taşımaz aynı zamanda temel bir düşünce mekanizmasını sağlamaktadır (Cerit, 2008). Bireyler hem kendi, hem de karşısındaki kişinin duygu ve düşüncelerini tasvir ederken genellikle metafor kullanmaktadırlar. Böylece kişilerin hayata karşı düşüncelerinin belirlenmesinde ve olayları anlamalarının ortaya çıkarılmasında önem taşımaktadır (Kale ve Çiçek, 2015). Ayrıca metafor, bireylerin gerçeği daha iyi anlamalarına ve çevrelerine bakış açılarını genişletmelerine yardımcı olabilecek bir araç olarak da kullanılabilir (Seyitoğlu, 2019).

Metafor geleneksel olarak sanat ve beşerî bilimlerin ilgi alanı olmuştur (Balcı, 1999). Metaforlar insanların dünyalarını anlamak, ifade etmek, inşa etmek ve düzenlemek için evrimleştikleri temel araçlardır (Kliebard, 1982). Bu nedenle, bireylerin kendi gerçekliklerini ne şekilde inşa ettiklerini ve dünyayı algılama şekillerini anlamamıza yardımcı olabilirler (Munby, 1987). Metaforlar, soyut konuyu daha somut, tanıdık terimlerle anlamamızı sağlar (Gibson ve Zellmer-Bruhn, 2001). Lakoff ve Johnson (1980), yaptıkları çalışmada hem düşündüğümüz hem de eylemde bulunduğumuz sıradan kavramsal sistemimizin, doğası gereği temelde metaforik olduğunu savunmuşlardır. Düşüncemizi yöneten kavramlar sadece akıl meseleleri değildir. Ayrıca, en sıradan ayrıntılara kadar günlük işleyişimizi yönetirler. Dolayısıyla eğer kavramsal sistemimiz metaforik olursa, düşünme şeklimiz, deneyimlediklerimiz ve gün içinde yaptıklarımız da büyük ölçüde metaforik görülmektedir (Lakoff ve Johnson, 1980).

Metaforun kökeni, dili süsleme çabasında değildir. Onlar, bilinen (zaten ayırt edilmiş, önceden adlandırılmış) fenomenlerden henüz bilinmeyen ve isimlendirilmemiş olana doğru ilerlemeye yönelik pratik ihtiyaçtan kaynaklanırlar. Bu anlamda, metaforlar, karmaşık ve şaşırtıcı olanın daha tanıdık ve daha kolay anlaşılır hale geldiği "birincil algısal kategoriler" haline gelir. Dolayısıyla metaforik dil, dolaysız ve duyuşsal olandan uzak ve soyut olana, teori alanına geçmemizin temel yolu haline gelir (Edie, 1963). Teknik anlamda, metaforlar "kavramsal alanlar arasındaki eşlemelerdir" bununla birlikte metafor, bir kavramsal alandan bir çıkarım modeli başka bir alanda kullanıldığında ortaya çıkar. Bu şekilde metaforlar, soyut kavramları anladığımız ve soyut muhakeme gerçekleştirdiğimiz anahtar bir mekanizma şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Gibson ve Zellmer Bruhn, 2001).

Metaforların kullanımı, örgütsel bağlamların analizine izin verdiği ve ele almamız gereken karmaşıklığı anlamamıza ilişkin yeni perspektifler açtığı için yorumlayıcı bir araç olarak kabul edilmektedir (Pipan, 2000). Metaforlar özellikle yeni olan kavramları anlama ve açıklamada fayda sağlamakta ve yeni bir bilginin öğrenilmesini ve anlaşılmasını kolaylaştırmaktadır (Cerit, 2008).

Metaforlar analizinin yapılması istenilen kavramların ne şekilde algılandığının görülmesine katkı sağlamaktadır (Kale ve Çiçek, 2015). Yukarıda belirtilen özellikleri sebebiyle pek çok alanda kullanılan metaforlar aşçılık mesleğine ilişkin olan bu çalışmada da aşçıların kendi mesleklerine karşı

algılarının belirlenmesi için kullanılmıştır. Metafor kullanımı yoluyla aşçılar tarafından mesleklerinin nasıl algılandığının ortaya konulması, aşçılık mesleğinin daha iyi analiz edilmesine, sorunların ortaya konulmasına ve mesleğin gelişimine yardımcı olacaktır. Literatürde aşçılık mesleğine ilişkin bazı çalışmalar (Örn, Yılmaz ve Tanrıverdi, 2017; Yılmaz ve Çemrek, 2019) olmasına rağmen, aşçılık mesleğine ilişkin algıları metaforik açıdan değerlendiren çalışmaya gastronomi öğrencileri açısından görülse de (Alyakut ve Küçükkömürler, 2018) aşçılar açısından ele alınan çalışmaya rastlanmamıştır. Bu sebeple bu çalışmayla, aşçıların kendi mesleklerine ilişkin metafor algıları belirlenmeye çalışılacaktır. Bununla birlikte, aşçıların kullandıkları metaforları neden tercih ettikleri tespit edilmeye çalışılacaktır. Aşçıların mesleklerine yönelik algılarının ne şekilde olduğunun ve bu algıların sebeplerinin anlaşılması, aşçılık mesleğinin sorunları ve çözümü açısından literatür ve uygulayıcılara katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

## **YÖNTEM**

### **Araştırmanın Amacı**

Bu çalışmanın amacı, aşçıların mesleklerine yönelik algılarını, metafor kullanımı yoluyla tespit etmeye çalışmaktır. Alt amaçları ise; aşçıların mesleklerine ilişkin oluşturdukları metaforların ne olduğu, bu metaforların ortak özellikleri itibarıyla gruplandırılarak katılımcıların yaş, çalışma yılı ve medeni durum açısından gruplar arasında fark olup olmadığının ortaya konulmasıdır.

### **Araştırmanın Çalışma Grubu**

Araştırmada çalışma grubunu, İstanbul'da otel ve restoranlarda çalışan aşçılar oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında 50 aşçıya yüz yüze ve 100 aşçıya da çevrimiçi anket uygulanmıştır.

### **Veri Toplama Aracı**

Araştırma verileri, yarı yapılandırılmış soru formu aracılığıyla elde edilmiştir. İki bölümden oluşan anketin ilk bölümünde aşçıların yaşı, medeni durumu ve çalışma yılına ilişkin sorular yer almaktadır. İkinci bölümde, "aşçıları bir imgeye benzetecek olsanız neye benzetirsiniz?" sorusu sorulmuş ve "Aşçılık...gibidir." "Çünkü..."cümlelerindeki boşlukların doldurulması istenmiştir. Sorunun daha iyi anlaşılması için öncesinde metaforun tanımı yapılmış ve örnek verilmiştir. Anket formu oluşturulurken metafor kullanarak veri toplanan önceki çalışmalar gözden geçirilmiştir (Kale ve Çiçek, 2015; Dös, 2010; Saban, 2008). Araştırma, otel ve restoranlar bünyesinde Nisan-Mayıs 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Anketlerin toplanmasında yüz yüze görüşme, "bırak ve topla" tekniği ve çevrimiçi anket formu kullanılmıştır. Yüz yüze görüşmelerde aşçılara on dakika gibi bir süre verilerek anketi doldurmaları istenmiştir. Zamanı olmayan aşçılar için bırak ve topla tekniği kullanılmıştır. Çevrimiçi anketlerde aşçılara çevrimiçi ortamda ulaştırılarak doldurmaları istenmiştir.

Araştırma sonunda yüz yüze dağıtılan 50 anketin 44 tanesinden geri dönüş yapılmıştır. Çevrimiçi dağıtılan 100 anketten 67 tanesinden geri dönüş yapılmıştır. 6 anket anlaşılır ifade kullanılmaması, üretilen metaforun sebebinin açıklanmamasından dolayı değerlendirmeye alınmamış, yalnızca 105 anket değerlendirmeye alınmıştır.

### Verilerin Analizi

Daha önce yürütülen çalışmalar göz önüne alınarak ve uzman görüşleri doğrultusunda, katılımcıların ürettikleri metaforlar öncelikle olumlu, olumsuz, hem olumlu hem olumsuz olmak suretiyle 3 kategori olarak ayrılmıştır. Metaforların doğru kategoriye dahil edilip edilmediği belirlemek açısından üç uzmandan metaforları gruplandırılmaları istenmiştir ve dönütler dikkate alınarak kategorilerin son hali oluşturulmuştur. Daha sonra SPSS istatistik programından yararlanılarak bu üç kategoriye göre, katılımcıların yaşları, medeni durumları ve çalışma yıllarına göre farklılık olup olmadığını test etmek için ise Pearson ki kare testi kullanılmıştır.

### BULGULAR

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde; araştırmaya katılanların %29,5'inin evli, %70,4'ü ise bekar çalışanlardan oluştuğu ve çoğunluğunun (%55,2) 25 yaş ve altı yaşta olduğu görülmektedir. Katılımcıların çalışma yılları incelendiğinde; çoğunluğunun (%54,2) 5 yıl ve altı olduğu, %28,5'inin 10 yıl ve üzeri, %17,1'inin ise 5-10 yıl arası çalışma yılına sahip olduğu ortaya çıkmaktadır.

**Tablo 1: Demografik Verilere İlişkin Bilgiler**

	Sayı	%
<b>Yaş</b>		
25 yaş ve altı	58	55,2
26-35 yaş arası	19	18
36-45 yaş arası	16	15,2
45 yaş ve üzeri	12	11,4
<b>Medeni Durum</b>		
Evli	31	29,5
Bekar	74	70,4
<b>Çalışma Yılı</b>		
5 yıl ve altı	57	54,2
5-10 yıl arası	18	17,1
10 yıl ve üzeri	30	28,5

Tablo 2, 3 ve 4 katılımcıların ürettikleri metaforları göstermektedir. Bu metaforlar 1) olumlu, 2) olumsuz, 3) hem olumlu hem olumsuz olmak üzere üç kategori altında gruplandırılmıştır. En çok

üretilen ilk üç metafor ise sanat (%13,3), arı (%5,7) ve aşk (%3,8) şeklindedir. Bu üç metaforun iki tanesinin olumlu olduğu ve mesleğe karşı sevginin vurgulandığı görülmektedir. Arı metaforu ise bazı aşçılar tarafından olumlu metafor olarak, bazı aşçılar tarafından ise olumsuz metafor olarak değerlendirilmiştir. Bunun yanında üretilen metaforlar ve sebepleri incelendiğinde genel olarak aşçılık mesleğine ilişkin algılarla ilgili şunlar söylenebilir:

- ✓ Genel olarak bakıldığında aşçılar işlerini sanat olarak tanımladıklarından dolayı severek bu işi yaptıkları belirtilebilir.
- ✓ Sürekliliği olan bir meslek olarak görülmesi, kimisine göre bu olumlu bir durum, kimisine göre ise olumsuz bir durum olarak değerlendirilmektedir.
- ✓ Aşçıların mesai saatlerinin uzun olması, sosyal hayattan, aileden ve sevdiklerinden sürekli uzakta olması gibi sebepler mesleğin olumsuz yanları olarak karşımıza çıkmaktadır.
- ✓ Yemeklerin çıkarılması için gerekli süreyi aşmamak adına sürekli hareket halinde olunması gereken bir meslek olması da aşçılar tarafından olumsuz karşılanan bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.
- ✓ Mesai saatlerinin düzensiz olması ve yeri geldiğinde uzun saatler çalışma halinde olunması durumu da mesleğin olumsuz yönleri arasında olduğu vurgulanmaktadır.

**Tablo 2: Katılımcılar Tarafından Oluşturulan Olumlu Metaforlar**

Olumlu Anlam Taşıyan Metaforlar	Sayı	Katılımcıların oluşturdukları metaforların nedenleri
Hayat	1	“Severek yapılan bir meslek”
Şarap	3	“Kendinizi eğer doğru muhafaza edebilirsiniz yıllar geçtikçe hep aranan olursunuz” “Aşçılar yemek yaptıkça zamanla hem kendilerini geliştirirler hem de sunmuş oldukları yemekleri zamanla daha da lezzetli olur.” “Aşçılık da tıpkı şarap gibi yıllandıkça lezzetlenir.”
Doktor	2	“Aşçılarda insanların sağlığı için çalışmaktadırlar” “Aşçılar da birer doktor gibi yemekleri üretirken önce insan sağlığını düşünmektedirler.”
Tek kişilik kadro	1	“Aşçılar tek başına bile tüm yemekleri yapabilen kişilerdir.”
Savaşçı	1	“Aşçılar çalışma alanlarını kendi cepheleri olarak görürler.”
Sanat	14	“Aşçılık her zaman incelik isteyen bir meslektir.” “Aşçılar için her yemek bir sanat eseridir.” “Aşçılık sonu olmayan ve her zaman yeniliğe açık bir meslektir.” “Aşçı dokunduğu her ürünü görsel katmandan sunar.”
Ansiklopedi	1	“İçinde aradığımız her şeyi bulabileceğiniz bir meslek.”
Çocuk	2	“Meslekteki kişi ne kadar iyi eğitilirse o kadar iyi verim alınır.” “Nasıl ki çocuğun büyümesinde ve gelişiminde emek gerekiyorsa aşçılık da emek verdikçe güzelleşen ve gelişen bir meslektir.”
İllüzyon	1	“Aşçılık görünen şeyi görüldüğünden daha iyi hale getirir.”
Bilim	2	“Meslekte hangi malzemenin neye yaradığını iyi bilirler.”



		“Aşçılar için yemek yapmanın çeşit olarak sınırı yoktur. Mutfaklarda sürekli yenilikler ve zenginliklerle dolu, el becerisi yüksek aşçılar çalışmaktadır.”
Göz önünde olan gizem	1	“Aşçılıkta ürünler her zaman göz önündedir. Fakat içindeki emeği bilemezsiniz.”
Lego	1	“Yaşanılan ruh haline göre şekillenen bir lego gibidir. İyi bir geçirdiğinde iyi bir sunum, kötü bir gün geçirdiğinde kötü bir sunum yapılabilir.”
Deniz	1	“Aşçılık uçsuz bucaksız, sürekli yeni şeyler üretilen bir meslektir.”
Ressam	2	“Yapılan bir yemek sunumunun bir resimden farklı olmadığı ve nasıl ki bir ressam resim çizerken dikkatli ve özenli yapıyor ise aşçı da her yemeği aynı incelikle sunar.” “Tıpkı bir ressam gibi tablo yapırlar aslında.”
Okyanus	2	“Aşçılık sonu olmayan, hala keşfedilmemiş farklı lezzetlerin olduğu bir meslektir.” “Nasıl ki okyanusun derinliklerine inildikçe farklı zenginlikler bulursunuz ve yeni bir şeyler gördükçe daha fazlasını görmek için arama girişiminde bulunduğunuz gibi aşçılıkta da derinliklerinde yeni ve saklı şeyler vardır.”
Deney	1	“Aşçılar için mutfak çok geniş bir çalışma alanıdır ve her türlü yemeği bir deney misali yaparlar.”
Karınca	2	“Aşçılar da karıncalar gibi çok çalışkandır.” “Aşçılar da karıncalar gibi düzenli, tertipli ve rutin bir hayata sahiptirler.”
Arı	2	“Aşçılar tıpkı arılar gibi düzenlidir, çalışkandır ve işlerini sanat gibi yaparlar.” “Aşçılar tıpkı arıların bal yapması gibi her fırsatta ağız tatlandırır.”
Aşk	4	“Mesleğimi aşk ile yaparım.” “Yemek yaparken aşk ile yapar ve sevgini katarsın.” “Yemeğe ne kadar sevgi katarsanız o kadar güzel olur aynı aşk gibi.” “Aşçılık aşk gibi heyecan gerektirir.”
Bilezik	1	“Aşçılık mesleği sürekliliği olan ve iş fırsatlarının olduğu bir meslektir.”
Anne	1	“Aşçılık mesleği de tıpkı bir annenin çocuğuna verdiği sevgi ve özenle büyütmesi gibidir. Eğer bizlerde işimizi bir anne sevgisi gibi yaparsak kendimizi daha çok geliştirir, yeni şeyler öğrenir ve öğretebiliriz.”
Hayalet	1	“Aşçılar işletmelerin görünmeyen varlıklarıdır.”
Lezzetli bir yemek	1	“Aşçılık lezzetli bir yemek gibidir. Çünkü yapabilmek için bilgi, emek ve sevmek gerekir.”
Dans	1	“Aşçılık dans gibidir. Çünkü her hareketin heyecanlıdır.”
Araba	1	“Aşçılık araba gibidir. Çünkü aşçılık tutku meselesidir.”
Yemek yemek	1	“Her gün acıkir insan ve yemek yer aşçıda her gün bu olayı tekrarlar aynı yemek yemek gibi.”
Sanatçı	2	“Aşçının çıkardığı her ürün tıpkı bir sanat eseri gibi ürünü alan kişinin renk, koku, tat gibi algıları öne çıkararak beğenisine sunulur.” “Aşçılar da sanatçılar gibi sanat yapmaktadırlar.”
Kömür	1	“Emek verdikçe parlayan ve elmasa dönüşen bir meslektir.”
Görmek	1	“Aşçılık görmek gibidir. Çünkü insan aynı yere aynı şeye baksa da farklı şeyler görebilir. Aşçılarda aynı şeylere sahip olsalar da farklı yerlerden ele alarak farklı şeyler çıkartabilirler.”
Profesör	1	“Aşçılıkla ilgili her alanda bir profesör gibi bilgiye sahiptir aşçı.”
Yönetici	1	“Aşçılık bir yönetici gibidir. Çünkü bilmediğiniz bir şeyi yönetemez ve anlatamazsınız. Her başarıyı bilginizle yaratır ve yönetirsiniz.”

Disiplin	1	“Disiplin olmada yemek, vardiya ve çalışma düzeni olmaz. Bu yüzden aşçılarda disiplinli kişilerdir.”
Ağaç	2	“Aşçılarda bakıldığında tıpkı meyve veren ağaçlar gibidir.” “Farklı meyveler veren ağaçlar gibi her aşçının da yaptığı yemek farklı lezzette olmaktadır.”
Yemek	1	“Aşçılık tıpkı bir yemek gibidir. Çünkü beceri, zaman ister ve bin bir türlü emekle yapılır fakat hemen bitiverir.”
Maden	1	“Aşçılık maden gibidir. Çünkü ilerledikçe yeni şeyler bulmaktadır.”
Cennet	1	“Aşçılık cennet gibidir. Çünkü zorlu yollardan yılmadan geçerek hak edenlerin yaşa ya bileceği uçsuz bucaksız ve sevgi dolu yolculuktur.”
Elçilik	1	“Aşçılar iyi yemeğin ve mutfağın elçiliğini müşterilerine yaparlar.”
Tuzlu karamel	1	“Aşçılık tıpkı tuzlu karamel gibidir. Çünkü yaptığınız işten farklı deneyimler kazanabilirsiniz.”
Yapboz	1	“Aşçılık yapboz gibidir. Çünkü birçok parçadan sadece uygun olanı bulmanız gerekir.”
İnek	1	“Aşçılık inek gibidir. Çünkü ot verirsin süt verirler. Ellerinde malzemeleri muazzam metotlarla lezzetli hale getirirler.”
Askeriye	1	“Aşçılığa da askeriye gibi disiplin önemlidir.”

Katılımcılar tarafından üretilen metaforların 41 tanesi olumludur. Yani katılımcıların %39’unun aşçılık mesleğine ilişkin algıları olumludur. Metaforların çoğunluğu tarafından (aşçılık mesleğinin sanatsal yönüne sanat, aşk, şarap, sanatçı, ressam, ağaç vs.) bakılarak değerlendirilmekte ve zamanla daha da gelişerek mesleğe karşı duyulan heyecan ve sevginin yönüne vurgu yapılmaktadır. “Okyanus, deniz, gizem” metaforları ile de mesleğin hala keşfedilmemiş, derinliklerinde zenginliklerin bulunduğu yönüne vurgu yapılmıştır.

**Tablo 3: Katılımcılar Tarafından Oluşturulan Olumsuz Metaforlar**

Olumsuz Anlam Taşıyan Metaforlar	Sayı	Katılımcıların ürettikleri metaforların sebeplerine ilişkin ifadeleri
Motor	1	“Aşçıları mola saatlerinin belirsizliğinden dolayı sürekli motor gibi çalışma halindedirler.”
Savaşçı	1	Aşçılık savaşçılık gibi zor meslektir. İşler üzerinde sürekli savaşmak gerekir.”
Arı	4	“Aşçılar da arılar gibi sürekli çalışmak zorundadırlar.” “Aşçılarda her geçen gün daha iyi olmak için arılar gibi sürekli çalışmak zorundadırlar.”
Fedakârlık	3	“Aşçılık fedakârlıktır. Çünkü ailesinden, sosyal hayattından her zaman ödün vermek zorundadır.” “Mesai saatlerinin uzunluğundan dolayı fedakârlık gibidir aşçılık.” “Özel günleri sevdiklerinizden uzakta yaşarsınız bu yüzden fedakârlık gibidir aşçılık”
Kamyon şoförü	1	“Aşçılar da tıpkı kamyon şoförleri gibi sürekli ailesinden uzakta ve tüm sevdiklerinden kopuk bir halde çalışmaktadırlar.”
Yarış	1	“Aşçılarda sürekli zamanla yarış halindedirler.”
Matematik	1	“Aşçılar sürekli kafadan hesaplamalar yapmak zorunda ve buna göre tariflerini oluşturmaktadırlar.”

Hayat	2	“Aşçılık hayat gibidir. Çünkü hayatın tüm kaosu ve karmaşası da mutfağın içerisinde.” “Aşçılık hayat gibi sabır isteyen zor bir meslektir.”
Stres	1	“Aşçılık tam anlamıyla strestir. Çünkü ürünleri hazırlarken sürekli dikkat ve özen göstermelisiniz ve mükemmel bir işçilik yapmak zorundasınız.”
Kedi	1	“Aşçılık kedi gibidir. Çünkü yeri geldiğinde nankörlük yapmaktadır.”
Demir	1	“Aşçılık zor bir meslek olduğundan demir gibi dayanıklı olmak gerekir.”
Makine	1	“Aşçılık makine gibidir. Çünkü çalışmadıkça paslanırsınız.”
İlişki	1	Aşçılık ilişki gibidir. Çünkü taviz vermek ve özveri gerektiren bir meslektir.”

Katılımcılar tarafından üretilen metaforların 13 tanesi olumsuzdur. Başka bir ifadeyle katılımcıların %12,3 ünün aşçılık mesleğine ilişkin algıları olumsuzdur. “Arı, fedakârlık, hayat” gibi metaforlar, mesleğin zorluğunu, devamlı hızlı çalışma ortamının olması, hayat içerisinde var olan kaos ve karmaşanın orada da devam etmesi ve en önemlisi sosyal hayattan ve sevdiklerinizden sürekli uzakta olmasını vurgulayan metaforlardır. “Demir, motor, makine, yarış” gibi metaforlar incelendiğinde ise yine mesleğin zor ve dayanma gücünün zor olması ve çok hızlı bir çalışma alanına sahip olması yönüne vurgu yapılarak olumsuz yönleri ortaya koyulmuştur.

**Tablo 4: Katılımcılar Tarafından Oluşturulan Hem Olumlu Hem Olumsuz Metaforlar**

Hem Olumlu Hem Olumsuz Anlam Taşıyan Metaforlar	Sayı	Katılımcıların ürettikleri metaforların nedenlerine ilişkin sözleri
Bisiklet pedalı	1	“Aşçılık mesleği bisiklet pedalına benzer. Çünkü nasıllık bisiklet sürdükçe pedalı çevirmek zorundaydınız aynı şekilde bu işte çalışırken de sürekli dönmek, döndürmek zorundasınız.”
Makine	2	“Sürekli temizlik, üretim ve ürünlerin son kullanma tarihlerini takip etmek zorundasınız. Makine gibi olmak zorundasınız.” “Makine gibi çok hızlı ve pratik olmak zorundasınız.”
Sır	1	“Aşçılık sır gibidir. Konuyu bilirsiniz ama içeriğini asla bilemezsiniz.”
Uzun bir yol	2	“Aşçılık ne kadar ilerlese ilerlensin sonu gelmeyen bir meslektir.” “İnsanoğlu hiçbir zaman aç kalamayacağı için aşçılarda her zaman sonu gelmeyen yolda çalışırlar.”
Yarış atı/Kaplumbağa/Salyangoz	1	“Aşçılık mesleği yeri geldiğinde yarış atı gibi hızlı ve süratli olmayı yeri geldiğinde ise bir kaplumbağa ya da salyangoz gibi yavaş ve sabırlı olmayı gerektirir.”
Ayçiçeği	1	“Aşçılık mesleği ayçiçeği gibidir. Çünkü ayçiçeğinin güneşe muhtaç olduğu gibi bizlerde yemeğe muhtacdır. Yemek hangi tarafa ve ne şekilde dönerse bizlerde ona göre şeklimizi alır ve öğreniriz.”
Bıçak	1	“Aşçılık mesleği bıçak gibidir. Çünkü bıçak bir aşçının kaçınılmaz en gerekli ihtiyacıdır. Ve bazen çok keskin tehlikeliyken bazen de eşsiz lezzetleri oluşturarak vazgeçilmez ve mutlu eden en güzel bir objeye dönüşür.”

Hayat	2	“Aşçılık hayat gibidir. Çünkü acı verici durumlar, tatlı hayaller, ekşi suratlar ve tuzlu faturalarla dolu bir hayat var.” “Aşçılık hayat gibidir. Çünkü inişli ve çıkışlı zamanlar hep peş peşe gelmektedir.”
Mevsim	1	“Aşçılık mesleği mevsim gibidir. Çünkü her mevsim zorluğu ve kolaylığa ile gelmektedir. Aşçılıkta kimi zaman kolay ve rahat bir a lanken kimi zamanda zorlukların bütünüdür.”
Anne	1	“Aşçılık anne gibidir. Çünkü çok zahmet isteyen bir meslektir.”
Güneş/Ay	1	“Aşçılık hem güneş hem ay gibidir. Çünkü gündüzde gece de hep iş başındasınız.”
Düğüm	1	“Aşçılık düğüm gibidir. Çünkü insanı zorlar ama kendine bağlar kopamazsınız.”
Askerlik	1	“Aşçılık askerlik gibidir. Çünkü mantık aramadan sistematik ya da emirlerin her şeyi oldurabildiği hiyerarşik bir çalışma hayatı gerektirir.”
Kuyumcu	1	“Aşçılık kuyumcu gibidir. Çünkü en basit bir yemeğin bile ince işçilik ve bilgisi vardır.”

Hem olumlu hem olumsuz başka deyişle anlamı iki şekilde yorumlanabilecek metaforlara bakıldığında ise 14 metafor üretildiği, bunun da katılımcıların %13,3’ünü oluşturduğu görülmektedir. Katılımcıların açıklamalarından da anlaşılacağı üzere; “uzun bir yol, güneş/ay, bisiklet pedalı” metaforları; durmadan devam eden bir meslek olmasını ve gece gündüz hep çalışma halinde olunması yönüne vurgu yapmaktadır. “Yarış atı/kaplumbağa/salyangoz, bıçak, mevsim” gibi metaforlar ise mesleğin yeri geldiğinde çok hızlı çalışma gerektirdiğini yeri geldiğinde ise daha sakin bir çalışma alanı olması yönüne ve kolaylığın ve zorluğun bir arada olması yönüne vurgu yapılmaktadır.

**Tablo 5: Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Metaforların Dağılımı**

	25 yaş ve altı		26-35 arası		36-45 arası		45 yaş üzeri		Toplam	
Olumlu	35	%60,3	12	%63,2	10	%62,5	9	%75	66	%62,9
Olumsuz	10	%17,2	5	%26,3	4	%25	-	--	19	%18,1
Hem olumlu hem olumsuz	13	%22,4	2	%10,5	2	%12,5	3	%25	20	%19,0

Pearson  $X^2=5,319$ ,  $N=105$ ,  $df=6$ ,  $p=0,504$

Katılımcıların yaş grupları açısından metafor kullanımları incelendiğinde (Tablo 5); olumlu metafor kullanımının en çok 45 yaş ve üstü (%75) katılımcılarda olduğu görülmektedir. 26-35 yaş arası katılımcıların %26,3’ünün, 36-45 yaş arası katılımcıların ise %25’inin olumsuz metafor kullandıkları görülmektedir. Ancak katılımcıların yaşları açısından metafor kategorilerine göre bir fark olup olmadığını test etmek için ki-kare analizi kullanılmış ve test sonucunda anlamlı bir fark bulunamamıştır.

**Tablo 6: Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Metaforların Dağılımı**

	Evli	Bekar	Toplam
Olumlu	21	%67,7	45
		%60,8	66
			%62,9

Olumsuz	4	%12,9	15	%20,3	19	%18,1
Hem olumlu hem olumsuz	6	%19,4	14	%18,9	20	%19,0

Pearson  $\chi^2 = ,824$ , N=105, df=2, p=0,662

Katılımcıların medeni durumu açısından kullandıkları aşçılık metaforları incelendiğinde (Tablo 6); gerek evlilerin (%67,7), gerekse de bekarların (%60,8) olumlu metaforların oldukça yüksek düzeyde ve benzer oranlarda kullanıldığı görülse de evlilerin oranı bekarlara göre daha yüksektir. Ki-kare analizine göre, katılımcıların medeni durumlarına göre metafor kategorileri açısından aralarında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

**Tablo 7: Katılımcıların Çalışma Yıllarına Göre Metaforların Dağılımı**

	5 yıl altı	5-10 yıl arası	10 yıl üzeri	Toplam
Olumlu	35 %61,4	13 %72,2	18 %60	66 %62,9
Olumsuz	12 %21,1	2 %11,1	5 %16,7	19 %18,1
Hem olumlu hem olumsuz	10 %17,5	3 %16,7	7 %23,3	20 %19,0

Pearson  $\chi^2 = 1,514$ , N=105, df=4, p=0,824

Katılımcıların çalışma yıllarına göre metaforların dağılımına bakıldığında (Tablo 7); 5-10 yıl arası çalışanların %72,2' sinin en çok olumlu metafor kullandığı, 5 yıl ve altı çalışanların ise %21,1'inin en çok olumsuz metafor kullandığı tespit edilmiştir. Tablodan görüleceği gibi metafor kullanımları çalışma yılı açısından birbirine benzerdir ve yapılan ki-kare analizine göre de, katılımcıların çalışma yılları açısından anlamlı bir fark bulunamamıştır.

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Bireyler hem kendi, hem de karşısındaki kişinin duygu ve düşüncelerini tasvir ederken metaforlar kullanmaktadır. Aynı zamanda metafor kullanımı, ele alınan konunun daha iyi anlaşılmasında analizcilere yeni perspektifler açtığından dolayı yorumlayıcı bir araç olarak görülmektedir. Bu çalışmanın temel amacı, aşçıların kendi mesleklerine ilişkin algılarını, metaforlar aracılığıyla ortaya çıkarmaya çalışmaktır. Bu doğrultuda, aşçıların mesleklerine ilişkin oluşturdukları metaforların ne olduğu, bu metaforların ortak özellikleri itibarıyla gruplandırılarak katılımcıların yaşları, çalışma yılları ve medeni durumları açısından gruplar arasında fark olup olmadığının ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Aşçılara, "Aşçılık mesleği... gibidir. Çünkü..." şeklinde belirtilen açık uçlu soru sorulmuştur. 105 aşçıdan toplanan veriler incelenmiş ve 68 farklı metafor üretildiği görülmüştür. Üretilen bu metaforların 41 tanesi olumlu, 13 tanesi olumsuz ve 14 tanesi hem olumlu hem olumsuz yönleri olan metaforlardır. Bu durumda aşçıların mesleklerine ilişkin genel olarak olumlu bir yargıya sahip oldukları görülmüştür.

Katılımcıların en çok ürettiği metaforlar; sanat, arı ve aşk metaforlarıdır. Bu metaforların iki tanesi olumludur ve bu metaforlarla aşçıların mesleklerine karşı sevgilerini vurguladıkları görülmektedir. Arı metaforu ise bazı katılımcılar tarafından olumlu bazı katılımcılar tarafından ise olumsuz metafor olarak değerlendirilmiştir. Bazı katılımcılar arılar gibi sürekli çalıştığından şikâyet ederek bu metaforu kullanmıştır. Bazıları ise arılar gibi çalışkan, düzenli ve işlerini sanat gibi yaptıklarından dolayı olumlu olarak değerlendirmişlerdir.

Katılımcılar tarafından üretilen metaforlar çoğunlukla olumludur ve 41 metafor üretilmiştir. Bu bulguyla paralel olarak, Alyakut ve Küçükkömürler (2018) tarafından gastronomi öğrencileri üzerine yapılan ve aşçılık mesleğinin metafor kullanımı yoluyla değerlendirildiği çalışmada da öğrenciler tarafından çoğunlukla olumlu metaforun kullanıldığı görülmektedir. Üretilen metaforların çoğunluğu (sanat, aşk, şarap, sanatçı, ressam, ağaç vs.) aşçılık mesleğinin sanatsal yönüne bakılarak değerlendirilmekte ve zamanla daha da gelişerek mesleğe karşı duyulan heyecan ve sevginin yönüne vurgu yapılmaktadır. Daha önce gastronomi öğrencilerine yönelik yapılan bir çalışmada da (Alyakut ve Küçükkömürler, 2018) sanatçı metaforunun sıklıkla kullanıldığı ortaya çıkmıştır. “Okyanus, deniz, gizem” metaforları ile de mesleğin hala keşfedilmemiş, derinliklerinde zenginliklerin bulunduğu yönüne vurgu yapılmıştır.

Olumsuz olarak nitelendirilebilecek 13 metafor üretilmiştir. “Arı, fedakârlık, hayat” gibi metaforlar, mesleğin zorluğunu, devamlı hızlı çalışma ortamının olması, hayat içerisinde var olan kaos ve karmaşanın orada da devam etmesi ve en önemlisi sosyal hayattan ve sevdiklerinizden sürekli uzakta olmasını vurgulayan metaforlardır. “Demir, motor, makine, yarış” gibi metaforlar incelendiğinde ise yine mesleğin zor ve dayanma gücünün zor olması ve çok hızlı bir çalışma alanına sahip olması yönüne vurgu yapılarak olumsuz yönleri ortaya koyulmuştur. Bu bağlamda otel ve restoran işletmeleri tarafından çalışma şartlarının iyileştirilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Hem olumlu hem olumsuz metaforlara bakıldığında ise 14 metafor üretildiği görülmektedir. Katılımcıların açıklamalarından da anlaşılacağı üzere; “uzun bir yol, güneş/ay, bisiklet pedalı” metaforları; durmadan devam eden bir meslek olmasını ve gece gündüz hep çalışma halinde olunması yönüne vurgu yapmaktadır. “Yarış atı/kaplumbağa/salyangoz, bıçak, mevsim” gibi metaforlar ise mesleğin yeri geldiğinde çok hızlı çalışma gerektirdiğini yeri geldiğinde ise saha sakin bir çalışma alanı olması yönüne ve kolaylığın ve zorluğun bir arada olması yönüne vurgu yapılmaktadır.

Oluşturulan metafor kategorileri açısından, katılımcıların yaş, çalışma yılı ve medeni durumları arasında farklılık olup olmadığı ki-kare testi kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonucunda anlamlı bir fark ortaya çıkmamıştır.

Bu çalışma sonuçları İstanbul'da çalışan belirli sayıdaki aşçı ile sınırlı kaldığından, böyle bir çalışma daha geniş ölçekte ele alınabilir ya da farklı bölgelerdeki aşçılar örnekleminde yapılabilir. Ayrıca mülakat yöntemi kullanılarak, aşçılık mesleğinin sorunlarının ve çözümlerinin irdelendiği daha kapsamlı çalışmalar yapılabilir.

## KAYNAKÇA

- Alyakut, Ö., & Küçükkömürler, S. (2018). Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerin Mesleklerine Yönelik Metafor Algılarının Değerlendirilmesi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(16), 823-852.
- Balcı, A. (1999). *Metaphorical Images of School: School Perceptions os Students, Teachers and Parents From Four Selected Schols (In Ankara)*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, The Middle East Technical University, A Thesis Submitted to The Graduate School of Social Sciences, Ankara.
- Baysal, A. C. (2018). *Sosyal Psikolojide Tutumlar*. <https://arastirmax.com/tr/system/files/dergiler/2057/makaleler/10/1/arastirmax-sosyal-psikolojidetutumlar.pdf>, erişim: 25.20.2018. adresinden alındı
- Cerit, Y. (2008). Öğretmen Kavramı İle İlgili Metaforlara İlişkin Öğrenci, Öğretmen ve Yöneticilerin Görüşleri. *Temel Eğitim Bilimler Dergisi*, 6(4), 693-712.
- Doğan, S., & Yeşiltaş, M. (2017). Aşçının Kişisel Özellikleri ile Mesleki Yetkinliklerinin Tespitine Yönelik Bir Çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 250-263.
- Doğan, Y. (2017). Ortaokul Öğrencilerinin Çevre Kavramına İlişkin Sezgisel Algıları: Bir Metafor Analizi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 721-740.
- Döş, A. (2010). Aday Öğretmenlerin Müfettişlik Kavramına İlişkin Metafor Algıları. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(3), 607-629.
- Edie, J. M. (1963). Expression and Metaphor. *Philosophy and Phenomenological Research*. *International Phenomenological Society*, 23(4), 538-561.
- Gibson , C. B., & Zellmer-Bruhn, M. E. (2001). Methapor and Meaning: An Intercultural Analysis of The Concept of Teamwork. *Administrative Science Quartely* , 46(2), 274-303.
- Görkem, O. (2011). *Ulusal Aşçılık Meslek Standardı Çerçevesinde Mutfak Eğitimi Yeterliği: Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liselerinde Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Gülşen, C., & Seyratlı, E. (2014). Formasyon Eğitimi Alan Öğretmen Adaylarının Öğretmenlik Mesleğine İlişkin Tutumları. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 14-25.
- Güveli, E., İpek, A. S., Atasoy, E., & Güveli, H. (2011). Sınıf Öğretmeni Adaylarının Matematik Kavramına Yönelik Metafor Algıları. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 2(2), 140-159.
- Harbalıoğlu, M., & Ünal, İ. (2014). Aşçılık Programı Öğrencilerinin Mesleki Tutumlarının Belirlenmesi: Ön Lisans Düzeyinde Bir Uygulama. *Turizm Akademik Dergisi*, 1(1), 57-67.

- İlhan, S. (2008). Yeni Kapitalizm ve Meslek Olgusunun Değişen Anlamları Üzerine. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 313-328.
- Kale, E., & Çiçek, Ü. (2015). Hemşirelerin Kendi Mesleklerine İlişkin Metafor Algıları. *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, 2(3), 142-151.
- Kliebard, H. M. (1982). Curriculum Theory as Metaphor. *Theory Into Practice*, 21(1), 11-17.
- Kurnaz, A., Kurnaz, H. A., & Kılıç, B. (2014). Önlisans Düzeyinde Eğitim Alan Aşçılık Programı Öğrencilerinin Mesleki Tutumlarının Belirlenmesi. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32, 41-61.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press.
- Munby, H. (1987). Metaphor and Teachers' Knowledge. *Research in the Teaching of English*, 21(4), 377-397.
- Özbay, G., & Karaca, E. (2021). Türkiye'deki Aşçılık Örgütlenmesine Yönelik Ulusal ve Uluslararası Düzeyde Değerlendirme. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), 1-22.
- Parın, K. (2017). Metaforlar: Hayat, Anlam ve Dil. *Söylem Filoloji Dergisi*, 2(3), 149-151.
- Pipan, T. (2000). Metaphors and Organizational Identity in The Italian Public Services. *Scandinavian Journal of Management*, 16(4), 391-409.
- Rızvanoğlu, K. (2007). *Grafik Kullanıcı Ara Yüzlerinde Metaforların Kültürlerarası Kavranışı (Fransa ve Türkiye'de Bir E-Öğrenim Sitesi Üzerinden Karşılaştırmalı Bir Çalışma)*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Saban, A. (2008). Okula İlişkin Metaforlar. *Educational Administration: Theory and Practice*, 55, 459-496.
- Sarıtaş, S. Ç., Derin, N., & Sarıtaş, S. (2014). Hemşirelik Öğrencilerinde Mesleki İmaj Algısının Meslekte Kalma Niyeti Üzerine Etkisi. *İnönü Üniversitesi Sağlık Bilimler Dergisi*, 3(1), 29-32.
- Seyitoğlu, F. (2019). Gastronomy Scholars' Perspectives towards the Gastronomy Term: A Metaphorical Analysis. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 688-699.
- TDK. (2022). *Türk Dil Kurumu*. Aşçı: sozluk.gov.tr. adresinden alındı
- TDK. (2022). *Türk Dil Kurumu*. Meslek: sozluk.gov.tr. adresinden alındı
- Yaman, B. (2020). Sınıf Öğretmenlerinin "Oyunla Öğretim" Kavramına İlişkin Algıları: Bir Metafor Çalışması. *Temel Eğitim Dergisi*, 2(1), 6-13.
- Yılmaz, A., & Tanrıverdi, H. (2017). Aşçıların Meslek Uyumu ve Meslek Algısı Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 621-639.
- Yılmaz, H., & Çemrek, F. (2019). Aşçılık Programı ile Gastronomi Bölümünde Okuyan Kadın Öğrencilerin Aşçılık Mesleğine Yönelik Tutumları: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 2(2), 141-156.