

GASTRONOMİ TURİZMİ ARAŞTIRMALARI

2

Editörler:

Prof. Dr. Osman N. ÖZDOĞAN

Doç. Dr. Tuğrul AYYILDIZ



**DETAY
YAYINCILIK**

Editörler:
Prof. Dr. Osman N. ÖZDOĞAN
Doç. Dr. Tuğrul AYYILDIZ

GASTRONOMİ TURİZMİ ARAŞTIRMALARI 2

Yardımcı Editörler:
Dr. Öğr. Üyesi Erdem BAYDENİZ
Araş. Gör. Dr. Hüseyin Erhan ALTUN



Ankara, 2025

DETAY YAYINLARI : 1969

1. Baskı : Mayıs 2025

ISBN : 978-625-5532-54-1

Yayıncı Sertifika No : 46573

Matbaa Sertifika No : 42488

Kitap bölümlerine ait her türlü yasal/akademik ile bilim, etik ve dil sorumluluk bölüm yazarlarına aittir.

Bu kitap Türk ve Dünya Mutfaqları Araştırma ve Uygulama Merkezi (TÜDAM) katkılarıyla hazırlanmıştır.

© Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.

Her hakkı saklıdır. Yazarından ve yayınevinden yazılı izin alınmaksızın bu kitabın fotokopi veya diğer yollarla kısmen veya tamamen çoğaltılması, basılması ve yayınlanması yasaktır. Aksine davranış, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu gereğince, 5 yıla kadar hapis ve adli para cezaları ile fotokopi ve basım aletlerine el konulmasını gerektirir.

Dizgi : Detay Yayıncılık

Kapak Tasarım : Detay Yayıncılık

Baskı ve Cilt : Bizim Buro Basımevi

1. Sanayi Caddesi Sedef Sokak No: 6/1 İskitler-Ankara

Kütüphane Bilgi Kartı

Editörler: Osman Nuri Özdoğan ve Tuğrul Ayyıldız

Gastronomi Turizmi Araştırmaları 2, 1. Baskı

ISBN: 978-625-5532-54-1, viii + 430 sayfa, kaynakça var, dizin yok



GENEL DAĞITIM ve İSTEME ADRESİ

DETAY ANATOLIA AKADEMİK YAYINCILIK LTD. ŞTİ.

Adakale Sokak No: 14/4 Kızılay/Ankara

Tel : (0.312) 434 09 49 • Faks: (0.312) 434 31 42

Web: www.detayyayin.com.tr • e-posta: detayyay@gmail.com

ÖNSÖZ

Gastronomi, kültürel mirasın korunması, destinasyon pazarlaması ve sürdürülebilir turizm politikaları açısından giderek daha fazla önem kazanan disiplinler arası bir alan haline gelmiştir. Günümüzde gastronomi, yalnızca beslenme alışkanlıklarını inceleyen bir çalışma alanı olmaktan çıkmış; ekonomi, sosyoloji, turizm, çevre bilimi ve işletme gibi farklı disiplinlerle etkileşime girerek geniş bir araştırma perspektifi kazanmıştır. Bu bağlamda, gastronominin turizm sektörüne entegrasyonu, destinasyonların rekabet gücünü artıran ve yerel kalkınmayı destekleyen stratejik bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Özellikle son yıllarda gastronomi turizmi, destinasyonların sürdürülebilir gelişimine katkı sağlayan önemli bir bileşen olarak öne çıkmaktadır. Yerel mutfak kültürünün tanıtımı, destinasyon kimliğinin güçlendirilmesi, yöresel üreticilerin desteklenmesi ve kültürel etkileşimin artırılması gibi pek çok faktör, gastronomi turizminin yalnızca bir tüketim pratiği olmaktan çıkıp, akademik anlamda derinlemesine incelenmesi gereken bir olgu haline gelmesini sağlamıştır. Bu doğrultuda, gastronomi alanında yapılan bilimsel çalışmaların sayısı artmış ve disiplinler arası araştırmalar büyük bir ivme kazanmıştır.

Bu kitap, Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi kapsamında sunulan ve titizlikle değerlendirilerek tam metin haline getirilen bilimsel çalışmaları içermektedir. Gastronomi ve turizm disiplinlerinin kesişim noktasında yer alan bu araştırmalar, alan yazına önemli katkılar sunmakta ve gelecekte bu alanda yapılacak çalışmalara yön vermektedir. Kitapta ele alınan konular hem akademisyenler hem de sektör profesyonelleri için yeni bakış açıları sunmayı amaçlamaktadır.

Bu bilimsel yayına katkı sağlayan tüm araştırmacılara, sürecin her aşamasında emeği geçen editörlere ve kitabın basımını üstlenen Detay Yayıncılık'a teşekkür ederiz. Gastronomi bilimine ve turizme katkı sağlayacak bu eserin, araştırmacılar, öğrenciler ve sektör paydaşları için faydalı bir kaynak olmasını dileriz.

Prof. Dr. Osman Nuri Özdoğan

Doç. Dr. Tuğrul Ayyıldız

İÇİNDEKİLER

A La Carte Restoranlarda Menü Planlamasında Şarabın Etkisi	1
Mustafa TEZEL, Bural MİL	
A New Tourism Trend “Fruit Tourism” and Evaluation On Türkiye’s Potential	15
Melahat AVŞAR	
Akdeniz Tipi Beslenmenin Gastrodiplomasi Kapsamında Sürdürülebilirliği ve İncelenmesi	20
Düriye BOZOK, Şeyma ANDAŞ	
Antik Dönem’de Tatlılar	33
Fatma Buse AKKURNAZ	
Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Yiyecek İçecek İşletmelerindeki Rolü: Le Petit Chef Örneği	44
Azize SARUHAN, Sezer YERSÜREN	
Aşçılık Öğrencilerinin Dikey Geçiş Sınavı ile Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümüne Geçme Motivasyonları	59
Tuba ALDEMİR, Berre Zeynep UÇAN KAYAALP, Sultan YÜKSEKKAYA AKINCI	
Aşçılık Programı Öğrencilerinin Meslek Seçimlerinde Etkili Olan Aile ve Yakın Çevre Faktörlerinin İncelenmesine Dönük Nitel Bir Araştırma	69
Murat ÇUHADAR, Mehmet Anıl KÜÇÜKYAMAN	
Atıksız Mutfak Uygulama Proseslerinde Gıda Güvenliği	89
Fügen DURLU ÖZKAYA, Aysun YILMABAŞAR	
BIB Gourmand Restoran Şeflerinin Yemek Hazırlama Süreçleri ve Hizmet Yaklaşımları	103
Zübeyde Nur ÇELİK, Selda KARAHAN, Dilek DÜLGER ALTINER	
Coğrafi İşaret Tescilli Keşkeğin Türkiye’deki Yemek Ritüellerindeki ve Yöresel Sürdürülebilirlikteki Önemi	117
Uğur LOKMAN, Nevres SEZEN, Lütü BUYRUK	
Coğrafi İşaretli Pidelerin Reçete Farklılıklarının Değerlendirilmesi: Aydın İli Örneği	126
Erman TUFAN, Özer ŞAHİN, Burhan KILIÇ	
Doğal ve Yerel: Sapanca Restoranlarında Yöresel Ürünlerin Rolü	139
Zeynep ATEŞ, Şevki ULEMA	
Food Access and Food Security In The Aftermath Of The Kahramanmaraş Earthquakes	148
Begüm İLBAY VATAN	
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Öğrencilerinin İşletmede Mesleki Eğitim (İME) Dersine Yönelik Deneyimleri	155
Nihan AKDEMİR, Banu Saadet ÜNSAL AKBIYIK, Oylum EKŞİ	
Gastronomy Tourism During and After The Covid-19 Pandemic: Impacts and Future Strategies	165
Selin İŞEVCAN ERTAMAY, Mehmet Emre GÜLER	
Glüten İçermeyen Un ve Nohut Unu ile Hazırlanan Coğrafi İşaretli Melengüceği Tatlısının Duyusal Değerlendirilmesi	178
Vedat KAYIŞ, Atıf AKKİL	

İran ve Türkiye UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Gastronomi Alanında Dahil Şehirlerin Karşılaştırılması	187
Selin YÜKSEL İDİZ, Mustafa SANDIKCI	
Küreselleşme ve Yerelleşme Ekseninde Gastronomi ve Turizmin Etkisi	204
Melek AKBAŞ ÜRETEN, Gül YILMAZ	
Measuring Nutritional Knowledge Levels Of Gastronomy and Culinary Arts Department Students: The Case Of Izmir Katip Celebi University	217
Emre DOĞAN, Perihan KENDİRCİ	
Menü Yönetiminde Sıfır Atık Üzerine Ankara’da Bir Örnek Olay İncelemesi	230
Naile DOĞAN, İlkay YILMAZ	
Rol Çatışması ve Örgütsel Sinizm İlişkisinde Sessiz İstifanın Rolü: Restoran Çalışanları Üzerine Bir İnceleme	237
Ülker CAN, Çinuçen OKAT	
Sosyal Medyadaki Tatlı Videolarının İşletmeye Yansımalarının Belirlenmesi: Geleneksel ve Modern Tatlı İşletmelerinde Örnek Olay Çalışması	249
Fatma GÜLTEKİN, Alican AKÇİÇEK, Emrah ÖZKUL	
Topraksız Tarım Ürünlerinin Gastronomide Kullanımı	256
Şeydanur ŞAHİN, Gamze ŞANLI AK	
Tüketim Toplumunda Yemeğin İdeolojisi: "The Menu" Film Göstergebilimsel Analizi	268
Ayşenur ERTEN, Düşehan ŞAHİNGÖZ	
Tüketim Toplumunda Postmodernizmin Gastronomiye Yansımaları	277
Selda HELVACIOĞLU, Alican AKÇİÇEK, Emrah ÖZKUL	
Türkçe ve İngilizce Gastrodiplomasi Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi	289
Doğu Can GÜLER, Ayça BİNGÖL	
Türkiye’de Yemek Kültürü Üzerine Yapılmış Çalışmaların Bibliyometrik Analizi	299
Gözde UZUN, Selda UCA	
Urla Bağ Yolu İşletmelerinin Yerel Ekonomik Kalkınmaya Etkisi	319
Melisa DURMUŞ, Pınar IŞILDAR, Özay Emre YILDIZ	
Yiyecek ve İçecekten Bahseden Antik Yazarlar	331
Sedat AKKURNAZ, Fatma Buse AKKURNAZ	
Yozgat’ın Şehir Kültürünün Oluşumunda Gastronomi Turizminin Katkıları	349
Lütfi ARSLAN	
Gastronomi Turizmi İle Kent Kimliğinin Keşfi: Didim Örneği	359
Muhammet Nimet ÇAVUŞ, Yalçın GÜÇER	
Gastronomi Turizmi ve Sürdürülebilirlik: Yeşil Restoranlar	375
Yalçın GÜÇER, Muhammet Nimet ÇAVUŞ	
Yılan Balığının Gastronomik Yolculuğu: Kültürel Miras ve Sürdürülebilirlik Bağlamında Doğu-Batı Sentezi	381
Okan Umut ŞİMŞEK, Erdem BAYDENİZ, Osman Nuri ÖZDOĞAN	

Restoran Müşterilerinin Bakış Açısıyla Slow Food Hareketinin Değerlendirilmesi: Kuşadası Örneği	390
Kamil YAĞCI, Mahmut EFENDİ, Süreyya AKÇAY	
Konaklama İşletmelerinde Gıda İsrafına Yönelik Bir İnceleme	402
Ozan ESEN	
Gastronomi Turizmi Konusunda TR Dizin Veri Tabanında Yayınlanan Araştırmaların Analizi	410
Özkan DEMİR, İbrahim AKÇA, Nur ERTÜRK	
Yemek Paylaşım Ekonomisine Yönelik Tüketici Farkındalıkları	419
Duran CANKÜL, Rukiye ERŞAHİN	

A LA CARTE RESTORANLARDA MENÜ PLANLAMASINDA ŞARABIN ETKİSİ

Mustafa TEZEL

Öğr. Gör., İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu Aşçılık Programı mustafa.tezel@nisantasi.edu.tr,
0000-0001-9230-0921

Burak MİL

Prof. Dr., İstanbul Kent Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
burak.mil@kent.edu.tr
0000-0002-7480-4584

GİRİŞ

Günümüzde değişen yaşam tarzının beraberinde getirdiği gelişmelerin başında, insanların dışarıda yemek yeme sıklıklarının artışı gelmektedir. Hayatı giderek daha yoğun bir tempoda yaşamaya başlayan insanlar, restoranlarda daha sık bir biçimde yemek yemeye başlamıştır. Restoranlarda, müşteri tercih sebeplerinin başında menüler gelmektedir. Menü kalemlerinde yer alan yemeklerin kalitesi, içeceklerin yemek ile uyumlu olması ve fiyatlar önemli roller arasındadır.

A la carte restoranlarda menü planlaması, yemek deneyiminin müşteri beklentileri doğrultusunda optimize edilmesi açısından kritik bir unsurdur. Bu restoranlarda menü planlaması, sadece yemeklerin çeşitliliği ve kalitesiyle değil, aynı zamanda içki seçimleriyle de doğrudan ilişkilidir. Özellikle şarap, bu içki seçimlerinin başında gelmektedir. Şaraplar, yemeklerle uyumlu kombinasyonlar yaratmak, müşteri deneyimini zenginleştirmek ve restoranın genel atmosferini desteklemek açısından önemli bir rol oynar. Bu nedenle, şarapların menü planlaması üzerindeki etkileri, restoranların başarısında kritik bir faktör haline gelmektedir.

Şarapların menü planlamasındaki rolü, restoranların sunduğu yemeklerin türüne, lezzet profilinin çeşitliliğine ve müşterilerin tercihlerine göre değişiklik göstermektedir. Restoranlar, şarapların yemeklerle uyumunu göz önünde bulundurarak, menülerini oluştururken ya da güncellerken, şarapları stratejik bir şekilde kullanmaktadır. Şarapların yemeklerle olan bu etkileşimi, sadece yemeklerin tadını artırmakla kalmaz, aynı zamanda restoranın fiyatlandırma stratejilerini de etkiler. Şarapların fiyatları, menüdeki yemeklerin fiyatlarıyla uyumlu olacak şekilde belirlenir, bu da restoranların kar marjlarını ve maliyetlerini doğrudan etkiler. Ayrıca, şarapların çeşitliliği ve kalitesi, restoranların müşteri segmentasyonunu da etkiler. Farklı şarap seçenekleri sunmak, restoranların geniş bir müşteri kitlesine hitap etmesini sağlar ve müşterilerin restoran deneyimini kişiselleştirmelerine imkân tanır. Bu bağlamda, şarapların menü planlamasında nasıl kullanıldığı, restoranların rekabet avantajını artırmasına ve sektördeki diğer rakiplerinden ayrılmasına yardımcı olabilir.

Bu çalışmanın temel amacı a la carte restoranlarda menü planlaması ve menü fiyatlandırma yöntemlerinde, şarabın etkisini belirlemektir. Ayrıca, restoranlarda menülerle ilgili verilen kararların, hangi etkenlerin etkisinde olduğunun belirlenmesi, çalışmanın amaçları arasında yer almaktadır. Belirlenen amaçların gerçekleştirilmesi için, a la carte hizmet veren işletmeler özelinde araştırma yapılması tasarlanmıştır. Menüde yer alan kalemlerin planlanması ve fiyatlandırma yapılırken şarabın etkisinin belirlenmesi, çalışmanın önemli hususlarından biridir. Araştırmanın temel problemi, şarabın menü planlamasında nasıl bir yer tuttuğu ve bu yerin restoranların finansal ve operasyonel performansına katkısının ne olduğudur. Araştırmanın amacı ise, restoran yöneticilerine ve şeflere, menü planlamasında şarap kullanımının stratejik bir avantaj sağlayıp sağlamadığını ve bu avantajın nasıl optimize edilebileceğini göstermektir.

LİTERATÜR (KAVRAMSAL / KURAMSAL ÇERÇEVE):

Menü, Latince kökenli “küçültülmüş” anlamında bir kelimedenden türemiştir. Menü yiyecek içecek işletmelerinde satışa hazır veya hazırlanabilecek halde bulunan yiyecek içeceklerin bir sistemsal şekilde

gruplar halinde sınıflandırıldığı, hazırlanış ve servis süreci ile ilgili detaylar içeren ya da içerebilen yiyecek ve içeceklerin sıralandığı ve fiyat bilgisi verildiği listedir. Menüler işletmenin konumuna, hedef kitlesine ve diğer değişkenlere bağlı olarak farklılık göstermektedir. A la carte menü, restoranlarda her bir yemeğin ayrı ayrı fiyatlandırıldığı bir menü türüdür.

Restoranların müşterilere sunduğu menüler, onların deneyimini doğrudan etkiler. Menü planlaması, müşterilerin taleplerine, restoranın konseptine ve mutfağın kapasitesine göre şekillenir. Menü planlama sürecinde, yemeklerin sırası, sunum şekli ve fiyatlandırılması gibi faktörler göz önünde bulundurulmalıdır. Restoran işletmeciliği, özellikle a la carte restoranlar için menü planlaması, sadece yemeklerin değil, aynı zamanda sunulacak içeceklerin, özellikle şarapların da dikkatlice seçilmesini gerektirir. Şarap, yemekle olan uyumu, fiyatlandırması ve sunum şekliyle restoran menülerinde önemli bir yer tutar.

a. Şarap ve yemek uyumu

Şarap fermente edilmiş üzümlerden elde edilen bir içecektir ve tarih boyunca hem sosyal hem de gastronomik açıdan önemli bir yere sahip olmuştur. Türkiye’de ve dünyada şarap üretimi ve tüketimi, kültürel ve ekonomik gelişmelerle birlikte evrim geçirmiştir. Restoran işletmeciliğinde şarap, menüde yer alan yemeklerin tamamlayıcısı olarak düşünülür. Şarap eşliğinde yemek yerken, tüketilen şarabın, tat algılayışıyla önemli bir ilişkisi vardır. Menüdeki yemeklerin şarap ile uyumlu olması, yenilen yemekte elde edebilecek keyfi artıracaktır. Yemek ve şarabın ne gibi durumlarda etkileşime girdiğini bilmek, menü ve şarap uyumunda tatsız eşleştirmelerin önüne geçecektir. Yemek ve şarap eşleştirmesinde kişilerin kişisel damak ve zevk uyumunu unutmamak gerekmektedir. Her bir birey farklı lezzetleri sevebilir ve bunlardan keyif alabilir. Dolayısıyla biri için mükemmel uyum olarak gözüken bir eşleştirme, başka biri tarafından sıradan ve hatta başarısız bir eşleştirme olarak değerlendirilebilir. Yemek ve şarap eşleştirmesi yapılırken, şarap damak uyumu önemlidir.

Yemek ve şarap uyumu yapabilmek için bazı terimlere hakim olmak gerekir (Wset, 2019):

Gövde: Şarabın tadından ziyade ağızda bıraktığı genel izlenim, gövdeyi tanımlar. Gövde, tek başına bir bileşen olarak ele alınmaz; şarapta bulunan şeker, asidite, tanen ve alkol gibi yapısal bileşenler tarafından oluşturulur. Genellikle alkol, gövdeyi belirleyen en önemli faktördür. Şeker gövdeye katkıda bulunurken, yüksek asidite şarabın daha dolgun bir his uyandırmasına neden olur. Yüksek olgunlukta tanenler şaraba tam gövdeli bir his verirken, düşük olgunlukta tanenler daha sert ve seyreltilmiş bir his yaratabilir. Bu nedenle, bazı şaraplar daha hafif bir gövdeye sahip olabilir. Gövdeyi şarabı yudumlarken ağızda bıraktığı his, gövdeyi tanımlar. Gövde, yağsız süt ve yağlı süt arasındaki farkla kıyaslanabilir; yağlı süt, damağınızda daha belirgin bir his bırakır.

Tanen: Şarabı yudumlarken ağızımızda bıraktığı burukluktur. Tanen kırmızı şaraplar ve rose şaraplarda çok önemli bir bileşendir. Fermantasyon sırasında üzümlerin kabuğundan elde edilir. Tanene örnek olarak, demli bir çay içtiğimizde damağımızda bıraktığı hissi örnek verebiliriz. Ya olgun bir muşmula yediğimizde ağız içimizde bıraktığı keklemsi tat gibi ifade edebiliriz.

Asidite: Tüm şaraplar asitlidir ve şarabın yaşaması için ama omurgadır. Düşük asidite oranına sahip şaraplar bile fark edilir bir asiditeye sahiptir ve yüksek asidite oranı sahip şaraplar bile sirke gibi asitli yiyeceklerdeki kadar yüksek değildir. Asidite, şarap içildiğinde tükürük bezlerinin uyarılması, dilde hafif bir gıdıklanma ve ağızda sulanma şeklinde hissedilir. Asidite oranı yükseldikçe ağızda oluşan sulanma etkisi de artar ve bu etki daha uzun süre devam edebilir. Şarabın asidite oranını değerlendirirken dikkate alınması gereken iki önemli nokta vardır. İlk olarak, yüksek şeker oranı yüksek asiditeyi maskeleyebilir. Tatlı şaraplarda yüksek asidite, şekerin etkisini dengelemeye yardımcı olur ve bu nedenle tatlı şaraplarda asidite daha belirgin olabilir. İkinci olarak, alkol de asiditeye benzer şekilde yakıcı bir his yaratabilir. Dolayısıyla, şarabın ağız sulandırma etkisinin asiditeden mi yoksa alkolden mi kaynaklandığını ayırt etmek önemlidir.

Alkol: Şarapta alkol, fermente sürecinde şekerlerin etanole dönüştürülmesiyle oluşur. Şarapta alkol oranı genellikle %8 ile %15 arasında değişir. Alkol, şarapta dolgunluk ve yoğunluk hissi sağlar; yüksek alkol

içeriği şarabı daha güçlü ve zengin yaparken, düşük alkol içeriği şarabı daha hafif ve zarif hale getirir. Ayrıca alkol, ağızda bir sıcaklık hissi ve hafif bir yakıcılık yaratabilir. Alkolün dengesi, şarap üretiminde önemli bir rol oynar, çünkü aşırı alkol oranı şarabın tat dengesini bozabilir.

Denge : Denge şarapta, çeşitli bileşenlerin (şeker, asidite, alkol, tanenler vb.) birbirleriyle uyum içinde olmasını ifade eder. Şarapta denge, tat profili ve genel deneyim açısından kritik bir öneme sahiptir.

Uzunluk / Bitiş : Şarapta uzunluk veya bitiş, şarap içildikten sonra ağızda kalan keyifli tatların süresini ve kalitesini ifade eder. Uzun bir bitiş, şarabın tadının ağızda uzun süre kalması anlamına gelir. Bu, şarabın tatlarının ve aromalarının içildikten sonra ağızda uzun süre etkili olmasını sağlar. Uzun bir bitiş genellikle şarabın karmaşıklığını ve derinliğini gösterir. Genelde kısa bitişli şaraplar, uzun bitişli şaraplardan daha az kaliteli olarak değerlendirilir.

Yemek yerken yediğimiz her lokma, damak tat alma reseptörlerimizi çalıştırarak adapte olur, yani bir sonraki yudumun şeker, tuz, asit vb. seviyesi ile algımızı değiştirdiği gibidir. Yemekte tuz ve asit şarabın tadını daha sert ve yumuşak yapmaktadır. Yani bir şarabın daha sek, daha acı, daha asitli, daha az tatlı ve daha az meyvemsi olmasına yardımcı olur. Şarabın tadı, birlikte tüketilen yemekle olumlu etkilenmekten çok, olumsuz etkilenmektedir (Wset, 2019).

Bir yemeğin tatlı olması, sek bir şarabın daha az meyvemsi ve asitli hissedilmesine neden olur. Yemeklerde tuz kullanılması, şarabın daha meyvemsi hissedilmesini sağlar ve kırmızı şarap tanen etkisini yumuşatmaktadır. Yemekteki asidite, şarap eşleştirmesi için iyi bir şeydir. Çünkü asidite oranına sahip bir şarabı dengeleyerek, meyvemsi özelliğini öne çıkarmaktadır. Yemekteki yüksek alkol oranına sahip şaraplar daha güçlüdür. Alkol aynı zamanda acının yanma hissini artırır, bazı kişiler bu etkiden hoşlanabilmektedir.

Umami kullanımı, diğer tatlardan son derece zor bir tattır. Umami, çok olumsuz etkilerini dengeleyen tuz benzeri tatlarda kendisi gösterebilmektedir. Yemek ve şarap eşleştirmesinde her bir tada dikkat edilmesi gerektiği gibi, birbirine baskın gelmeyecek tat yoğunluğu ve yemekteki yağ oranına dikkat edilmelidir. Yağ oranı yüksek bir yemek ile asitli şarap eşleştirmesi uygun olmaktadır.

Tablo 1: Yemek ve şarap eşleşmesi

Yemek	Şaraba Etkisi ...
Tatlı	Daha sek ve acı, daha asitli Daha az tatlı ve meyvemsi
Umami	Daha sek ve acı, daha asitli Daha az tatlı ve meyvemsi
Tuzlu	Daha az sek ve acı, daha az asitli Daha meyvemsi ve gövdeli
Asitli	Daha az sek ve acı, daha az asitli Daha tatlı ve meyvemsi

Kaynak: (Wset, 2019 : 7)

Tablo 1’de verilen bilgiler ışığında, yemek türlerinin şarap üzerindeki etkisinin değişkenlik gösterdiği, anlaşılmaktadır. Şarabın daha sek, daha acı, daha az asitli ya da daha asitli olması gibi farklı etkiler, tatlı, tuzlu, yağlı, acı yemekler eşliğinde belirlenebilmektedir.

Robinson (2023) yemek ve şarap uyumunu tatların ve yapısal bileşenlerin birbirini tamamlaması olarak tanımlar. Şarap ve yemek eşleştirmesinde, yemeklerin tatları ile şarabın tatları arasında bir denge kurulmalıdır. Örneğin, tatlı bir yemekle tatlı bir şarap eşleştirilmelidir. Ayrıca, şarabın yapısal özellikler alkol, tanen ve asidite gibi yemekle uyumlu olmalıdır. Yüksek tanen içeren bir kırmızı şarap, genellikle yağlı yemeklerle iyi gider çünkü tanenler yemeğin yağını dengelemeye yardımcı olur. Yemekteki baharatlı veya acı tatlar, şarapta yüksek asidite veya tatlılıkla dengelenebilir. Ayrıca, kültürel ve bölgesel eşleşmeler de önemlidir; örneğin, İtalyan yemekleriyle İtalyan şaraplarının eşleştirilmesi genellikle daha başarılı olur.

b. Menü fiyatlandırma

Restoranlarda menü fiyatlandırma, kârlılığı artırmak ve müşteri memnuniyetini sağlamak için kritik bir unsurdur. Fiyatlandırma, yalnızca yemeklerin maliyetini karşılamakla kalmaz, aynı zamanda restoranın konumlandırılması, hedef kitlesi ve pazardaki rekabet durumu gibi faktörleri de göz önünde bulundurur. Aşağıda en yaygın menü fiyatlandırma yöntemleri açıklanmaktadır:

Maliyet Esaslı Fiyatlandırma (Cost-Based Pricing)

Maliyet esaslı fiyatlandırma, bir yemeğin üretim maliyetine dayanan bir fiyatlandırma yöntemidir. Bu yöntemde, yemeğin maliyeti hesaplanır ve üzerine belirli bir kâr marjı eklenerek satış fiyatı belirlenir (Ogujo, 2010).

- **Hesaplama:** Yemekte kullanılan malzemelerin maliyeti, işçilik giderleri, işletme genel giderleri (kira, enerji, vergi vb.) ve hedeflenen kâr marjı toplanarak fiyat belirlenir.
- **Avantajları:** Bu yöntem, işletmenin maliyetlerini kolayca karşılayarak sürdürülebilirliğini sağlar. Ayrıca, fiyatlandırma süreci basit ve kolay anlaşılırdır.
- **Dezavantajları:** Piyasa taleplerini ve rekabeti yeterince dikkate almadığı için bazı durumlarda fiyatların rekabetçi olmamasına neden olabilir.

Rekabetçi Fiyatlandırma (Competitive Pricing)

Rekabetçi fiyatlandırma, restoranın bulunduğu pazarın rekabet durumunu dikkate alarak yapılan bir fiyatlandırma yöntemidir. Bu yöntemde, rakip restoranların fiyatları analiz edilir ve benzer fiyatlar belirlenir (Porter, 2015).

- **Hesaplama:** Rakiplerin fiyatları incelenir ve ortalama bir fiyat seviyesi belirlenir. Bu fiyat, restoranın rekabetçi olmasını sağlar.
- **Avantajları:** Pazar şartlarına hızlı tepki verme ve rakiplerle aynı seviyede kalma olanağı sağlar. Müşterilerin fiyat odaklı tercihlerini dikkate alır.
- **Dezavantajları:** Bu yöntem, maliyetlerin karşılanmasını garanti etmez ve kâr marjını azaltabilir. Ayrıca, işletmenin kendine özgü farklılıklarını yeterince yansıtmayabilir.

Değer Bazlı Fiyatlandırma (Value-Based Pricing)

Değer bazlı fiyatlandırma, müşterilerin bir ürün veya hizmete atfettiği değere göre fiyat belirleme yöntemidir. Bu yöntemde, müşterilerin yemeğe ne kadar ödemeye istekli olduğu dikkate alınır (Nagle vd., 2016).

- **Hesaplama:** Müşterilerin restoran deneyiminden beklentileri, yemeğin kalitesi, restoranın itibarı ve diğer faktörler değerlendirilir. Fiyat, müşterilerin algıladığı değere göre ayarlanır.
- **Avantajları:** Müşteri memnuniyetini artırma ve daha yüksek kâr marjı elde etme olanağı sağlar. Restoranın benzersizliğini ve kalitesini yansıtabilir.
- **Dezavantajları:** Bu yöntem, doğru müşteri anlayışı gerektirir ve uygulaması karmaşık olabilir. Yanlış değerlendirme, fiyatların çok yüksek veya çok düşük belirlenmesine yol açabilir.

Müşteri Odaklı Fiyatlandırma (Customer-Based Pricing)

Müşteri odaklı fiyatlandırma, fiyatları belirlerken müşterilerin algılarına, ihtiyaçlarına ve ödeme hazırlarına odaklanan bir yaklaşımdır. Bu yöntem, ürün veya hizmetin değerini müşteri perspektifinden değerlendirmeyi amaçlar ve genellikle müşterilerin fiyatla ilgili algılarına dayanarak fiyatları belirler (Dibb vd., 2013).

- **Hesaplama:** Müşterilerin ürün veya hizmete ne kadar değer verdiği, müşterilerin ödeme kapasitesi ve istekliliği, pazar araştırmaları ve müşteri geri bildirimleri göz önüne alınarak fiyat belirlenir.
- **Avantajları:** Müşteri memnuniyetini artırabilir, çünkü fiyatlar müşteri beklentilerine göre ayarlanır. Pazar segmentasyonu yapılarak farklı müşteri gruplarına yönelik özelleştirilmiş fiyatlandırma stratejileri geliştirilebilir. Yüksek müşteri sadakati ve bağlılığı sağlanabilir.
- **Dezavantajları:** Müşteri beklentilerini ve ödemeye istekli oldukları fiyatları doğru analiz etmek zor olabilir. Fiyatlandırma süreci daha karmaşık hale gelebilir, çünkü müşterilerinin sürekli olarak güncellenmesi ve analiz edilmesi gerekir. Fiyatlar sürekli olarak değişebilir, bu da maliyetlerin kontrolünü zorlaştırabilir.

Operasyon Odaklı Fiyatlandırma (Operational-Based Pricing)

Operasyon odaklı fiyatlandırma, ürün veya hizmetin fiyatını belirlerken işletmenin operasyonel verimliliğini ve maliyetlerini dikkate alan bir yaklaşımdır (Dibb vd., 2013).

- **Hesaplama:** İşletmenin operasyonel maliyetleri, verimlilik düzeyi, üretim süreci ve ölçek ekonomileri dikkate alınarak fiyat belirlenir.
- **Avantajları:** İşletmenin verimliliğini artırır. Maliyetleri optimize ederek kâr marjını iyileştirir. Operasyonel süreçlerin sürekli iyileştirilmesini teşvik eder.
- **Dezavantajları:** Operasyonel maliyetlerdeki değişiklikler fiyatları etkileyebilir. Kapsamlı operasyonel analiz ve iyileştirme gerektirir.

Esnek Fiyatlandırma (Flexible Pricing)

Esnek fiyatlandırma, restoranın yoğunluk zamanlarına, özel günlere veya müşteri türlerine göre fiyatları ayarlamasına olanak tanır. Bu yöntem, özellikle talebin dalgalı olduğu zamanlarda kullanılır (Solomon, 2000).

- **Hesaplama:** Fiyatlar, günün saatine, haftanın gününe veya müşteri grubuna göre ayarlanır.
- **Avantajları:** Talebe göre fiyat ayarlaması yaparak geliri maksimize eder.
- **Dezavantajları:** Müşteriler arasında fiyat farklılıklarına neden olabileceği için adalet algısını zedeleyebilir.

Hedef Kâr Fiyatlandırması (Target Profit Pricing)

Hedef kâr fiyatlandırması, belirli bir kâr hedefini gerçekleştirmek için fiyatların belirlenmesini içerir. Restoran, belirli bir dönem sonunda elde etmek istediği kâr miktarını belirler ve menü fiyatlarını buna göre ayarlar (Tahat, 2023).

- **Hesaplama:** Toplam maliyetler ve istenen kâr marjı belirlenir, ardından fiyatlar bu hedefe ulaşmak için ayarlanır.
- **Avantajları:** İşletmenin finansal hedeflerine odaklanmasını sağlar ve kârlılığı kontrol altında tutar.
- **Dezavantajları:** Rekabeti ve müşteri taleplerini yeterince dikkate almadığı için pazarla uyumsuz olabilir.

Bu yöntemlerin her biri, restoranın stratejilerine, hedef kitlesine ve pazar koşullarına bağlı olarak farklı avantajlar ve dezavantajlar sunar. Restoran işletmeleri, en uygun fiyatlandırma stratejisini belirlerken bu yöntemlerin bir kombinasyonunu kullanarak en iyi sonuçları elde edebilirler.

Şaraplar, menüdeki diğer öğelerle birlikte fiyatlandırılırken dikkat edilmesi gereken önemli bir faktördür. Restoranın konumu, hedef kitlesi ve genel konsepti, şarapların menüde nasıl fiyatlandırılacağını belirler.

Yüksek kaliteli şarapların menüde yer alması, restoranın lüks algısını güçlendirebilir ve bu da genel fiyatlandırma stratejilerini etkiler (Koç, 2020).

c. A La Carte Restoranlarda Şarabın Önemi

A la carte restoranlarda şarabın önemi, restoranın genel başarısını etkileyen çeşitli faktörlere dayanmaktadır. Şarap, yemeklerin tatlarını tamamlayarak ve zenginleştirerek müşteri deneyimini artırır. İyi eşleşmiş bir şarap, yemeğin lezzet profilini güçlendirebilir ve yemek deneyimini daha keyifli hale getirebilir.

Çeşitli ve kaliteli şarap seçenekleri sunmak, farklı müşteri tercihlerine hitap eder ve memnuniyeti artırır. Müşteriler, yemekleriyle uyumlu geniş bir şarap yelpazesi bulduklarında daha tatmin olmuş hissederler. Ayrıca, şarap menüsü restoranın marka imajını ve konumlandırmasını güçlendirir. Belirli bir bölgeden veya tarza odaklanan şaraplar, restoranın uzmanlık alanını ve benzersizliğini vurgular. Bu durum, restoranın kendine özgü bir kimlik kazanmasına yardımcı olabilir.

Şarap menüsü, restoranın fiyatlandırma stratejileriyle uyumlu olarak tasarlanmalıdır. Yüksek kaliteli şaraplar, daha yüksek fiyatlarla sunulabilir ve restoranın gelirlerini artırabilir. Şarap, yüksek kar marjları ile gelir artışı sağlayabilir. Kaliteli ve çeşitli şarap seçenekleri sunmak, restoranın rakiplerinden ayrılmasını sağlar ve müşteri çekme potansiyelini artırır. İyi bir şarap menüsü, restoranın piyasada öne çıkmasına ve tercih edilmesine yardımcı olabilir.

Son olarak, şarap menüsü, pazar trendlerini ve müşteri taleplerini takip etmede önemli bir rol oynar. Yeni şarap trendleri ve müşteri geri bildirimleri, menünün sürekli olarak güncellenmesini gerektirir, bu da restoranın dinamik ve güncel kalmasını sağlar. Tüm bu nedenlerle, şarap a la carte restoranlarda yemek deneyimini zenginleştiren, müşteri memnuniyetini artıran ve restoranın genel başarısını destekleyen önemli bir unsurdur. Şarap menüsünün dikkatlice planlanması ve yönetilmesi büyük bir önem taşır.

YÖNTEM

Bu çalışmada, a la carte restoranlarda menü planlaması ve şarap seçimi üzerine yapılan araştırma, nitel araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma yöntemi, restoranlardaki menü planlama süreçlerinde şarabın nasıl bir rol oynadığını ve bu süreçlerin menü fiyatlandırması üzerindeki etkilerini anlamayı amaçlamaktadır.

Araştırmada, "şarap", "menü planlaması", "menü fiyatlandırması", ve "restoran analizi" gibi temel kavramlar ele alınmıştır. Şarap, bu çalışmada restoran menüleri üzerindeki etkisi incelenen ana değişkenlerden biri olarak ele alınmıştır. Şarap seçiminin, menü planlama süreçlerinde yiyeceklerle uyumunu sağlama, menüdeki çeşitliliği artırma ve müşteri deneyimini zenginleştirme gibi unsurlar üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Bu bağlamda, şarap seçimlerinin menüdeki diğer öğelerle olan ilişkisi ve bu seçimin menü fiyatlandırmasına nasıl yansıdığı değerlendirilmeye alınmıştır.

Değişkenlerin ölçülmesinde yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır. Bu görüşmelerde, katılımcılara menü planlama süreçlerinde şarabın rolü, şarap seçiminin nedenleri ve sonuçları, menü fiyatlandırmasında şarap tercihinin etkisi gibi konular sorulmuştur. Sorular, katılımcıların bu süreçte karşılaştıkları zorluklar, şarap-mutfak uyumu üzerine aldıkları kararlar ve şarapların menüdeki yerinin nasıl belirlendiği gibi detaylara odaklanmıştır. Bu yöntem, araştırmada ele alınan kavramların derinlemesine incelenmesine olanak tanımıştır.

Araştırmanın evreni, İstanbul'da faaliyet gösteren a la carte restoranlar olarak belirlenmiştir. A la carte restoranlar, menüdeki her bir öğenin ayrı fiyatlandırıldığı ve müşterilerin menüden istedikleri öğeleri seçebildikleri restoran türleridir. Bu nedenle, şarap seçimi ve menü planlaması arasındaki ilişkinin en iyi gözlemlenebileceği restoran türleri olarak tercih edilmiştir.

Çalışma evreni ise, bu restoranlarda menü planlama ve şarap seçimi süreçlerinde doğrudan yer alan şefler, restoran yöneticileri ve sommelierlerden (şarap uzmanları) oluşmaktadır. Bu kişiler, restoranların

menü stratejilerini belirlemede kilit rol oynayan bireylerdir ve bu nedenle araştırmanın amacına uygun bilgi sağlayabilecek nitelikte seçilmiştir.

Araştırmada örnekleme tekniği olarak amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem, araştırmanın amacına en uygun bilgiyi sağlayabilecek katılımcıların bilinçli bir şekilde seçilmesini sağlar. Çalışmada, İstanbul'da yer alan ve şarap-menü ilişkisine odaklanmış restoranlar hedef alınmış, bu restoranlarda görev alan uzmanlar araştırmaya dahil edilmiştir. Katılımcılar, konu hakkında derinlemesine bilgi ve deneyime sahip olmaları nedeniyle, araştırmanın sonuçlarının zenginleştirilmesine katkıda bulunmuştur.

Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Bu görüşme formu, restoranlarda menü planlaması ve şarap seçimi süreçlerini anlamak için özel olarak tasarlanmıştır. Form, açık uçlu sorular içerir ve katılımcıların şarap-menü uyumu, şarap seçim kriterleri, şarapların menüde nasıl konumlandırıldığı ve fiyatlandırıldığı gibi konularda görüşlerini detaylı bir şekilde ifade etmelerini sağlar. Ayrıca, formda yer alan sorular, katılımcıların deneyimlerini, karşılaştıkları zorlukları ve bu zorluklarla başa çıkma stratejilerini anlamaya yönelik olarak hazırlanmıştır.

Veri toplama süreci, 2024 yılının ilk yarısında İstanbul'daki seçkin a la carte restoranlarda gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, restoran şefleri, yöneticileri ve sommelierler ile yüz yüze yapılmıştır. Her bir görüşme yaklaşık 45 dakika sürmüş ve katılımcıların restoranlarındaki menü planlama süreçleri, şarap seçiminde dikkate aldıkları kriterler ve bu süreçlerin menü fiyatlandırması üzerindeki etkileri hakkında derinlemesine bilgi sağlanmıştır.

Görüşmeler, restoran ortamlarında gerçekleştirilmiş olup, katılımcıların günlük iş akışları ve menü planlama süreçleri içinde yer aldıkları doğal bağlamda yapılmıştır. Bu durum, verilerin gerçek yaşam koşulları altında toplanmasını sağlamış ve katılımcıların deneyimlerini daha özgün bir şekilde paylaşmalarına olanak tanımıştır. Verilerin toplanmasının ardından, içerik analizi yöntemi ile görüşmelerde elde edilen veriler çözümlenmiş ve tematik kodlamalar yapılmıştır. Bu analiz yöntemi, katılımcıların verdiği yanıtlar üzerinden ortak temalar ve kalıplar belirleyerek, şarap ve menü planlaması arasındaki ilişkiyi derinlemesine incelemeyi mümkün kılmıştır.

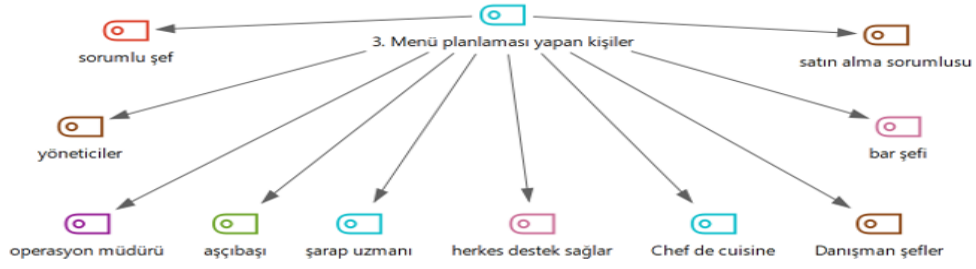
Sonuç olarak, bu araştırma, şarap seçiminin a la carte restoranlarda menü planlama ve fiyatlandırma süreçlerindeki rolünü anlamaya yönelik olarak tasarlanmış kapsamlı bir nitel çalışmadır. Kullanılan yöntemler, araştırma sorularına yönelik derinlemesine ve zengin veriler sağlamış, bu sayede restoranlarda şarap-menü uyumu ve fiyatlandırma stratejileri üzerine önemli bulgular elde edilmiştir.

BULGULAR ve TARTIŞMA

Bu araştırmada, a la carte restoranlarda menü planlamasında şarabın etkisi üzerine yapılan incelemeler sonucunda elde edilen bulgular, restoranların menü stratejilerinde şarabın önemli bir faktör olarak değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Bulgular, şarap seçiminin menüdeki diğer öğelerle uyumu, menü fiyatlandırması, müşteri memnuniyeti ve restoran imajı üzerindeki etkilerini kapsamaktadır. Aşağıda, araştırmada elde edilen bulgular ve bu bulguların tartışması yer almaktadır.

- Toplamda 14 katılımcı bulunmaktadır. Bunlardan 10'u erkek ve 4'ü kadındır. Katılımcıların yaşları 22 ile 44 arasında değişmektedir. Ortalama yaşları ise 32'dir. Katılımcıların eğitim düzeyleri genellikle lisans veya yüksek lisans seviyesindedir. Tüm katılımcılar gastronomi eğitimi almıştır. Katılımcıların toplam çalışma yılları 3 ile 27 yıl arasında değişmektedir. Ortalama çalışma yılı 13'tür. Çeşitli pozisyonlarda çalışan katılımcılar bulunmaktadır. En yaygın pozisyonlar arasında mutfak şefi, executive chef ve chef de cuisine bulunmaktadır. Katılımcıların pozisyonlarında ve mevcut işletmedeki çalışma yılları genellikle 1 ile 11 yıl arasında değişmektedir.
- İşletmelerin çoğunluğu restoran türündedir. Sadece bir işletme otel içerisinde restoran biçimindedir. 6 katılımcının (%43) işletme süresi 6 yıl ve üzeri iken, 8 katılımcının (%57) işletme süresi 5 yıl ve altıdır. 5 katılımcının (%36) işletmesinin konuk kapasitesi 100 ve altı iken, 9 katılımcının (%64) işletmesinin konuk kapasitesi 100 üzeridir.

Şekil 1: Menü Planlaması Yapan Kişilere İlişkin Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli



Kaynak: (Yazar(lar) tarafından oluşturulmuştur)

Şekil 1'e göre menü planlamasında en fazla rol alan kişiler genellikle sorumlu şeflerdir. Bunun yanı sıra, yöneticiler ve operasyon müdürleri de menü planlamasında önemli sorumluluklar üstlenmektedir. Ayrıca, şarap uzmanları da menü planlamasında rol alarak katkı sağlamaktadır. Diğer pozisyonlardaki kişilerin, örneğin chef de cuisine, bar şefi, danışman şefler, satın alma sorumlusu ve maliyet kontrolörleri, menü planlamasına katkıları ise daha sınırlı kalmaktadır.

Yapılan bulgulara göre, menü planlamasında en yaygın sorumluluk sorumlu şeflere aittir. Şefler, özellikle yemeklerin şaraplarla olan uyumunu değerlendirme konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca, tablo verilerine göre şarap uzmanlarının da menü planlamasına dahil olduğu görülmektedir. Bu, şarapların menüdeki yerinin belirlenmesi ve fiyatlandırılması üzerinde uzmanların önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir. Özellikle sommelier ya da şarap uzmanı istihdam eden restoranlar, menüdeki şarap çeşitliliğini ve müşteri deneyimini artırma potansiyeline sahiptirler. Çalışmada incelenen bir işletmede şarap uzmanının menü planlamasında aktif rol aldığı belirlenmiştir.

Verilere göre, bar şefleri, danışman şefler ve diğer destekleyici roller de menü planlamasına katkıda bulunmaktadır. Bu roller, şarapların seçimi ve fiyatlandırılması gibi konularda etki sahibidir. Şarabın, a la carte restoranların menü planlaması, fiyatlandırması ve analizi üzerindeki etkisini daha iyi anlamak için farklı rollerin ve uzmanlık alanlarının katkıları dikkate alınmaktadır.

Tablo 2 : Menü Değişikliğinde Şarap Tercihi Kriterlerine İlişkin Kodlar

Kriterler	Belgeler	Yüzde
Ürünle eşlik etmesi	7	50,00
Şarap Kriteri	6	42,86
Menü ürünleri	5	35,71
Ürünlerin tat dengeleri	5	35,71
Karlılık	3	21,43
Hedef müşteri kitlesi	3	21,43
Yerel ürünlerde yerli şaraplar	2	14,29
Düzenli ürün tadımı	1	7,14

Kaynak : (Yazar(lar) tarafından oluşturulmuştur)

Tablo 2'ye göre katılımcıların çoğunluğunun, şarap tercihlerini menüdeki yemeklerle uyumlu olacak şekilde yaptıkları görülmektedir. Şarabın lezzet uyumu, katılımcıların tercihlerinde öne çıkan bir diğer önemli kriter olarak dikkat çekmektedir. Menüdeki yemeklerin tat dengelerinin de şarap seçiminde etkili olduğu gözlemlenmektedir. Kâr oranı ve hedef müşteri kitlesi gibi faktörler bazı katılımcılar için önemli olsa da, genel olarak daha az etkili faktörler olarak değerlendirilmiştir. Yerel ürünler arasında yerli şarapların ve düzenli ürün tadımlarının, katılımcıların tercihlerinde daha az belirleyici olduğu ortaya çıkmıştır. Şarap tercihinin menü değişikliklerinde geniş kapsamlı bir konu olduğu ve farklı sonuçlara yol açabileceği düşünülmektedir. Restoranların menülerinde şarapların yer alma nedenleri arasında kârlılık öncelikli bir faktör olarak öne çıkmamaktadır. Bu durum, şarabın menüye müşteri beklentilerine ve yemeklere uyum sağlama amacıyla eklendiğini göstermektedir.

Katılımcılara, menü planlaması yaparken yemek tercihlerinizi hangi tür şaraplara göre tercih ediyorsunuz sorusu yöneltilmiştir. Araştırma kapsamında menü planlamasında yemek ve şarap tercihi ilişkine ilişkin bilgiler Tablo 3’de yer almaktadır.

Tablo 3 : Menü Planlamasında Yemek ve Şarap Tercihi İlişisine İlişkin Kodlar

Kriterler	Belgeler	Yüzde (%)
Menüye göre şarap seçimi	6	42,86
Şarap türüne göre menü oluşturma	4	28,57
Her menüye uygun şarap mevcut	4	28,57
Lezzet çeşitleri	4	28,57
Mutfak kültürü	4	28,57
Mutfağın dinamikleri	3	21,43
Genelde yerli şarap	2	14,29

Kaynak: (Yazar(lar) tarafından oluşturulmuştur)

Tablo 3’e göre menü planlamasında şarap seçimi yapılırken, şarap türüne uygun menü oluşturmak ve her menüye uygun şarap bulundurmak, katılımcılar tarafından önemli görülmektedir. Lezzet çeşitliliği ve mutfak kültürü de menü planlamasında dikkate alınması gereken diğer önemli faktörler arasında yer almaktadır. Ancak, mutfağın dinamikleri ve yerli şarap kullanımı, katılımcılar arasında daha az vurgulanmış olsa da, bazı katılımcılar tarafından önemsenmiştir.

Kivela ve Crotts (2006), gastronomi turizmi ve menü planlaması üzerine yaptıkları araştırmada, şarap seçiminin sadece yemeklerle uyumlu olmasının yeterli olmadığını, aynı zamanda restoranın bulunduğu bölgenin kültürel ve yerel özelliklerini de yansıtmaması gerektiğini belirtmişlerdir. Özellikle, yerel şarapların kullanımı, restoranların kimlik oluşturma ve müşteri memnuniyetini artırma konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Çalışmada ayrıca, şarap ve yemek eşleştirmesinin restoranın marka değeri ve müşteri sadakati üzerinde etkili olduğu vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, şarap seçiminin menü planlamasında çok yönlü bir stratejiyle ele alınması gerektiği ifade edilmiştir.

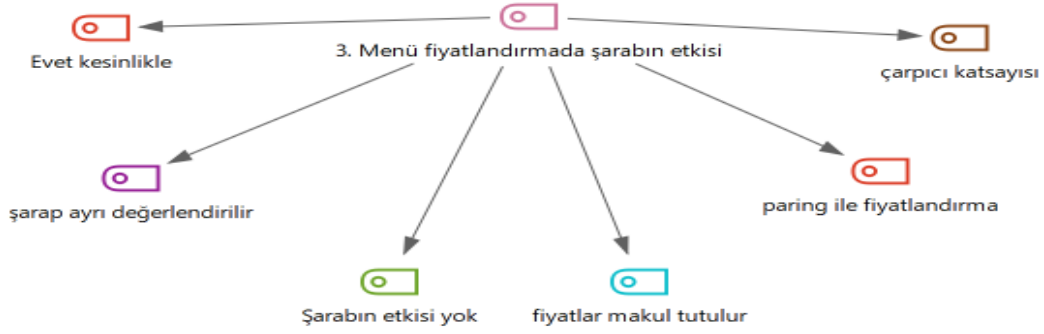
TABLO 4: Menü Planlamasında Yemek ve Şarap Tercihindeki Faktörlere İlişkin Kodlar

Kriterler	Belgeler	Yüzde
Lezzetin önüne geçmemesi	9	64,29
Yemeğin tadı	8	57,14
Yemeğin dokusu	7	50,00
Tat dengeleri	6	42,86
Şarabın serüvenine göre menü hazırlama	5	35,71
Şarap seven misafirlere göre menü planlama	3	21,43
Yerel üreticileri desteklemek için menü tasarımı	2	14,29
Özel davetlerde pairing	1	7,14

Kaynak : (Yazar(lar) tarafından oluşturulmuştur)

Tablo 4’e göre, katılımcılar menü planlamasında lezzetin ön planda olması gerektiğini vurgulamaktadır. Lezzet unsurları, yemeğin tadı ve dokusu gibi temel faktörlerin yanı sıra, tat dengeleri ve şarap eşleştirmesi de önemli detaylar arasında yer almaktadır. Bu bulgular, menü planlamasının sadece lezzetli yemeklerin sunulmasıyla sınırlı olmadığını, aynı zamanda yemeğin sunumundan tat deneyimine kadar geniş bir yelpazede değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Şarap sever misafirlere için özel menüler oluşturmak, yerel üreticileri desteklemek ve özel davetlerde şarap eşleştirmesi gibi unsurlar ise genellikle daha düşük önceliğe sahiptir. Bu durum, menü planlamasının çok yönlü bir süreç olduğunu ve farklı önceliklere sahip katılımcıların beklentilerini karşılamak için dengeli bir yaklaşım sergilemek gerektiğini ortaya koymaktadır.

Şekil: 2 Menü Fiyatlandırmada Şarabın Etkisine İlişkin Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli



Kaynak : (Yazar(lar) tarafından oluşturulmuştur)

Şekil 2'ye göre, katılımcıların büyük bir kısmı şarabın menü planlamasında önemli bir rol oynadığını belirtmektedir. Şarabın diğer menü unsurlarından bağımsız olarak ele alınması gerektiği vurgulanmaktadır. Bununla birlikte, bazı katılımcılar şarabın menü planlamasındaki etkisinin sınırlı olduğunu düşünmektedir. Şarap eşleştirmesi (pairing) ve fiyatlandırma konuları bazı katılımcılar için önemli olmakla birlikte, fiyatların makul tutulması ve "çarpıcı katsayısı" kriteri daha az önceliklidir. Menü fiyatlandırma ve şarap ilişkisinin dikkatlice değerlendirilmesi gerektiği, elde edilen bulgular doğrultusunda yapılabilecek bir çıkarım olarak öne çıkmaktadır.

Tablo 5 : Yemek ve Şarap Planlama Sürecine ait kodlar

Kriterler	Belgeler	Yüzde
Şarap eğitimi verilmeli	4	28,57
Yerli şarap üreticilerin atağı sayesinde ithalde düşüş sağlanmalı	3	21,44
Şaraba göre menü seçimi	2	14,29
Şaraplardaki vergiler düşürülmeli	1	7,14
Yemek ve şarap eşleştirmesi yeterince yaygın değil	1	7,14
Şarap konusunda akademik çalışmalar yapılmalı	1	7,14
Bakanlık işletmeler ile ilgili çalışmalı	1	7,14
Şarap restoran konseptini desteklemeli	1	7,14

Kaynak : (Yazar(lar) tarafından oluşturulmuştur)

Tablo 5 teki bulgulara dayanarak, yemek ve şarap planlamasının yanı sıra, katılımcılar şarap eğitiminin artırılması ve şarap bilgisi konusunda daha fazla eğitim verilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu, şarap endüstrisinde çalışanların ve restoran personelinin daha kapsamlı bir eğitim almasının önemini ortaya koymaktadır. Yerel şarap endüstrisinin desteklenmesi ve yerel üreticilere olan talebin artırılması, sektör için olumlu etkiler yaratabilir. Ayrıca, yerli şarap üreticilerinin daha aktif olması, ithalatın azalmasına katkı sağlayabilir.

Şarapla uyumlu menü seçiminin önemi, restoranlarda yemeklerin şaraplarla uyumlu bir şekilde sunulması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu, şarabın menü planlamasında önemli bir rol oynadığını ve restoranların müşterilere daha iyi bir deneyim sunmak için şarap eşleştirmesini dikkate alması gerektiğini göstermektedir. Yemek ve şarap eşleştirmesi konusundaki bilgi ve uygulamaların yaygınlaştırılması hem yemek deneyimini iyileştirebilir hem de şarap tüketimini teşvik edebilir.

- Araştırma bulguları, şarap seçiminin menü planlaması sürecinde kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Görüşmelerde, şefler ve restoran yöneticileri, şarapların menüdeki yiyeceklerle uyumunu sağlamak için büyük bir özen gösterdiklerini ifade etmişlerdir. Şarapların menüde nasıl yer alacağı, menüdeki diğer öğelerle olan tat uyumu göz önünde bulundurularak belirlenmektedir. Bu

süreçte, şarapların menüdeki yiyeceklerle uyumlu olmasının, müşteri memnuniyetini artırdığı ve restoranın genel kalitesini yansıttığı belirtilmiştir.

- Katılımcılar, özellikle a la carte restoranlarda, şarap seçiminin menüdeki yemeklerle uyum içinde olmasının, restoranın itibarını olumlu yönde etkilediğini vurgulamışlardır. Bu durum, şarap ve yiyecek uyumunun, müşteri deneyimini zenginleştirdiği ve restoranın müşteri sadakatini artırdığı bir diğer önemli bulgudur. Restoran yöneticileri, şarapların menüdeki her bir öğeyle uyumlu olması için şarap uzmanları (sommelier) ile iş birliği yapmanın önemine değinmişlerdir. Bu iş birliği, menüdeki yiyeceklerin tat profili ile şarapların özelliklerini en iyi şekilde eşleştirerek, müşteri memnuniyetini maksimize etmeyi hedeflemektedir.
- Bulgular, şarap seçiminin menü fiyatlandırmasında belirleyici bir faktör olduğunu göstermektedir. Restoranlar, şarapların menüdeki yiyeceklerle uyumu kadar, fiyatlandırma stratejilerine de büyük bir önem vermektedir. Katılımcılar, şarapların fiyatının, menüdeki yiyeceklerin fiyatlandırılması üzerinde doğrudan bir etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Örneğin, pahalı ve kaliteli şarapların menüde yer alması, bu şaraplarla uyumlu yiyeceklerin de daha yüksek fiyatlarla sunulmasına neden olmaktadır.
- Şefler ve yöneticiler, şarap fiyatlarının belirlenmesinde çeşitli faktörlerin dikkate alındığını ifade etmişlerdir. Bu faktörler arasında şarabın kalitesi, menşe ülkesi, üzüm çeşidi, üretim yılı ve restoranın genel konsepti yer almaktadır. Katılımcılar, menüdeki yiyeceklerin şaraplarla uyum içinde olması durumunda, bu uyumun müşterilere daha yüksek fiyatlar ile sunulabileceğini ve bu durumun restoranın karlılığına olumlu katkı sağladığını belirtmişlerdir. Ayrıca, restoranların şarap seçimini ve fiyatlandırmasını yaparken, hedef müşteri kitlesinin beklentilerini ve ödeme kapasitesini de göz önünde bulundurduğu vurgulanmıştır.
- Araştırmanın önemli bulgularından biri, şarap seçiminin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisidir. Katılımcılar, şarapların menüdeki diğer yiyeceklerle uyumlu olmasının, müşteri deneyimini doğrudan etkilediğini ifade etmişlerdir. Bu uyum, müşterilerin restoranda geçirdiği zamanın kalitesini artırmakta ve müşteri memnuniyetini sağlamaktadır. Şarap ve yiyecek uyumu, özellikle şarap meraklıları ve gurme müşteriler için restoran seçiminde önemli bir kriter olarak öne çıkmaktadır.
- Katılımcılar, şarap seçiminin sadece menü planlamasında değil, aynı zamanda servis sürecinde de önemli olduğunu belirtmişlerdir. Şarapların doğru şekilde sunulması, doğru sıcaklıkta servis edilmesi ve doğru kadeh seçimi gibi detaylar, müşteri memnuniyetini artıran faktörler arasında yer almaktadır. Bu nedenle, restoranların şarap sunumuna büyük önem verdikleri ve bu süreçte sommelierlerden profesyonel destek aldıkları gözlemlenmiştir.
- Bulgular, şarap seçiminin restoranın genel imajı üzerinde de önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcılar, kaliteli ve iyi seçilmiş şarapların restoranın prestijini artırdığını ve bu durumun müşteri algısını olumlu yönde etkilediğini ifade etmişlerdir. Restoranlar, şarap menüsünü oluştururken, bu menünün restoranın genel konseptiyle uyumlu olmasına özen göstermektedirler. Özellikle fine dining restoranlarda, şarap menüsünün zenginliği ve çeşitliliği, restoranın yüksek kaliteli bir imaj yaratmasına katkıda bulunmaktadır.
- Şarapların menüde yer alışı, restoranın sunduğu genel deneyimin bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle, restoranlar şarap seçimini yaparken, sadece menüdeki yiyeceklerle uyumu değil, aynı zamanda restoranın hedef kitlesinin beğenilerini de göz önünde bulundurmaktadır. Restoranların şarap menülerine olan yatırımları, bu menülerin müşteri çekme ve sadakat sağlama açısından önemli bir araç olduğunu göstermektedir.
- Araştırma bulguları, şarap seçiminin restoranlar için bazı operasyonel zorluklar da oluşturduğunu göstermektedir. Katılımcılar, şarapların doğru depolanması, tedarik zincirinin yönetimi, stok kontrolü ve şarapların servis edilmesi gibi süreçlerin dikkatli bir şekilde yönetilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Özellikle nadir ve pahalı şarapların doğru koşullarda saklanması, restoranlar için önemli bir operasyonel zorluktur.
- Ayrıca, şarapların menüye entegre edilmesi sürecinde karşılaşılan diğer zorluklar arasında, şarap tedarikçilerinin güvenilirliği ve şarapların menüde sürdürülebilir bir şekilde yer alabilmesi bulunmaktadır. Katılımcılar, bu süreçlerin başarılı bir şekilde yönetilmesinin, restoranın genel operasyonel başarısına katkıda bulunduğunu ifade etmişlerdir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma, a la carte restoranlarda menü planlaması ve fiyatlandırma süreçlerinde şarabın rolünü incelemektedir. Araştırmanın sonuçları, şarabın menüdeki diğer öğelerle uyumu, menü fiyatlandırması, müşteri memnuniyeti ve restoran imajı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Sonuç ve öneriler, mevcut kuram ve literatür ışığında tartışılarak kuramsal çıkarımlar, yöntemsel çıkarımlar, uygulamaya dönük çıkarımlar ve akademik öneriler başlıkları altında ele alınacaktır.

Araştırma bulguları, menü planlaması ve fiyatlandırma süreçlerinde şarabın önemini vurgulayan literatürle uyumlu bir tablo ortaya koymaktadır. Mevcut kuramlara göre, menüdeki yiyecek ve içeceklerin uyumu, restoranların müşteri memnuniyeti ve marka algısı üzerindeki etkisini artırmaktadır. Bu araştırma, şarabın bu uyumun sağlanmasındaki kritik rolünü destekleyen bulgular sunmaktadır. Literatürde, şarap-menü uyumunun müşteri deneyimini zenginleştirdiği ve restoranların rekabet gücünü artırdığı ifade edilmektedir. Bu çalışmanın bulguları da benzer bir doğrultuda, şarabın menüdeki stratejik önemini ortaya koymaktadır.

Bununla birlikte, araştırmanın bulguları, şarap seçiminin menü fiyatlandırması üzerindeki etkisi konusunda literatürdeki bazı farklılıkları da gözler önüne sermektedir. Literatürde, menüdeki yiyecek ve içeceklerin fiyatlandırılmasının genellikle maliyet ve müşteri beklentileri doğrultusunda yapıldığı belirtilirken, bu araştırma, şarapların fiyatlandırmadaki etkisinin daha karmaşık ve çok boyutlu olduğunu göstermektedir. Özellikle pahalı şarapların menüdeki diğer öğelerin fiyatlarını artırma potansiyeline sahip olduğu bulgusu, literatürde yeterince ele alınmamış bir konu olarak dikkat çekmektedir.

Yöntemsel Çıkarımlar

Araştırma, nitel bir yöntem olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Bu yöntemin seçilmesi, araştırmanın derinlemesine ve zengin veri elde etmesini sağlamıştır. Nitel araştırma yöntemi, özellikle şarap ve menü planlaması gibi subjektif ve kültürel bağlamlarda önemli olan konuların daha iyi anlaşılmasına olanak tanımaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, katılımcıların deneyimlerini detaylı bir şekilde paylaşımlarını sağlayarak, araştırmanın daha derin bir kavrayış kazanmasına katkıda bulunmuştur.

Ancak, bu yöntemin bazı sınırlamaları da bulunmaktadır. Nitel araştırma yöntemleri, genellikle küçük bir örneklem üzerinde uygulanır ve elde edilen bulguların genellenebilirliği sınırlıdır. Bu nedenle, araştırmanın bulguları, genel bir yargıya varmak yerine, belirli bir bağlamda geçerli olan çıkarımlar olarak değerlendirilmelidir. Gelecek çalışmalarda, nicel araştırma yöntemleri kullanılarak daha geniş örneklem üzerinde benzer araştırmalar yapılması, bulguların genellenebilirliğini artırabilir.

Uygulamaya Dönük Çıkarımlar

Araştırmanın bulguları, restoran yöneticileri ve şefler için pratik açıdan önemli sonuçlar sunmaktadır. Şarap-menü uyumu, restoranların müşteri memnuniyetini artırmak ve marka imajını güçlendirmek için dikkate alması gereken kritik bir faktördür. Restoranlar, menü planlamasında şarapları stratejik bir şekilde kullanarak, müşteri deneyimini zenginleştirebilir ve bu sayede rekabet avantajı elde edebilirler.

Şarapların menüdeki diğer öğelerle uyumlu olması, müşteri memnuniyetini artırmakla kalmaz, aynı zamanda restoranın karlılığını da olumlu yönde etkileyebilir. Restoranlar, pahalı ve kaliteli şarapların menüde yer almasının, bu şaraplarla uyumlu yiyeceklerin fiyatlarını artırabileceğini göz önünde bulundurmalıdır. Bu durum, restoranların şarap menülerini oluştururken, şarap ve yiyecek uyumunu dikkate alarak fiyatlandırma stratejilerini optimize etmelerini gerektirir.

Ayrıca, restoranların şarap sunumuna verdiği önem de müşteri memnuniyetini artıran bir diğer faktördür. Şarapların doğru şekilde sunulması, doğru sıcaklıkta servis edilmesi ve uygun kadeh seçimi gibi detaylar, müşteri deneyimini olumlu yönde etkileyebilir. Bu bağlamda, restoranların sommelierlerden profesyonel destek alması, şarap sunumunun kalitesini artırabilir.

Çalışma bulgularına dayalı olarak, a la carte restoranlarının başarılı olabilmesi için aşağıdaki öneriler sunulmaktadır:

- Müşteri geri bildirimlerinin düzenli olarak toplanması ve analiz edilmesi, menü planlaması ve hizmet kalitesinin iyileştirilmesine yardımcı olabilir.
- Şarap uzmanları veya eğitilmiş personel aracılığıyla müşterilere doğru şarap önerileri sunmak, müşteri deneyimini artırabilir.
- Mevsimsel değişiklikleri menülerde vurgulamak ve pazarlama stratejileriyle desteklemek, müşteri çekme potansiyelini artırabilir.
- Fiyatlandırma stratejilerinin dikkatlice belirlenmesi ve düzenli olarak gözden geçirilmesi, karlılık dengesinin korunmasına yardımcı olabilir.

Bu öneriler, a la carte restoranlarının müşteri memnuniyetini artırmasına ve rekabet avantajı elde etmesine yardımcı olabilir. Ancak, her restoranın benzersiz özellikleri ve müşteri tabanı olduğu unutulmamalıdır. Bu nedenle, önerilerin restoranın özel ihtiyaçlarına ve koşullarına uygun olarak uyarlanması önemlidir.

Akademik Öneriler

Bu araştırmanın bulguları, şarap-menü uyumu ve menü fiyatlandırması konularında önemli katkılar sağlamaktadır. Ancak, araştırmanın sınırlamaları da göz önünde bulundurularak, gelecekte bu alanda yapılacak çalışmalar için bazı öneriler sunulabilir.

İlk olarak, gelecekte yapılacak araştırmaların, daha geniş örneklemeler üzerinde ve nicel araştırma yöntemleri kullanılarak gerçekleştirilmesi, bulguların genellenebilirliğini artırabilir. Ayrıca, farklı restoran türleri ve farklı bölgelerde benzer araştırmalar yapılması, şarap-menü uyumu konusunda daha kapsamlı bir anlayışın geliştirilmesine katkı sağlayabilir.

İkinci olarak, şarap-menü uyumu ve fiyatlandırma süreçleri üzerinde kültürel faktörlerin etkisini inceleyen çalışmaların yapılması faydalı olabilir. Farklı kültürlerde şarap ve yiyecek uyumuna verilen önem ve bu uyumun müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi, araştırılmaya değer bir konudur.

Son olarak, bu çalışmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi, şarap-menü uyumu konusunda derinlemesine veri sağlamıştır. Ancak, gelecekte bu alanda yapılacak araştırmalarda, farklı nitel araştırma yöntemleri, örneğin odak grup çalışmaları veya katılımcı gözlemi gibi yöntemler de kullanılarak, farklı perspektiflerin elde edilmesi sağlanabilir. Bu yöntemler, özellikle şarap seçiminin operasyonel süreçler üzerindeki etkisini daha iyi anlamak için kullanılabilir.

Sonuç olarak, bu araştırmanın bulguları, şarap-menü uyumu ve menü fiyatlandırması konusunda önemli çıkarımlar sunmakta olup, gelecekte yapılacak araştırmalara da ışık tutmaktadır.

KAYNAKÇA

Dibb, S., Simkin, L., Pride, W.C. ve Ferrell, O.C. (2013) *Marketing: Concepts and Strategies*, Cengage, 2013, Chapter 12.

Nagle, T., Hogan, J. ve Zale, J. (2016). *The Strategy and Tactics of Pricing: A Guide to Growing More Profitably*, Oxon, Routledge,

Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and hospitality research: A review of the literature and a research agenda. *International Journal of Hospitality Management*, 25(1), 5-25. <https://doi.org/10.1177/109634800628679>

Koç, N. (2020). (2020 , 6 Haziran). Kârlı Bir Menü İçin Fiyatlama Nasıl Yapılır? - 5 Adımda Menü Fiyatlama. <https://www.linkedin.com/pulse/k%C3%A2r%C4%B1-bir-men%C3%BC-i%C3%A7in-fiyatlama-nas%C4%B1l-yap%C4%B1r-5-ad%C4%B1mda-necdet-ko%C3%A7/>. Erişim tarihi: 10.05.2024

Ogujo C. (2010). *Practical food and beverage Cost control delmar Publications: Canada*, 2. Basım, 2010.

- Porter Michael. (2005) .*Rekabet stratejisi, sektör rakip analizi teknikleri*, Auro yayın evi.
- Robinson, J. (Ed.). (2023). *The Oxford Companion to Wine* (4th ed.). Oxford University Press.
- Solomon Michael. (2000) Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, Global Edition 50.
- Tahat, I. (2023). Pricing strategy and firms profitability. *Socio Economic Challenges*, 7(4), 124-132.
[https://doi.org/10.61093/sec.7\(4\).124-132.2023](https://doi.org/10.61093/sec.7(4).124-132.2023)
- Wset. (2019). *Wines: Looking behind the label*. London: Wine & Spirt Education Trust.

A NEW TOURISM TREND “FRUIT TOURISM” AND EVALUATION ON TÜRKİYE’S POTENTIAL

Melahat AVŞAR

Dr. Öğr. Üyesi, Amasya Üniversitesi, Amasya Sosyal Bilimler Meslek
Yüksekokulu E-posta: melahat.avsar@amasya.edu.tr
Orcid Numarası: 0000-0002-5700-2061

Introduction

Nowadays, different types of tourism are emerging day by day. This can be thought to be due to people’s changing expectations from holidays and their search for different experiences. Recently, it has been seen that people are turning to more experience-oriented alternative tourism types rather than mass tourism. Considering that this situation creates added value for tourists who seek a symbolic and physical relationship between the presence of local products and the place they visit, especially in food experiences (Ginés-Ariza, Fusté-Forné & Noguer-Juncà, 2022:1), can be said that the experience becomes more prominent.

Crespi-Vallbona & Plana-Farran (2023) discussed fruit tourism within agricultural tourism. Among the studies on agricultural tourism in the literature, there are studies that mention, fruit can also be used as a tourism product (Çıkm, Çeken & Uçar, 2009; Yavuzaslanoglu & Yavuz, 2012; Akova & Şahin, 2019). In this study, the concept of “fruit tourism”, which is a new tourism trend in the literature, was discussed and Türkiye’s fruit tourism potential was examined. In addition, this study aimed to develop and contribute to the literature related to fruit tourism.

Conceptual Framework

Due to the negative effects and destruction of mass tourism on the environment, many countries around the world are turning to alternative tourism types, and in this context, agricultural tourism is an ideal alternative tourism type for people who are looking for a different holiday and want to get away from city life (Artuğer, Özkoç & Kendir, 2013:1). Agricultural tourism is one of the types of rural tourism (Türkben, Gül & Uzar, 2012; Civelek & Karadağ, 2020). Agricultural tourism is a field of activity that provides additional income opportunities to producers in the agricultural sector, whose income level is lower than other sectors, by benefiting from the relaxing effect of rural areas, without hindering agricultural activities, and positively affects the economy, social and cultural structure of the region and the country (Çelik Çanga, Kutlu & Çalışkan, 2018:452). According to another definition, agricultural tourism is a type of tourism that enables people living in the city to feel the life in rural areas, reflect it in their daily lives, get to know and experience local cultures closely, and get closer to agriculture (Türkben, Gül & Uzar, 2012:47). Crespi-Vallbona & Plana-Farran (2023) discussed fruit tourism within the scope of agricultural tourism. According to the definition of Fruiturisme (n.d.), fruit tourism is “*a new tourism concept focusing on sweet fruits and everything connected with them.*”

Fruit tourism can also be considered within special interest tourism. Based on the definition of fruit tourism, it can be said that this tourism type is connected to nature and can be applied twelve months of the year. Crespi-Vallbona & Plana-Farran (2023:1166) state in their study on the increase of fruit tourism in Catalan rural regions that fruit tourism offers no seasonally tourism product. They state that it offers a different experience to visitors in every season; during the summer months, visitors can participate in tours where can learn about peaches and pick the fruits directly from the trees, in the autumn months can see the dark yellow view created by the fallen leaves, in the winter time can see the trees are resting, in the spring can see the rebirth and bloom of the trees, and the visual magnificence of the pink peach flower fields that will be harvested in the summer.

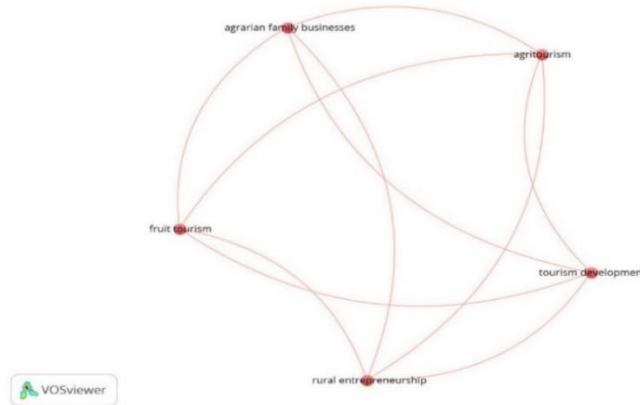
Method

This study aims to discuss the concept of fruit tourism, which is a new concept in the literature, and to make an evaluation on Türkiye's potential. For the purpose of this study, which was conducted using secondary data, studies in the literature on the concept of fruit tourism were examined. In this context, the studies in Web of Science were examined with the VOSviewer program. According to Albaş (2023:140), the Web of Science (WoS) database provides easy access to multiple databases and citation data. Therefore, the Web of Science database was used to obtain data in this study. It was determined when the first publication was made and which keywords were used. In order to determine Türkiye's fruit tourism potential, fruits that meet the definition of fruit tourism in the Turkish Patent and Trademark Office and have geographical indications that can be made as tourism products have been determined on a provincial basis. The reason why the Turkish Patent and Trademark Office is preferred is that products with geographical indications are specific to the region where they are grown. Because the use of geographically indicated products in destination marketing provides positive effects for the destination (Keskin, 2019). In this context, considering that geographically indicated products are effective on the awareness of the destination, it is thought that the potential for fruit tourism will be high in these regions.

Findings

As a result of the search made with the keyword “fruit tourism” on Web of Science on July, 2024, two results were found. One of these studies is an article and the other is a conference abstract text. These studies are still very new and one is for 2023 and the other is for 2022. According to the keyword analysis made by selecting at least one keyword criterion, it is seen that the words; “agrarian family businesses”, “agritourism”, “fruit tourism”, “rural entrepreneurship” and “tourism development” are used.

Image 1: Keyword Analysis Relationship Map



Source: Adapted from the VOSviewer database by the author.

According to the data of the Turkish Patent and Trademark Office dated 26.07.2024, the list of geographically indicated products based on provinces, created by taking into account the definition of fruit tourism, is included in Table 1.

Table 1: Products in the Geographically Indicated Fruit Category by Province in Türkiye

City name	Geographically Indicated Product Name
Adana	Adana Groundnut, Kozan Orange, Kuytucak Pomegranate, Pozantı Strawberry
Adıyaman	Adıyaman Besni Grape, Adıyaman Tut Mulberry, Kahta Almond, Kahta Pomegranate
Afyonkarahisar	Sultandağı Gilli Cherry, Sultandağı Cherry, Çay District Sour Cherry
Amasya	Amasya Cherry, Amasya Misket Apple
Ankara	Ayaş Mulberry, Kalecik Karası Grape, Çubuk Sour Cherry
Antalya	Alanya Avocado, Alanya Banana, Alanya Loquat, Finike Orange, Gazipaşa Seedless Pomegranate, Korkuteli Karyağdı Pear
Ardahan	Posof Apple/ Badele Apple
Artvin	Borcka Iron Apple
Aydın	Aydın Chestnut, Aydın Pine Nut, Aydın Fig, Kuyucak Orange, Sultanhisar Strawberry
Balıkesir	Avşa Ada Karası Grape, Havran Tangerine, Havran Black Fig
Batman	Gercüş Mezruna Grape, Sason Strawberry
Bolu	Bolu Mountain Hazelnut
Burdur	Karamanlı Walnut, Melli Fig
Çanakkale	Bayramiç Beyazı, Bayramiç Apple, Bozcaada Çavuş Grape, Lapseki Peach
Çankırı	Eldivan Cherry
Çorum	Oğuzlar Walnut, İskilip Strawberry
Denizli	Buldan Chestnut, Denizli Çalkarası Grape/ Denizli Çalkarası, Honaz Cherry, İsabey Seedless Grape
Diyarbakır	Diyarbakır Boğazkere Grape
Düzce	Akçakoca Kaplandede Chestnut, Akçakoca Yellow Hazelnut, Düzce Chestnut
Elazığ	Elazığ Boğazkere Grape, Elazığ Tahannebi Grape, Elazığ Sour Cherry, Elazığ Öküzgözü Grape
Erzincan	Cimin Grape, Kemaliye Mulberry/ Eğin Mulberry
Gaziantep	Antep Pistachios, Gaziantep Oğuzeli Pomegranate/ Antep Oğuzeli Pomegranate
Giresun	Giresun Kalinkara Hazelnut / Giresun Karası, Giresun Sivri Hazelnut, Giresun Tombul Hazelnut, Piraziz Apple, Şebinkarahisar Black Mulberry
Hatay	Dört Yol Mandarin
Isparta	Isparta Apple, Senirkent Dimrit Grape, Uluborlu Cherry
Iğdır	Iğdır White Grape / Miskalı, Iğdır Apricot
İzmir	Bergama Kozak Pine Nut, Bornova Misket Grape, Aegean Sultani Grape, Aegean Fig, Gökçealan Osmancık Grape, Gümöldür Tangerine (Gümöldür Mandarin), Kavacık Grape, Kemalpaşa Cherry, Seferihisar Tangerine
Kahramanmaraş	Kahramanmaraş Bertiz Kabarcık Grape / Maraş Bertiz Kabarcık Grape, Çağlayanerit Walnut
Karabük	Safranbolu Çavuş Grape
Karaman	Karaman Ekşikara Grape
Kars	Kağızman Long Apple
Kastamonu	Kastamonu Kuzu Chestnut, Kastamonu Üryani Plum, İnebolu Kuzu Chestnut,
Kayseri	İncesu Karaevrek Grape
Konya	Akşehir Cherry, Hüyük Strawberry
Kütahya	Kütahya Pazarlar Cherry, Simav Chestnut, Şaphane Sour Cherry
Kırşehir	Kaman Walnut
Malatya	Akçadağ Pear, Arapgir Köhnü Grape, Hekimhan Walnut, Malatya Banazı Karası Grape, Malatya Dalbastı Cherry, Malatya Apricot, Pütürge Mulberry
Manisa	Demirci Jujube, Demirci Cherry, Köprübaşı Strawberry, Manisa Sultani Seedless Grape, Salihli Cherry, Saruhanlı Seedless White Grape
Mardin	Midyat Fig, Ömerli Karfoki Grape
Mersin	Anamur Banana, Erdemli Banana, Gezende Plum, Gülnar Currant, Mut Apricot (Fresh Table), Silifke Strawberry, Tarsus White Grape (Topacık)
Muğla	Bodrum Mandarin, Datça Nurlu Almond, Fethiye Rock Fig, Kavaklıdere Walnut, Köyceğiz Orange
Niğde	Darboğaz Cherry
Ordu	Gürgentepe Çakıldak Hazelnut, Ordu Kiwi

Sakarya	Geyve Quince
Şanlıurfa	Karaköprü Pomegranate, Suruç Pomegranate, Urfa Flax Peanut / Şanlıurfa Flax Peanut
Şırnak	Silopi Behnat Fig
Tokat	Niksar Walnut
Trabzon	Arsin Foşa Hazelnut, Yomra Apple
Tunceli	Çemişgezek Ulukale Mulberry
Van	Bahçesaray Walnut, Erciş Grape, Çatak Walnut
Yalova	Yalova Aronyası, Yalova Kiwi
Zonguldak	Devrek Kireni, Karadeniz Ereğli Ottoman Strawberry

Source: The table was prepared by the author according to the information in the Turkish Patent and Trademark Office. Turkish Patent and Trademark Office (n.d.). *Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri*. Date of access: 26.07.2024. <https://ci.turkpatent.gov.tr/anasayfa>

When the table containing geographically indicated fruits, created by taking into account the definition of fruit tourism, is evaluated, it is seen that the potential of 52 provinces in Türkiye is quite high. It can be said that this type of tourism can be developed since Türkiye's geographical structure and climatic conditions are especially suitable for fruit production.

Conclusions and Suggestions

Due to the characteristics of the tourism industry, many products and values can be transformed into touristic products. It can be thought that fruit tourism will be a source of income, especially for local people living in rural areas. Çıkın, Çeken & Uçar (2009) state that women living in the region can earn income by selling agricultural products such as fruits, cheese, dairy products, and village bread to tourists. For this reason, it is very important that local people and tourism stakeholders in the region act together and make plans. It is important to inform local people about tourism and promote the region to attract tourists to the region. As stated in the study of Crespi-Vallbona & Plana-Farran (2023), fruit tourism can be done in four seasons of the year. In this context, environmentally friendly tourism activities related to this type of tourism can be developed.

Activities in places where well-known festivals are held, such as the “Bozcaada Grape Harvesting Festival” held in Bozcaada in the first weeks of September (GoTürkiye, n.d.) and the “Almond Blossom Festival” held in Datça in February (Datça Municipality, 2023), can be further developed and visitors can be visited all year round. Tourism activities can be organized to enable them to visit these regions. In this context, bicycle routes can be created. In addition, activities can be organized for families to spend time in nature with their children. In order to create an emotional bond between visitors and the region and to encourage them to visit again, activities such as tree maintenance, tree planting and fruit collection can be organized according to each season. Visitors can watch the change of this region and its trees in every season and this can be turned into a tourism product.

Fruit tourism can be generate economic income, especially in rural areas. As a result of their studies on Karaman province within the scope of agricultural tourism, Yavuzaslanoglu & Yavuz (2012:31) stated that Karaman has an important place in fruit production, especially cherries, apples, olives and grapes, and in this context, agricultural tourism will be an important source of income and contribute to rural development. As a result of their study explaining the evaluation of agricultural products in tourism with the example of bananas, Akova & Şahin (2019:821) stated that banana production, banana gardens and the activities to be created in them, and products created from various parts of the banana plant are important elements that should be evaluated for the tourism industry. In this context, considering the studies involving fruit tourism and the richness of Türkiye's province-based geographically indicated fruit products, can be said that Türkiye's fruit tourism potential is quite high. However, as in every type of tourism, it is important to prioritize environmental protection and sustainability in fruit tourism.

One of the important limitations of this study is that it is a new concept in the literature. In this context, a limited number of sources were accessed. Secondary data was used. In future studies, especially destination-based studies can be conducted. People's perspectives on fruit tourism can be considered in

order to determine the demand for this type of tourism. In addition, the perspectives of fruit producers and people living in destinations with high potential for fruit tourism regarding this type of tourism can be discussed.

REFERENCES

- Akova, S. B., & Şahin, G. (2019). Turizmde tarım ürünlerinin değerlendirilmesi: Muz örneği. *XI. IBANESS Kongreler Serisi*, 812-822. 9-10 Mart 2019, Tekirdağ, Türkiye.
- Albaş, F. (2023). Web of Science (WOS) veri tabanında işe angaje olma konulu çalışmaların bibliyometrik analiz yöntemi ile incelenmesi. *Artuklu Kaime Uluslararası İktisadi ve İdari Araştırmalar Dergisi*, 6(2), 131-155. <https://doi.org/10.55119/artuklu.1363537>
- Artuğer, S., Özkoç, A. G., & Kendir, H. (2013). Ta-Tu-Ta (tarım-turizm-takas) çiftliklerinin pazarlanması ve tanıtılması için öneriler. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3 (1), 01-05.
- Çıkin, A., Çeken, H., & Uçar, M. (2009). Turizmin tarım sektörüne etkisi, agro-turizm ve ekonomik sonuçları. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 15(1 ve 2), 1-8.
- Civelek, M., & Karadağ, L. (2020). Tarım turizmi çalışmalarının bibliyometrik analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 7 (2), 145-164.
- Crespi-Vallbona, M., & Plana-Farran, M. (2023). Fruiturisme: The boost of fruit tourism in Catalan rural areas. *Tourism Planning & Development*, 20(6), 1160-1181. <https://doi.org/10.1080/21568316.2022.2122072>
- Çelik Çanga, A., Kutlu, T., & Çalışkan, H. (2018). Tarım turizminin Dünyada ve Türkiye'deki uygulamaları. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 450-457.
- Datça Municipality, (2023). *Badem Çiçeği Festivali*. Date of access: 28.07.2024. <http://www.datcafestival.com/>
- Fruiturisme, (n.d.). *A sweet, local experience in Aitona*. Date of access: 27.07.2024. <https://fruiturisme.info/en/>
- Ginés-Ariza, P., Fusté-Forné, F., & Noguer-Juncà, E. (2022). Valorising the rural pantry: Bridges between the preservation of fruits and slow tourism in Catalonia. *Journal of Agriculture and Food Research*, 10, 100386. <https://doi.org/10.1016/j.jafr.2022.100386>
- GoTürkiye, (n.d.). *Bozcaada Bağ Bozumu Festivali*. Date of access: 28.07.2024. <https://goturkiye.com/tr/bozcaada-bag-bozumu-festivali>
- Keskin, H. (2019). *Coğrafi işaretli yöresel gıdaların turistik destinasyon pazarlamasına etkileri – Balıkesir ili örneği*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Turkish Patent and Trademark Office (n.d.). *Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri*. Date of access: 26.07.2024. <https://ci.turkpatent.gov.tr/anasayfa>
- Türkben, C., Gül, F., & Uzar, Y. (2012). Türkiye'de bağcılığın tarım turizmi (agro-turizm) içinde yeri ve önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 47-50.
- Yavuzaslanoglu, E., & Yavuz, M. (2012). Karaman'ın tarım turizmi yönünden potansiyeli. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 31-33.

AKDENİZ TİPİ BESLENMENİN GASTRODİPLOMASİ KAPSAMINDA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ VE İNCELENMESİ

Düriye BOZOK

Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi

E-posta: dbozok@balikesir.edu.tr

Orcid Numarası: 0000-0002-3703-6918

Şeyma ANDAŞ

Araş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

E-posta: seyma.andas@deu.edu.tr

Orcid Numarası: <https://orcid.org/0000-0002-8745-8641>

GİRİŞ

Küreselleşen dünyada, kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, UNESCO'nun Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ne 2010 yılında eklenen Akdeniz Diyeti, yalnızca bir beslenme modeli olmanın ötesinde, toplumların kimliğini ve kültürel çeşitliliğini yansıtan bir yaşam tarzı olarak dikkat çekmektedir. Akdeniz Diyeti, yedi ülkenin (İspanya, İtalya, Yunanistan, Fas, Hırvatistan, Kıbrıs ve Portekiz) mutfaklarını ve kültürel pratiklerini kapsamakta olup, bu ülkeler arasında kültürel ve politik bir dayanışma ve birlik sağlamaktadır (UNESCO,2013).

Günümüzde sürdürülebilir beslenme modelleri, artan çevresel sorunlar ve toplum sağlığı üzerindeki etkileri nedeniyle giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Akdeniz Diyeti, sağlıklı ve dengeli beslenme ilkelerini benimseyerek, sürdürülebilir tarım uygulamaları ve yerel gıda sistemlerini desteklemektedir. Bu diyet, taze sebzeler, meyveler, tahıllar, zeytinyağı, balık ve sınırlı miktarda et ve süt ürünleri gibi gıdaları içermekte olup, düşük karbon ayak izi ile çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunmaktadır. Akdeniz Diyeti, 2012 yılında Gıda ve Tarım Örgütü (FAO/ Food and Agriculture Organization) tarafından dünyanın en sürdürülebilir diyetlerinden biri olarak sınıflandırılmıştır (Burlingame vd., 2012). Bu çifte tanınma sayesinde, yeşil ekonomiler ve kitle turizminden veya büyük ölçekli tarımdan uzak olan birçok bölgenin gelişimi için giderek daha fazla önem kazanan bu mirasa yeni bir yaklaşım oluşmuştur (Moro, 2016). Hem UNESCO tarafından Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine (SOKÜM) dahil edilen hem de en sürdürülebilir diyetler listesinde üst sıralarda yer alan Akdeniz Diyetinin, dosyasında adı geçen ülkeler için yumuşak güç bakımından stratejik bir üstünlük sağladığı aşikardır. 2010 yılında UNESCO tarafından SOKÜM listesine eklenen Akdeniz Diyetinin sürdürülebilir beslenme modelleri kapsamında incelenmesi ve gastrodiplomasi boyutuyla ele alınması amacıyla hazırlanan çalışmanın ana problemi SOKÜM'e dahil edilen Akdeniz Diyeti ve dosyada adı geçen ülkelerin arasında yer almayan Türk Mutfağının dosyaya dahil edilebilmesi için uygunluğunun değerlendirilmesi olarak belirlenmiştir.

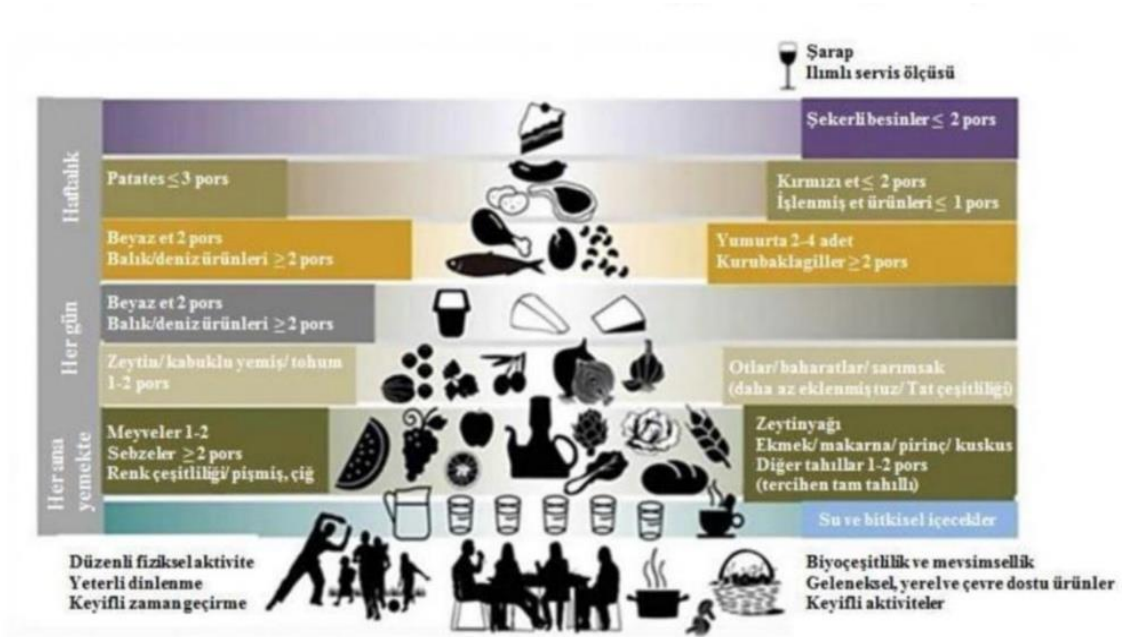
Bu çalışmanın amacı, UNESCO tarafından tanınan Akdeniz Diyetinin sürdürülebilirlik ve gastrodiplomasi bakımından sağlayacağı avantajların değerlendirilmesi, Türk Mutfağının Akdeniz Diyeti dosyasına dahil edilmesinin uygunluğunun değerlendirilmesi ve bu bağlamda yapılması gereken çalışmalar için öneriler hazırlayarak sunmaktır. Bu amaç doğrultusunda, konu ile ilgili uzmanlık alanına sahip akademisyenler ve kamu kurumlarında görev yapan profesyonellerle yarı yapılandırılmış anket formu aracılığıyla görüşmeler gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler ışığında değerlendirmeler yapılmıştır. Bu çalışmanın bulguları, Türkiye'nin Akdeniz tipi beslenmenin uluslararası tanıtımında güçlü bir potansiyele sahip olduğunu, ancak mevcut gastronomik çeşitliliğinin ve tarihsel unsurlarının yeterince vurgulanmadığını göstermektedir. Ayrıca, yerel malzemelerin kullanımı ve geleneksel tariflerin modernize edilmesi yoluyla, Türkiye'nin kendi dosyasını hazırlama kapasitesinin artırılabilceği sonucuna ulaşılmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE (AKDENİZ DİYETİ, SÜRDÜRÜLEBİLİR DİYETLER, UNESCO, GASTRODİPLOMASİ)

Akdeniz Tipi Beslenme

Akdeniz Diyeti (Keys vd., 1986) tanımlanmasından bu yana Sağlıklı Bir Diyet olarak kabul edilmektedir. Aynı zamanda, bu diyet, epidemiyolojik, klinik, beslenme ve fizyolojik alanlarda sayısız araştırmanın konusu olmuştur. Orijinal tanımında, geleneksel Akdeniz Diyeti veya Akdeniz Tipi Beslenme, tam tahıllar, baklagiller, sebzeler, meyveler ve kuruyemişlerin yüksek tüketimini, süt ürünlerinin düşük ila orta düzeyde tüketimini, et ve tavuk eti tüketiminin düşük olmasını ve yemekler sırasında orta düzeyde alkol tüketimini, yani şarabı içermektedir. Zeytinyağı tüketimi yüksekken doymuş yağ asitleri alımı düşüktür (Trichopoulou vd., 2006). Fidanza ve arkadaşları, Akdeniz Tipi Beslenmede günlük enerjinin %80'den fazlasının tahıllar, zeytinyağı, sebzeler, patatesler, baklagiller, meyveler, kuruyemişler, balık ve kırmızı şaraptan geldiğini belirtmişlerdir. Kalan enerji ise et, süt ürünleri, yumurta ve nadiren tüketilen hayvansal yağlardan gelmektedir (Fidanza vd., 2004).

Şekil 1: Akdeniz Tipi Beslenme Modeli



Kaynak: (Kadioğlu ve Tazeoğlu, 2022)

Akdeniz Diyeti terimi, Yunanca *díaita*, yaşam tarzı anlamına gelen kelime tarafından türetilmiştir. Akdeniz havzasında tarımda, hasat etmede, toplamada ve balıkçılık, hayvancılık faaliyetlerinde, koruma, işleme, ve pişirme yöntemlerinde özellikle de yemek kültürünü paylaşma ve tüketme konularında tarladan sofraya kadar uzanan beceriler, bilgi, ritüeller, semboller ve geleneklerdir. Masa başında, gerçekleştirilen sohbetlerin unsuru tanımlama, aktarma, keyif alma ve kutlama sürecinde önemli bir rol oynadığı yerdur. Bin yıllardır sunulan Akdeniz Diyeti, içsel sinerjiler kadar dışsal katkılarla da beslenen sürekli paylaşımın meyvesidir; geleneklerin, yeniliklerin ve yaratıcılığın eritme kabıdır ve Akdeniz Havza'sında bulunan toplumların yaşam tarzını, özellikle de bu adaylığı sunan yedi devletin topluluklarının ve Agros, Braç ve Hvar, Soria, Koroni/Coroni, Cilento, Chefchaouen ve Tavira topluluklarının yaşam tarzını ifade etmektedir.

Antik Yunanlar için Akdeniz Tipi Beslenme, yaşam tarzı ve ev anlamına geliyordu. Zeytinyağı, ekmek ve şarap gibi temel besinler, Akdeniz medeniyetinin sembolik bir parçasıydı ve modern bir bolluğun işareti olarak kabul edilmekteydi. Beslenme, bu yeni toplum modelinde önemli bir unsur olarak görülmektedir çünkü gıda, insan tarihindeki en temel enerji kaynağıdır. Savaş ve barış, gıdanın durumundan daha fazla etkilenmektedir. Eski geleneklerin yalnızca yoksulluk ve ihtiyaçtan kaynaklandığına dair bir yanılgı, insanların ne yediğini ve pişirdiğini belirleyen sürecin aslında karmaşık bir kültürel etkileşimin sonucu

olduğunu göz ardı eder. Gerçekte, tüm kültürler yemek tercihlerini birçok faktörün etkileşimine dayanan karmaşık bir kültürel süreç sonucunda yaparlar (Sahlins, 1972; Douglas, 1966).

Benedict (1934), Akdeniz Tipi Beslenmeyi kültürel bir desen olarak tanımlamaktadır. Bu tanım, kurumlar, fikirler ve geleneklerin birbirine bağlılığının bir kültürü oluşturduğu bir bütünlüğü ifade etmektedir. Akdeniz Tipi Beslenme, yaşam tarzı anlamında, birkaç kurumun, fikrin ve geleneğin etkileşiminin sonucudur; bu kurumlar, fikirler ve gelenekler, belirli bir coğrafi alanda yüzyıllar boyunca iş birliği yapmışlardır. Bu; tarım, beslenme, ziyafet ve ibadet etme, mallar üretme ve tanrılara tapma şeklidir.

EAT-Lancet Komisyonu (Gıda, Gezegen, Sağlık Komisyonu), gıdaların, diyet kalıplarının ve sağlık sonuçlarının incelenmesine odaklanan bir araştırma grubudur. Komisyon, her bir gıda grubu için belirli tüketim aralıklarını tanımlayarak "Gezegensel Sağlık Diyeti" adını verdikleri bir beslenme modeli oluşturmuştur. Bu beslenme modeli, belirli bir standardı olmayan esnek bir yapıya sahiptir. Modelde tabağın yarısının sebze ve meyvelerden oluşması, enerji kaynağı olarak tam tahılların tercih edilmesi, bitkisel protein kaynağı olarak baklagillerin tüketilmesi, kuruyemişler ve doymamış yağların önemsenmesi gibi prensipler bulunmaktadır. Ayrıca, düşük-orta miktarda deniz ürünleri ve kümes hayvanlarının da yer aldığı bu beslenme modeli kırmızı et, işlenmiş et, ilave şeker, rafine tahıllar ve nişastalı sebzelerin ya hiç tüketilmemesini ya da çok az tüketilmesini önermektedir (Demir & Akay, 2020). Son zamanlarda, EAT-Lancet Komisyonu'nun sürdürülebilir gıda sistemlerinden sağlıklı beslenme üzerine yaptığı yeni bir yayın gıda, çevre ve sağlık arasındaki ilişkinin önemini vurgulamaktadır. Günümüzde, Antroposen olarak adlandırılan bir jeolojik dönemde yaşıyoruz. Bu dönem, insanlığın dünya üzerindeki değişimin ana itici gücü olduğu bir zaman dilimini ifade etmektedir. Bu bağlamda, gıda sistemlerini ve nüfus diyetlerini iyileştirmek için stratejiler üzerindeki tartışmaların teşvik edilmesi önemlidir. Ayrıca, günümüzde dünya gündeminin önemli bir parçasını oluşturan konular arasında, 2015 yılında tüm Birleşmiş Milletler Üye Devletleri tarafından kabul edilen Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri bulunmaktadır. Bu hedefler; insanlar, gezegen, barış, refah ve ortaklık gibi çeşitli alanlarda ilerlemeyi temsil etmektedir (United Nations, 2015).

Yukarıda belirtilen hususlar göz önünde bulundurulduğunda Akdeniz Diyeti bir stratejinin bir parçası olabilir. Bu diyet, sağlık üzerinde olumlu etkilere sahip olduğu iyi belgelenmiş bir kültürel modeli temsil etmektedir ve aynı zamanda çevrenin korunması ile insanlar arasındaki uyum açısından da önemlidir. Akdeniz Diyeti'nin Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO, 2013a) tarafından İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası olarak ödüllendirilmesi, bu kavram için yeni fırsatların başladığı bir çağ başlatmıştır. Bununla birlikte, sağlık alanının ötesinde, Akdeniz Diyeti kavramının diğer alanlarda da önemli bir rol oynamaya başladığı görülmektedir. Somut Olmayan Mirası Koruma Sözleşmesi'nin uygulanmasına ilişkin operasyonel direktiflerden biri, sürdürülebilir kalkınma hedefleri çerçevesidir (UNESCO, 2018) ve Akdeniz Diyeti bu hedeflere tam olarak uyum sağlamaktadır.

2013 yılında Hollanda'da Van Dooren ve diğerleri tarafından yürütülen bir çalışma, Akdeniz diyetinin sağlık skorunun diğer tüm diyetlerden daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur (Akay ve Demir, 2020). 2008'de Avrupa için FAO Bölgesel Konferansı'na katılan delegeler Akdeniz diyetini biyoçeşitlilik açısından zengin ve beslenme açısından sağlıklı olarak vurgulayarak önemli açıklamalarda bulunmuşlardır. Akdeniz diyetinin teşviki, Akdeniz bölgesinde tarımın sürdürülebilir gelişiminde olumlu bir rol oynayabilecek olmasının önemi ve artan küresel gıda üretimi hedefinin de biyoçeşitlilik, ekosistemler, geleneksel gıdalar ve geleneksel tarımsal uygulamaları koruma ihtiyacıyla dengelenmesi gerektiği yönünde görüş bildirmişlerdir (East, 2009).

2009'da İtalya'nın Parma şehrinde, CIISCM (*International Inter-University Centre for Mediterranean Food Cultures Studies*) tarafından FAO Beslenme ve Tüketici Koruma Bölümü, Akdeniz Gıda Kültürleri Forumu ve CIHEAM-Bari IAM (*Centre International de Hautes Etudes Agronomiques Méditerranéennes - Institut Agronomique Méditerranéen de Bari*) ile işbirliği içinde *The Mediterranean Diet as a Model of Sustainable Diet* adlı uluslararası konferans düzenlenmiştir. Konferansın amacı, beslenme, yerel gıda üretimi, biyoçeşitlilik, kültür ve sürdürülebilirlik gibi alanların güçlü bir şekilde birbirine bağlı olduğu, çevre üzerinde düşük etkiye sahip olan Akdeniz diyetini sürdürülebilir bir diyet örneği olarak tanıtmaktır. Akdeniz diyeti, Akdeniz çevresiyle sıkı bir şekilde bağlantılı olan çeşitli yerel geleneksel gıdaların çeşitliliğine

dayanmaktadır ve bu, somut olmayan bir miras olarak sunulmuş ve aynı zamanda biyoçeşitlilik ve beslenme için değerlendirilmemiş bir kaynak olarak tanımlanmıştır (Burlingame ve Dernini, 2011).

Sürdürülebilir Beslenme

Sürdürülebilirlik kavramı, varlığını sürdürme, gelecek nesillere aktarabilme ve uzun vadeli devamlılığı ifade eder. FAO ile Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) tarafından gıda israfını azaltmak, güvenilir gıdaya erişimi artırmak, yoksulluğu azaltmak ve gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakmak amacıyla Sürdürülebilir Beslenme ve Gıda Güvenliği kampanyası hayata geçirilmiştir. Sürdürülebilir beslenmenin temel ilkesi, yeterli ve dengeli bir beslenme sağlamaktır. Bu ilke, mevsiminde taze sebzeler ve meyveler tüketmek, bitkisel kaynaklı proteinlere ağırlık vermek gibi prensipleri içermektedir (Tokay vd., 2022).

Sürdürülebilir beslenme modelleri, gıda ve beslenme güvenliğine katkıda bulunarak hem mevcut hem de gelecekteki nesiller için sağlıklı yaşamı destekleyen beslenme yaklaşımlarıdır. Bu diyetler, çevresel etkileri minimize eden, biyoçeşitliliği koruyan, ekosistemlere duyarlı, kültürel olarak kabul edilebilir, erişilebilir, ekonomik olarak adil ve sürdürülebilir doğal ve insan kaynaklarını optimize eden, beslenme ihtiyaçlarını karşılayan, güvenli ve sağlıklı beslenme yöntemleri olarak kabul görmektedir (Kadioğlu ve Tazeoğlu, 2022).

Akdeniz tipi beslenme, sürdürülebilir beslenme modelleri arasında önde gelen bir konumdur. Sürdürülebilir beslenme ile ilgili diğer modeller arasında çift piramit modeli, Nordik tipi beslenme ve vejetaryen-vegan diyet yer almaktadır. Çevre üzerindeki etkileri daha az olan bu beslenme biçimlerinin yaygınlaşmasıyla, sürdürülebilir beslenmeyi desteklemek için herkes tarafından erişilebilir ve kabul edilen alternatif protein kaynaklarının üretimine yönelik çalışmalar yürütülmektedir. Bu çalışmaların odak noktası, algler, böcekler ve yapay etler gibi alternatif protein kaynaklarının üretimidir. Mikroalgler, yüksek verimlilikleri, genetiğiyle oynanabilme özellikleri ve yosunlara kıyasla daha yüksek protein içerikleri nedeniyle alternatif protein kaynakları arasında yer almaktadır. Böcekler, kanatlı ve çiftlik hayvanlarına kıyasla daha düşük sera gazı emisyonları, daha az su kullanımı ve daha az atık üretmeleri nedeniyle sürdürülebilirlik açısından avantajlı bir seçenek olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca, makro ve mikro besin öğeleri bakımından zengin olmaları ve aminoasit gereksinimlerini karşılayabilme yetenekleri, böcekleri alternatif protein kaynakları olarak önemli bir konuma getirmektedir (Pekcan, 2019; Ülker vd., 2021). Nordik beslenme modeli, Akdeniz Tipi Beslenme ile benzerlikler taşımaktadır. Ancak, Akdeniz Tipi Beslenmede zeytinyağı kullanımı tercih edilirken Nordik Beslenme Modelinde ağırlıklı olarak kanola yağının kullanımı görülmektedir bu da aralarındaki temel farkı ortaya koymaktadır (Kurtgil ve Beyhan, 2021).

Erken 1980'lerde, Gussow ve Clancy tarafından "sürdürülebilir diyetler" kavramı, çevre açısından daha sağlıklı olan diyetleri tüketiciye önermek için tanımlanmıştır. "Sürdürülebilir diyet" kavramı, sürdürülebilir tarımdan alınmış olup, doğal kaynakların israfını en aza indiren ve yerel ve mevsimsel tüketim için gıda üretimine odaklanan faaliyetleri teşvik etmiştir. Gıda küreselleşme süreci ve tarımsal üretim sistemlerinin artışı, ekosistemlerin sürdürülebilirliğine dikkat edilmeden uzun bir süre sürdürülebilir diyet kavramının göz ardı edilmesine neden olmuştur. Ancak son zamanlarda uluslararası bilim toplulukları ve bazı Avrupa hükümetleri, sürdürülebilir diyetlere yönelik ilginin yeniden canlanmasına öncülük etmektedir (Britain ve Sustainable Development Commission, 2009). 2010'da "*Biyolojik Çeşitlilik ve Sürdürülebilir Diyetler: Açıklıkla Mücadelede Birleşik*" başlıklı uluslararası bir sempozyumda katılımcılar, sürdürülebilir diyetlerin aşağıdaki tanımı üzerinde uzlaşmaya varmışlardır. Bu tanıma göre sürdürülebilir diyetler, çevresel etkileri düşük olan, bugünkü ve gelecek nesiller için gıda ve beslenme güvenliğine ve sağlıklı yaşama katkıda bulunan diyet çeşididir (FAO, 2010).

Akdeniz diyeti, sağlık üzerinde olumlu etkileri ile tanınmakta ve birçok kronik hastalığın önlenmesinde etkili olduğu ileri sürülmektedir. Bu nedenle, günümüzdeki önerilen beslenme modellerinin en önde gelenlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Akdeniz diyeti, besin çeşitliliği açısından oldukça zengin bir yapıya sahiptir. Sağlıklı bir yetişkin için günlük beslenme önerileri, ortalama 4-6 porsiyon meyve, 2 porsiyon az yağlı süt ürünleri, haftada en az 2 porsiyon balık ve deniz ürünü, 8 porsiyon tahıl, 2-3 porsiyon sebze, 2 porsiyondan az kırmızı et tüketimi ve zeytinyağına ağırlık verilmesini içermektedir. Akdeniz

diyetinin önerdiği besin gruplarının tüketim miktarları, yalnızca sağlık için değil, çevre açısından da olumlu etkiler sunduğunu gösteren pek çok araştırma mevcuttur. Bu nedenle, Akdeniz diyeti sürdürülebilir beslenme modelleri arasında önemli bir yer tutmaktadır (Barbaros ve Kabaran, 2014).

2015 yılında Milano Expo'sunda yapılan bir konferansta, Akdeniz diyetinin sürdürülebilirlik üzerindeki olumlu etkileri ele alınmıştır. Konferansta, bu diyetin dört ana özelliği vurgulanmıştır. Birincisi, çeşitli kronik ve kardiyovasküler hastalıkların önlenmesi, halk sağlığı giderlerinin azaltılması ve yaşam kalitesinin artırılması konusundaki katkılarıdır. İkincisi, Akdeniz diyetinin çevresel etkilerinin düşük olması ve biyoçeşitliliği desteklemesi üzerinedir. Üçüncüsü, bu diyetin yerel ekonomiye olan katkıları ve gıda israfını azaltma konusundaki rolüdür. Son olarak, Akdeniz diyetinin sosyal etkileşimleri güçlendirdiği de ifade edilmiştir (Dernini vd., 2017).

UNESCO ve Akdeniz Tipi Beslenme

UNESCO'nun tanımına göre SOKÜM, toplulukların ve bireylerin kültürel kimliklerinin bir parçası olarak gördükleri uygulamalar, temsiller, hikayeler, bilgiler, beceriler ve bu unsurlara ait araçlar, gereçler ile kültürel mekanları kapsamaktadır. Bu miras, nesilden nesile aktarılmakta ve toplulukların çevresi, doğa ve tarihleriyle olan etkileşimleri sayesinde sürekli olarak yeniden şekillenmekte; böylece kimliklerin sürekliliğine katkıda bulunmaktadır (Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi, 2003: madde 2).

SOKÜM aşağıdaki unsurları içerir:

- Sözlü geleneğe dayanan anlatılar (masallar, destanlar, atasözleri, efsaneler, fıkralar vb.) ve dillerin rolü,
- Geleneksel el sanatları (örme, nazar boncuğu, halk mimarisi, bakırcılık, telkâri),
- Toplumsal ritüeller ve kutlamalar (düğün, doğum, nişan, nevrüz vb.),
- Çeşitli performans sanatları (halk tiyatrosu, meddah, karagöz, kukla oyunları),
- Doğa ve evrenle ilgili uygulamalar ve bilgiler (halk hekimliği, geleneksel yemekler, halk takvimi, halk meteorolojisi vb.).

Somit olmayan kültürel mirasın korunması amacıyla oluşturulan sözleşmenin temel hedefi, yukarıda belirtilen unsurların korunması için gerekli tedbirlerin alınmasıdır. Bu hedeflere ulaşmak için; somit olmayan kültürel mirasın önemini yerel, ulusal ve uluslararası düzeylerde artırılması, ortak değerlerin oluşturulması, uluslararası iş birliğinin teşvik edilmesi ve ilgili toplulukların, grupların ve bireylerin bu mirasa saygı göstermelerinin desteklenmesi gibi amaçlar belirlenmiştir (Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi, 2003: madde 1). UNESCO'nun 2010 yılında Akdeniz Diyetini İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası olarak tanıması, bu politik, kültürel ve sosyal süreçle ilgili olan ancak aynı zamanda bu süreçten etkilenen UNESCO toplulukları arasında çok güçlü bir sosyal etki yaratmaktadır. Bu topluluklar arasında İtalya'daki Cilento, Yunanistan'daki Koroni/Coroni, Kıbrıs'taki Agros, Hırvatistan'daki Braç ve Hvar, İspanya'daki Soria, Fas'taki Chefchaouen ve Portekiz'deki Tavira gibi yerler bulunmaktadır. Ayrıca, 2012'de Akdeniz Diyeti (AD), FAO tarafından gezegendeki en sürdürülebilir diyetler grubuna dahil edilmiştir (Burlingame & Dernini, 2012). Bu çifte tanınma, yeşil ekonomiler ve kitle turizminden veya büyük ölçekli tarımdan uzak birçok bölgenin gelişimi için giderek daha önemli olan bu mirasa yeni bir yaklaşımın geliştirilmesine yol açmıştır. Bu antropolojik mirasın potansiyelini anlamak için, Akdeniz Tipi Beslenmenin ne olduğunu ve bu kültürel desenin nasıl keşfedildiğinin ve teorize edildiğinin öncelikle netleştirilmesi gerekir, başka bir deyişle bu belirli kültür birikiminin tanımlanmasını ve bu süreçte yer alan paydaşları ortaya çıkaran sürecin anlaşılması gerekmektedir.

Öncelikle, UNESCO'nun tanıma amacının beslenme piramidi veya ideal besin dengesi gibi kavramlar olmadığını anlamak önemlidir. UNESCO, Akdeniz mutfağının temsil ettiği değerlerin, sadece belirli yiyeceklerin veya ürünlerin ötesinde, bir kültürel mirasın ve yaşam tarzının bir parçası olduğunu vurgular. Bu kapsamda, Akdeniz mutfağındaki zeytinyağı, domatesler, tahıllar ve şarap gibi öğeler, sadece mutfak

malzemeleri değil, aynı zamanda toplumların beceri, bilgi ve geleneklerinin bir yansımasıdır. UNESCO'nun tanıdığı şey, bu zengin mirasın yalnızca yemek pişirme pratiğiyle sınırlı olmadığıdır; aynı zamanda bu geleneklerin, toplumların kimliklerini şekillendiren ve bir arada tutan önemli bir bileşeni olduğudur. Bu bağlamda, yemek yeme eylemi, bir topluluk olarak bir araya gelmenin ve birlikte paylaşmanın sembolik bir ifadesidir. Yiyeceklerin hazırlanması, sunumu ve tüketimi, toplumun bir arada olma ve dayanışma duygusunu güçlendiren ritüellerdir. Bu nedenle, Akdeniz diyeti sadece bir beslenme modeli olarak değil, aynı zamanda kültürel bir kimlik ve dayanışma kaynağı olarak da değerlendirilmelidir (Moro, 2016).

UNESCO tarafından belirlenen kriterlere göre Akdeniz Diyeti, somut olmayan kültürel miras olarak kabul edilen çeşitli özelliklere sahip bir beslenme biçimidir. Bu diyet, mahsullerden, hasat ve balıkçılıktan, hayvancılıktan, gıda koruma ve işleme yöntemlerinden, yemek pişirme tekniklerinden ve özellikle gıda paylaşımı ve tüketim ritüellerinden oluşan bir dizi beceri, bilgi, sembol ve gelenek içermektedir. Akdeniz havzasında, birlikte yemek yeme eylemi, toplulukların kültürel kimliğinin ve sürekliliğinin temel bir unsuru olarak öne çıkmakta; bu süreç, sosyal değişim ve iletişim anlarını temsil etmekte, aynı zamanda aile, grup veya topluluk kimliğinin onaylanmasını ve yenilenmesini sağlamaktadır.

Bu diyetin misafirperverlik, komşuluk, kültürlerarası diyalog ve yaratıcılık değerlerini ön plana çıkarması, onun sosyal bir yaşam tarzı haline gelmesine katkı sağlamaktadır. Akdeniz Diyeti, farklı yaş ve sosyal sınıflardan insanları bir araya getiren kültürel mekanlarda, festivallerde ve kutlamalarda da hayati bir rol üstlenmektedir. Ayrıca, gıdaların taşınması, korunması ve tüketimi için geleneksel kapların, örneğin seramik tabaklar ve camların, işçiliği ve üretimi de bu kültürel mirasın önemli bir parçasını oluşturmaktadır.

Kadınlar, Akdeniz diyeti bilgisinin aktarımında kritik bir rol oynamakta; mevsimsel ritimlere ve festival etkinliklerine saygı göstererek, bu değerleri yeni nesillere aktarma konusunda önemli bir sorumluluk üstlenmektedir. Pazarlar ise, günlük alışveriş ve karşılıklı saygı pratikleri sırasında bu diyetin geliştirilmesi ve iletilmesi açısından merkezi bir rol oynamaktadır. Böylece, Akdeniz Diyeti, sadece bir beslenme biçimi olmanın ötesinde, bir kültürel ve sosyal yapının da temelini oluşturmaktadır. Akdeniz Diyeti, Akdeniz iklimi ve bölgesi tarafından belirlenen benzersiz bir yaşam tarzı olarak kabul edilir ve bu nedenle kültürel mekanlar, festivaller ve onunla ilişkilendirilen kutlamalarda ortaya çıkar. Bu mekanlar ve etkinlikler, karşılıklı tanıma ve saygı, misafirperverlik, komşuluk, birlikte yaşama, kuşaklar arası iletişim ve kültürler arası diyalogun jestlerini taşıyan fırsatlar sunar. Bu topluluklar, bu unsuru ortak ve paylaşılan somut olmayan kültürel miraslarının temel bir bileşeni olarak tanıyarak kimlik, aidiyet ve süreklilik duygularını yeniden inşa ederler (UNESCO, 2010).

Jeremiah Stamler, UNESCO Komisyonu'na Akdeniz Diyeti adaylığı lehine bir mektup yazdığında, bunun arkasındaki kültürel kalıbı da vurgulamış ve bunu klinik bir beslenme sistemi yerine bir sosyal uygulama olarak tanımlamıştır: *“Akdeniz Diyeti bizim için bir kuşaktan bir sonrakine aktarılan, toplum sınıflarını birleştiren ve aileleri ve arkadaşları bir araya getiren, keyifli ve sağlıklı anların ortak bir mirasıdır (...). Bu nedenlerden dolayı, Akdeniz Diyeti'nin prestijli UNESCO Listesi'nde kaydedilmesinin toplumumuz için bu geleneğin korunmasına yönelik daha fazla bir güvence sağlayacağına ve aynı zamanda UNESCO Listesi'ni güçlendireceğine inanıyorum. Dolayısıyla, bu, birçok insan tarafından farklı görünen ülkeleri, kültürleri, dinleri ve toplum tarihlerini birleştiren ve güçlendiren gelenekleri tanıyan ideal bir yer olarak algılanabilir (İmzalayan: Profesör Jeremiah Stamler M.D. Akdeniz Diyeti Derneği Başkanı - Pioppi/Pollica Cilento)»* (Palumbo, 2011).

Stamler'in mektubu, Akdeniz Diyeti'nin ve bu diyete ait olan ülkelerin UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ne alınmasının sadece belirli bir kültürün ve beslenme tarzının resmiyet kazanması anlamına gelmediğini vurgulamaktadır. Aynı zamanda, bu kabul, bu diyete ait olan ülkeler arasında kültürel bir yaklaşma ve bağlantı sağlayacak önemli bir gastrodiplomasi hareketidir. Bu nedenle, sadece yemek kültürünün korunması ve tanıtılması açısından değil, aynı zamanda uluslararası ilişkiler ve kültürel etkileşim açısından da önemli bir adımdır. Bu şekilde, Akdeniz Diyeti'nin UNESCO tarafından resmi olarak tanınması, sadece tarihi ve kültürel bir mirasın korunması için bir güvence sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda ülkeler arasında daha sağlam bir bağ kurulmasına da katkıda bulunmaktadır.

YÖNTEM

Çalışmanın amacı doğrultusunda Akdeniz Tipi Beslenme ve Gastrodiplomasi alanında çalışmaları bulunan akademisyenler ve kamu kurumu çalışanlarıyla nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış anket formu aracılığıyla görüşmeler yapılmıştır. Görüşme soruları incelenen alan yazında değinilen konulardan yola çıkılarak oluşturulmuştur. Araştırma soruları ilgili literatürde ağırlık verilen konular dikkate alınarak belirlenmiştir. Araştırma için olasılıklı olmayan yöntemlerden kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Nitel araştırma, "fenomenlerin doğası, farklı tezahürleri, ortaya çıktıkları bağlam veya algılanabilecek bakış açıları"nın incelenmesi olarak tanımlanır; ancak "onların kapsamı, sıklığı ve neden-sonuç zinciri içindeki yeri" gibi objektif olarak belirlenmiş verilere dayanmaz. Bu resmi tanım, genellikle sayılar yerine kelimeler şeklinde verileri içeren araştırmaları kapsadığı daha pragmatik bir kural ile tamamlanabilir (Punch, 2013).

Yarı yapılandırılmış görüşme, nitel araştırma yöntemleri arasında önemli bir yere sahiptir ve araştırmacılara derinlemesine bilgi toplama imkânı sunar. Bu yöntem, belirli bir konu hakkında katılımcıların düşüncelerini, deneyimlerini ve duygularını anlamak için esnek bir yapı sağlar. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, önceden belirlenmiş soruların yanı sıra katılımcıların yanıtlarına göre yeni soruların eklenmesine olanak tanır, bu da araştırmacının katılımcının perspektifini daha iyi anlamasına yardımcı olur (Adams, 2015; Baltacı, 2019).

Hijmans ve Kuyper, nitel görüşmeleri "gayri resmi bir karaktere sahip bir alışveriş, bir hedefe yönelik bir konuşma" olarak tanımlamaktadır (Hijmans ve Kuyper, 2007). Görüşmeler, bir kişinin öznel deneyimleri, görüşleri ve motivasyonları hakkında içgörü elde etmek için gerçekler ya da davranışlar yerine kullanılır (Hak, 2007). Görüşmeler, yapılandırılmış (yani bir anket), açık (örneğin, serbest konuşma veya otobiyografik görüşmeler) veya yarı yapılandırılmış olmalarına göre ayırt edilebilirler. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, açık uçlu sorular ve geniş ilgi alanlarının, bazen alt soruların da dahil olduğu bir görüşme kılavuzunun (veya konu kılavuzu/listesi) kullanılması ile karakterize edilir (Busetto, vd., 2020).

Kartopu örnekleme modeli, sosyal bilimlerde sıkça kullanılan bir örnekleme yöntemidir ve özellikle ulaşılması zor veya gizli popülasyonlar üzerinde yapılan araştırmalarda etkili bir yöntem olarak öne çıkmaktadır. Bu yöntem, bir katılımcının, tanıdıklarının da araştırmaya dahil edilmesi için yönlendirilmesi esasına dayanır. Böylece, örneklem büyüklüğü zamanla artar ve araştırmacı, belirli bir topluluğun derinlemesine incelenmesine olanak tanır Pasikowski (2024).

2010 yılında UNESCO tarafından Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine eklenen Akdeniz Diyetinin sürdürülebilir beslenme modelleri kapsamında incelenmesi ve gastrodiplomasi boyutuyla ele alınması amacıyla hazırlanan çalışma, ana problemini SOKÜM'e dahil edilen Akdeniz Diyeti ve dosyada adı geçen ülkelerin arasında yer almayan Türk Mutfağının dosyaya dahil edilebilmesi için uygun olup olmadığının ortaya çıkarılması oluşturmaktadır. Görüşmeler sonucunda yanıtlar betimsel analiz ve içerik analizi ile yorumlanmıştır.

Toplamda 6 kişi ile görüşme yapılmıştır. Ayrıca katılımcılardan birinin görüşmenin kaydının çalışmada kullanılmasına izin vermemesi sebebiyle cevaplar yalnızca 5 katılımcı üzerinden analiz edilmiştir. Görüşmeler ortalama 55 dakika sürmüştür. Katılımcılardan iki kişinin yurtdışında olması sebebiyle bu kişilerle görüşmeler çevrimiçi olarak gerçekleşmiştir. Bu durum araştırmacının sınırlılıklarından birini oluşturmaktadır. Ayrıca araştırma konusuna gastronomi bakış açısıyla yaklaşılmış olup, diplomatik ve siyasi açıdan araştırmalar yüzeysel incelenmiştir. Bu da çalışmanın bir diğer sınırlılığını oluşturmaktadır. Araştırma Ege Bölgesi odaklı olup, görüşme yapılan katılımcıların büyük çoğunluğu Ege Bölgesi'ne ait yemek ve mutfak alışkanlıklarını değerlendirmiştir. Bu nedenle, Türkiye'nin diğer bölgelerinin mutfakları ve gastronomik alışkanlıkları bu çalışmada Akdeniz Diyeti kapsamında ele alınmamıştır. Bu durum, çalışmanın coğrafi sınırlılığını oluşturmaktadır ve sonuçların genel olarak Türkiye'nin tamamına

genellenebilirliği konusunda sınırlamalar getirmektedir. Bu eksiklik, gelecekteki araştırmalarda Türkiye'nin diğer bölgelerinin mutfaklarının da Akdeniz Diyeti bağlamında incelenmesiyle giderilebilir.

BULGULAR

Çalışma kapsamında bu kısımda, gerçekleştirilen görüşmeler sonucu elde edilen bulgular ve bulguların analizi verilmektedir. Bu çalışma; “Akdeniz Tipi Beslenmenin Gastrodiplomasi Kapsamında Sürdürülebilirliği ve İncelenmesi” kapsamında gerçekleştirilmiştir. İlgili literatür bağlamında oluşturulan sorular şu şekildedir:

1. Akdeniz Diyeti'nin UNESCO tarafından Somut Olmayan Kültürel Miras olarak kabul edilmesi sizce hangi etkileri beraberinde getirebilir?
2. Akdeniz tipi beslenmenin sürdürülebilirliği hakkında ne düşünüyorsunuz? Bu beslenme tarzının çevresel ve sosyal etkileri nelerdir?
3. Türk mutfağının Akdeniz tipi beslenmeye uygunluğunu değerlendirirken hangi faktörleri göz önünde bulunduruyorsunuz?
4. Akdeniz tipi beslenmenin geleneksel ve modern yönlerini nasıl karşılaştırırsınız?
5. Akdeniz tipi beslenmenin kültürel miras açısından önemi nedir? Bu beslenme tarzının kültürel kimliğimizi nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz?
6. Akdeniz Diyeti'nin uluslararası alanda tanıtımı ve tanıtım stratejileri hakkında ne düşünüyorsunuz?
7. Türkiye'nin Akdeniz tipi beslenmeye uygunluğunu artırmak için neler yapılabilir?
8. Akdeniz tipi beslenme ve gastrodiplomasi arasındaki ilişkiyi nasıl tanımlarsınız?
9. Akdeniz tipi beslenmenin Türk mutfağını ve kültürünü uluslararası alanda nasıl temsil edeceğini düşünüyorsunuz?

Araştırma verileri toplanırken yapılan görüşmelerde katılımcıların kimlik bilgisi paylaşılmayacağından yanıtları “K1, K2, K3, K4, K5” olarak kodlanmıştır. Alanında ve çalışma konusu hakkında uzman 5 katılımcının sorulara vermiş oldukları yanıtlar aşağıda yorumlanmıştır.

Araştırmada katılımcılara ilk olarak “**Akdeniz Diyeti'nin UNESCO tarafından Somut Olmayan Kültürel Miras olarak kabul edilmesi sizce hangi etkileri beraberinde getirebilir?**” sorusu yöneltilmiştir. K1, Akdeniz usulü beslenmenin popüleritesinin, sağlıklı yaşam arayışlarının artışıyla birlikte yükseldiğini belirtmektedir. Bu bağlamda, zeytinyağının geçmişte bazı bölgelerde değersiz olarak görüldüğünü, günümüzde ise dünyanın en sağlıklı yağı olarak kabul edildiğini vurgulamaktadır. Ayrıca, Akdeniz mutfağının sadece bir beslenme biçimi değil, aynı zamanda kültürel kimliklerin şekillenmesinde önemli bir rol oynayan bir yaşam tarzı haline geldiğini ifade etmektedir. K2 ise Akdeniz mutfağının beslenme alışkanlıklarının yanı sıra sosyal yaşam üzerindeki etkisini ele alarak, mevsimsel ve taze ürünlere dayalı beslenmenin sürdürülebilir tarım ve yerel üretimi desteklediğini vurgulamaktadır. Bu mutfağın, aile ve topluluk bağlarını güçlendiren bir sosyal etkileşim aracı olduğunu; yemek hazırlama ve yeme süreçlerinin kültürel değerlerin paylaşımı için fırsatlar sunduğunu ifade etmektedir. K3, UNESCO'nun Akdeniz Diyetini kültürel miras olarak kabul etmesinin önemli etkilerine değinmektedir. Özellikle, diyetin ticari bir meta haline getirilmemesi gerektiğini vurgularken, UNESCO'nun ticari kaygılardan kaçınma çabalarına rağmen sürecin ticari bir boyut kazandığını belirtmektedir. K4, UNESCO'nun kabulünün kültürel mirasın korunması ve tanıtılması açısından önemli bir fırsat sunduğunu dile getirirken, bu durumun yerel halkın beslenme alışkanlıklarına olan ilgiyi artırabileceğini ve kültürün daha geniş kitlelerce tanınmasına yol açabileceğini belirtmektedir. Son olarak, K5, bu kabulün yerel topluluklarda gurur ve aidiyet hissi oluşturacağını ifade etmekte; ayrıca geleneksel gıdaların korunmasına yönelik daha fazla çaba gösterilmesini teşvik edebileceğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, araştırmanın sonuçları, Akdeniz Diyetinin kültürel ve sosyal dinamikler üzerindeki etkilerini daha derinlemesine anlamak için bir temel oluşturmaktadır.

Araştırmanın ikinci sorusu **“Akdeniz tipi beslenmenin sürdürülebilirliği hakkında ne düşünüyorsunuz? Bu beslenme tarzının çevresel ve sosyal etkileri nelerdir?”** sorusuna K1, bu beslenme tarzının çevresel ve sosyal açıdan önemini vurgulayarak, yerel ve mevsimsel ürünlerin tüketiminin tarımsal çeşitliliği desteklediğini ve gıda israfını azalttığını belirtmektedir. Özellikle zeytinyağı, sebzeler, baklagiller ve tam tahılların sağlıklı beslenme alışkanlıklarını geliştirdiğini ve bireylerin genel sağlık durumunu iyileştirdiğini ifade etmektedir. Bu nedenle, Akdeniz diyeti hem ekosistem sağlığı hem de bireysel sağlık için olumlu etkiler yaratmaktadır. K2, çevresel etkilerin tarım uygulamalarında sürdürülebilirlik açısından belirgin olduğunu vurgulayarak, yerel tarım uygulamalarının su ve toprak kaynaklarının verimli kullanılmasına katkı sağladığını ve sera gazı salınımını azalttığını belirtmektedir. Ayrıca, sosyal açıdan bu beslenme tarzının toplulukları bir araya getirerek sosyal bağları güçlendirdiğini, geleneksel yemeklerin paylaşımının kültürel mirası koruyarak toplumsal birlikteliği artırdığını ifade etmektedir. Böylece, Akdeniz diyeti bireylerin sağlık düzeyinin yanı sıra toplumsal dayanışmayı ve çevresel dengeyi de olumlu yönde etkilemektedir. K3, Akdeniz tipi beslenmenin sürdürülebilirliğinin bazı kısıtlamalarla karşı karşıya olduğunu dile getirerek, İzmir örneği üzerinden yerel otlar ve deniz ürünlerinin önemli unsurlar olduğunu, ancak mevsimsel doğaları nedeniyle sürdürülebilirliğin tehlikeye girebileceğini belirtmektedir. Yerel otların ticari değer kazanarak aşırı tüketiminin doğaya zarar verdiğini ifade ederken, bu durumun dikkatle ele alınması gerektiğine vurgu yapmaktadır. K4, bu beslenme tarzının çevresel sürdürülebilirliğe katkısını güçlendirerek yerel ürünlerin tüketiminin gıda israfını azalttığını ve ekosistem üzerinde olumlu etkiler yarattığını vurgulamaktadır. Sosyal açıdan ise toplulukları bir araya getirerek sosyal bağları pekiştirdiğini belirtmektedir. Son olarak, K5, Akdeniz tipi beslenmenin hem çevresel hem de sosyal sürdürülebilirlik açısından olumlu etkilerini savunmakta ve yerel gıdaların tüketiminin karbon ayak izinin azaltılmasına yardımcı olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda, katılımcıların görüşleri, Akdeniz diyeti ve sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiyi derinlemesine anlamak için önemli bir temel oluşturmaktadır.

Araştırmanın üçüncü sorusu **“Türk mutfağının Akdeniz tipi beslenmeye uygunluğunu değerlendirirken hangi faktörleri göz önünde bulunduruyorsunuz?”** K1, Türk mutfağında zeytinyağı, taze sebzeler, baklagiller ve deniz ürünlerinin yaygın olduğunu vurgulamakta ve mevsimsel ürünlerin bu mutfağın sağlıklı yönleriyle uyumlu olduğunu, toplu yemek yeme geleneğinin, sosyal bağları güçlendirdiğini ve sağlıklı beslenmeyi teşvik ettiğini belirtmektedir. K2, Türkiye'nin Akdeniz ikliminin taze sebze ve meyve üretimini desteklediğini, bunun beslenme alışkanlıkları ve yerel ekonomik kalkınma için faydalı olduğunu ifade etmektedir. Geleneksel Türk yemekleri genellikle sağlıklı pişirme yöntemleriyle hazırlandığı için beslenme açısından olumlu bir etki yaratmaktadır. K3, yerel ürünlerin mevsimsel kullanımının önemine değinerek, Ege bölgesi ve İzmir çevresindeki otların Akdeniz diyeti açısından kritik olduğunu ancak sürdürülebilirliğin tehlikeye girdiğini belirtmektedir. K4, Türk mutfağındaki zeytinyağlılar, sebze yemekleri ve baklagillerin Akdeniz diyetine uygun olduğunu, yerel malzemelerin çeşitliliğinin kültürel bağlamda da önemli olduğunu ifade etmektedir. K5, Türk mutfağındaki zeytin, sebze ve baklagillerin uyumlu olduğunu, ancak bazı geleneksel yemeklerin fazla yağlı olmasının dikkate alınması gereken bir unsur olduğunu belirtmektedir. Bu bulgular, Türk mutfağının Akdeniz tipi beslenmeye olan uyumunu değerlendirmek için önemli bir temel sunmaktadır.

Araştırmanın dördüncü sorusu **“Akdeniz tipi beslenmenin geleneksel ve modern yönlerini nasıl karşılaştırırsınız?”** K1, Akdeniz tipi beslenmenin yerel ve mevsimsel malzemelere dayandığını, zeytinyağı ve taze sebzelerin önemini vurgulamıştır. K2, geleneksel besinlerin modern beslenme bilgileriyle birleştiğini, bu sayede sağlık faydalarının bilimsel olarak desteklendiğini belirtmiştir. K3, geleneksel beslenmenin sağlıklı ve doğal ürünlere dayandığını, ancak modern diyetin endüstriyel üretimle doğallığını kaybettiğini ifade etmiştir. K4, geleneksel yönlerin yerel malzemelerle, modern yönlerin yenilikçi sunumlarla birleştiğini belirtmiştir. K5, geleneksel yemeklerin köklü tariflere dayandığını, modern yaklaşımların ise bu tarifleri çağdaş unsurlarla zenginleştirdiğini vurgulamıştır.

Araştırmanın beşinci sorusu **“Akdeniz tipi beslenmenin kültürel miras açısından önemi nedir? Bu beslenme tarzının kültürel kimliğimizi nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz?”** K1, Akdeniz tipi beslenmenin kültürel miras açısından önemini, geleneksel tarifler ve yemek alışkanlıklarıyla açıklar; bu beslenme şeklinin, sağlık unsuru olmanın yanı sıra bölgenin tarihini ve sosyal yapısını yansıtan bir sembol

olduğunu vurgular. K2, bu beslenme tarzının kültürel kimlik üzerindeki etkisini belirterek, yerel üretim ve sürdürülebilirlikle bireylerin köklerine bağlılıklarını pekiştirdiğini ifade ederken K3, Akdeniz beslenmesinin kültürel mirasın şekillenmesindeki önemine değinerek, bu tarzın tarihsel olarak toplumsal etkileşimleri ve yaşam tarzlarını etkilediğini belirtmiştir. K4, geleneksel tariflerin nesilden nesile aktarılmasını sağlayarak toplumsal kimliğe katkıda bulunduğunu ifade etmiş ve K5, ise bu beslenme tarzının kültürel kimliğimizin bir parçası olduğunu, yemeklerin hazırlanması ve sunumunun kültürel mirasın aktarımında kritik rol oynadığını belirtmiştir.

Araştırmanın altıncı sorusu **“Akdeniz Diyetinin uluslararası alanda tanıtımı ve tanıtım stratejileri hakkında ne düşünüyorsunuz?”** K1, Türkiye'nin Akdeniz tipi beslenmeye uygunluğunu artırmak için "restoranların açılması" ve "geleneklerin değiştirilmesi" gibi önerilerde bulunmuştur. Ancak, Türkiye'nin yalnızca Akdeniz'den oluşmadığını belirterek, tanıtımın zorluklarına da dikkat çekmiştir. K2, Akdeniz Diyetinin uluslararası alanda tanıtımında zeytinyağlı yemeklerin ön planda olması gerektiğini vurgulamıştır. K2, Türkiye'nin Akdeniz mutfağının yeterince tanıtılmadığını ifade etmiş ve bu tür yemekler üzerinden yapılacak tanıtım faaliyetlerinin önemini belirtmiştir. K3, Türkiye'nin gastronomik çeşitliliğini yansıtan Akdeniz diyetinin yetersiz olduğunu savunarak Türk mutfağının yalnızca Akdeniz ile sınırlı olmadığını, İzmir mutfağının da bu çeşitliliğe katkıda bulunduğunu dile getirmiştir. K3, Türk mutfağının hem Akdeniz hem de Orta Asya kökenli unsurlarla tanıtılması gerektiğini ifade ederken, K4 gastro diplomasiye önem verilmesi gerektiğini savunarak, yerel mutfakların uluslararası tanıtımının güçlenmesine katkıda bulunacağını belirtmiştir. K5 ise Akdeniz mutfağının etkili bir şekilde tanıtılması için gastronomi festivalleri ve uluslararası etkinliklerin artırılması gerektiğini ifade etmiştir.

Araştırmanın yedinci sorusu **“Türkiye'nin Akdeniz tipi beslenmeye uygunluğunu artırmak için neler yapılabilir?”** K1, Türkiye'nin Akdeniz tipi beslenmeye uygunluğunu artırmak için restoran açılması ve reklamlarla farkındalık yaratılmasının yanı sıra geleneksel bayramlarda beslenme alışkanlıklarının Akdeniz diyetine uyumlu hale getirilmesi gerektiğini önermektedir. K2, Türkiye'nin coğrafi çeşitliliğinin Akdeniz diyetinin yayılmasını zorlaştırdığını ifade ederek, zeytinyağlı yemeklerin ayçiçek yağı ile hazırlanıp hazırlanmadığını sorgulayarak zeytinyağı kullanımını artıracak sertifikasyonların oluşturulması gerektiğini savunmaktadır. K3, yerel ürünlerin ön plana çıkarılması ve halkın bilinçlendirilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Ayrıca sürdürülebilir tarım uygulamalarının teşvik edilmesi ve eğitim kampanyalarının düzenlenmesinin önemine değinmektedir. K4, zeytin, sebze ve meyve üretimini teşvik eden politikaların uygulanmasını, yerel gıda sistemlerinin güçlendirilmesini ve sağlıklı beslenme bilincinin artırılmasını önerirken, K5 zengin tarım ürünleri ve Akdeniz ikliminin bu beslenme tarzına uygun olduğunu belirtmekte, yerel üretimin ve organik tarımın teşvik edilmesi, geleneksel tariflerin korunması gerektiğini savunmaktadır. Eğitim programlarıyla zeytinyağı ve yerel ürünlerin öneminin vurgulanması gerektiğine de dikkat çekmektedir.

Araştırmanın sekizinci sorusu **“Akdeniz tipi beslenme ve gastrodiplomasi arasındaki ilişkiyi nasıl tanımlarsınız?”** K1, Akdeniz tipi beslenmenin kültürel kimliğimizdeki etkisini vurgularken, bu tarzın sosyal ve kültürel değerleri yansıttığını belirtmiştir. Gastrodiplomasi bağlamında, Türkiye'nin uluslararası imajını güçlendirdiğini ifade ederek yerel ürünlerin tanıtımının kültürler arası köprüler oluşturduğunu ifade etmiştir. K2, gastrodiplomasi kavramını mutfak kültürü ve uluslararası ilişkiler arasındaki etkileşim olarak tanımlamış ve Akdeniz diyetinin, Türk mutfağını global arenada temsil etme işlevi gördüğünü ve ülkeler arasındaki ilişkileri güçlendirme potansiyeline sahip olduğunu vurgulamıştır. K3, Akdeniz beslenmesi ile gastrodiplomasi arasında güçlü bir ilişki olduğunu belirterek, yerel mutfakların tanıtımının uluslararası imajı güçlendirebileceğini, sağlıklı yaşam tarzı ile bağlantılı olarak zeytinyağı ve sebze bazlı yemeklerin tanıtımına önem verilmesi gerektiğini elirtmiştir. K4, Akdeniz tipi beslenmenin sağlıklı ve lezzetli yemekler aracılığıyla kültürel ifadeyi uluslararası alanda tanıtmaya potansiyelini vurgulamış, bu beslenme tarzının kültürel diplomasi aracı olarak işlev görebileceğini belirtmiştir. K5, Akdeniz tipi beslenmenin kültürel etkileşimi artıran bir araç olduğunu ve ülkeler arasında geleneksel mutfakların paylaşımının kültürel bağları güçlendirebileceğini ifade etmiştir. Ayrıca, sağlıklı beslenmenin öneminin uluslararası sağlık meselelerine dikkat çekebileceğini de eklemiştir.

Araştırmanın dokuzuncu ve son sorusu “**Akdeniz tipi beslenmenin Türk mutfağını ve kültürünü uluslararası alanda nasıl temsil edeceğini düşünüyorsunuz?**”

K1, Türk mutfağının sağlıklı ve çeşitli yönlerini ön plana çıkararak, Akdeniz tipi beslenmenin uluslararası tanıtımını artırabileceğini belirtmiş, zeytinyağı yemeklerin ve taze sebzelerin sağlıklı beslenme imajını güçlendirdiğine dikkat çekmiştir. K2, Türk mutfağının tarihi ve kültürel zenginliğini vurgulayarak, Akdeniz tipi beslenmenin hem sağlık hem de lezzet açısından ilgi çekici bir temsil sunabileceğini, gıda diplomasisinin uluslararası ilişkilerde Türk kültürünü tanıtmak için bir fırsat sunduğunu ifade etmiştir. K3, Akdeniz tipi beslenmenin Türk mutfağını uluslararası alanda temsil etme potansiyelini yüksek bulsa da bu temsilin yetersiz olduğunu, Türk mutfağının tarihsel ve kültürel çeşitliliğinin de tanıtılması gerektiğini belirtmiştir. K4, Akdeniz beslenmesinin zengin malzeme çeşitliliği ve sağlıklı yemek kültürüyle Türk mutfağını uluslararası alanda temsil ettiğini vurgulayarak zeytinyağlılar ve sebze yemeklerinin Türk mutfağının sağlıklı beslenme anlayışını öne çıkardığını, K5 ise Türk mutfağının zeytinyağı ve taze sebzeler üzerinden Akdeniz tipi beslenmeyi temsil ettiğini, meze kültürü ve yemek paylaşma geleneğinin de, bu beslenme tarzı doğrultusunda uluslararası tanıtıma katkı sağlayacağını ifade etmiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Akdeniz tipi beslenmenin, gastronomik ve kültürel kimlik açısından önemli bir rol oynaması, bu beslenme tarzının UNESCO tarafından tescillenmiş kültürel miras dosyalarında yer almasının önemini ortaya koymaktadır. Akdeniz tipi beslenme, hem bireysel sağlık hem de toplumsal sürdürülebilirlik açısından önemli bir beslenme modelidir. Çeşitli çalışmalar, bu diyetin sağlık üzerindeki olumlu etkilerini ve sürdürülebilirlik potansiyelini ortaya koymakta, UNESCO'nun bu diyeti kültürel miras olarak tanımasının önemini pekiştirmektedir (Bellastella et al., 2022; Scoditti et al., 2022). Dernini ve Berry (Dernini & Berry, 2015), Akdeniz diyetinin sürdürülebilir bir beslenme modeli olarak düşük çevresel etki yarattığını ve biyoçeşitliliği koruduğunu vurgulamaktadır. Bu durum, diyetin sadece sağlık açısından değil, çevresel sürdürülebilirlik açısından da önemli olduğunu göstermektedir. Akdeniz diyetinin benimsenmesi, sağlık sonuçlarını iyileştirmek ve çevresel etkileri azaltmak için kritik bir strateji olarak değerlendirilmektedir. Ancak Türkiye, bu dosyada yer almadığı için, bu durumun arka planında çeşitli nedenlerin bulunduğu anlaşılmaktadır. Türkiye'nin zengin mutfak kültürü, tarihsel zenginlikleri ve geleneksel gıda uygulamaları göz önüne alındığında, Akdeniz diyetinin yalnızca bir parçası olarak değil, aynı zamanda kendi başına bir gastronomik miras olarak da değerlendirilmelidir.

Türkiye'nin bu alandaki eksikliği, yalnızca diplomatik ve siyasi sebeplerden kaynaklanmamakta; aynı zamanda, Türkiye'nin gastronomik kimliğinin uluslararası platformda yeterince tanıtılamaması, farklı kültürel unsurların harmanlanmaması ve yerel ürünlerin yeterince vurgulanmaması gibi faktörler de rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra, Türkiye'nin çeşitli iklim bölgeleri ve tarım çeşitliliği, farklı beslenme tarzlarının ve geleneklerin bir arada bulunmasına olanak tanıyarak, bu ülkenin Akdeniz tipi beslenmenin zenginliğine katkıda bulunabileceğini göstermektedir. Katılımcıların görüşleri de dikkate alınarak çalışmanın amacına dayalı olarak aşağıda belirtilen öneriler geliştirilmiştir.

1. *Yeni Bir Dosya Hazırlığı:* Türkiye'nin kendi Akdeniz tipi beslenme dosyasını hazırlaması, UNESCO tarafından tanınması için önemli bir adım olabilir. Bu dosya, Türkiye'nin zengin gastronomik mirasını ve Akdeniz diyetine olan katkılarını içermelidir.
2. *Gastrodiplomasi Stratejileri:* Türkiye, gastrodiplomasi stratejilerini güçlendirerek, uluslararası alanda Türk mutfağının tanıtımını artırmalı, zeytinyağı ve sebze bazlı yemeklerin ön plana çıkarılmasına yönelik çeşitli etkinlikler daha geniş kapsamlı olarak düzenlemelidir.
3. *Yerel Üretim ve Sürdürülebilirlik:* Yerel tarımın teşvik edilmesi ve sürdürülebilir gıda üretim yöntemlerinin benimsenmesi hem sağlıklı beslenme kültürünü destekleyecek hem de Türkiye'nin Akdeniz diyetine katkısını artıracaktır.
4. *Kültürel Etkileşim ve Eğitim:* Türkiye, uluslararası gastronomik etkinliklerde yer alarak kültürel etkileşimi artırmalı, aynı zamanda yerel halkı Akdeniz diyetine dair eğitimlerle bilinçlendirmelidir.

5. *Araştırma ve İş birlikleri*: Türkiye, diğer Akdeniz ülkeleri ile işbirlikleri yaparak, ortak gastronomik projeler geliştirebilir. Bu hem bilgi paylaşımını artıracak hem de Türkiye'nin bu alandaki uluslararası varlığını güçlendirecektir.

Bu çalışmanın akademik katkısı, Türkiye'nin Akdeniz tipi beslenme alanındaki yerini ve potansiyelini uluslararası düzeyde değerlendirmesiyle, gastronomi ve kültürel miras literatürüne önemli bir perspektif sunmasıdır. Ayrıca, Türkiye'nin gastronomik kimliğinin UNESCO belgeleri çerçevesinde yeniden yapılandırılmasına yönelik öneriler, gelecekteki araştırmalara ve politikaların geliştirilmesine ışık tutabilir. Sonuç olarak, Türkiye'nin Akdeniz tipi beslenme alanındaki potansiyeli ve zenginliği, uygun stratejilerle uluslararası alanda daha iyi bir şekilde temsil edilebilir. Bu durum hem Türkiye'nin kültürel mirasını güçlendirecek hem de global sağlık ve gıda güvenliği konusunda gelişimlere katkıda bulunacaktır.

KAYNAKÇA

- Adams, W. (2015). Conducting semi-structured interviews. *In The Wiley Handbook of Qualitative Research* (pp. 492-505). <https://doi.org/10.1002/9781119171386.ch19>
- Akay, G., & Demir, L. S. (2020). Toplum beslenmesinde sürdürülebilirlik ve çevre. *Selçuk Tıp Dergisi*, 36(3), 282-287.
- Alberti-Fidanza, A., & Fidanza, F. (2004). Mediterranean adequacy index of Italian diets. *Public Health Nutrition*, 7(7), 937-941.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388. <https://doi.org/10.31592/aeusbed.598299>
- Barbaros, B., & Kabaran, S. (2014). Akdeniz Diyeti ve sağlığı koruyucu etkileri. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 42(2), 140-147.
- Bellastella, G., Scappaticcio, L., Caiazzo, F., Tomasuolo, M., Carotenuto, R., Caputo, M., ... & Esposito, K. (2022). Mediterranean diet and thyroid: an interesting alliance. *Nutrients*, 14(19), 4130. <https://doi.org/10.3390/nu14194130>
- Benedict, R. (1934). Anthropology and the abnormal. *The Journal of General Psychology*, 10(1), 59-82.
- Bonaccio, M., Iacoviello, L., Donati, M. B., & de Gaetano, G. (2022). The tenth anniversary as a UNESCO world cultural heritage: An unmissable opportunity to get back to the cultural roots of the Mediterranean diet. *European Journal of Clinical Nutrition*, 76(2), 179-183.
- Britain, G., & Sustainable Development Commission. (2009). *Setting the table: Advice to government on priority elements of sustainable diets*. Sustainable Development Commission.
- Burlingame, B., & Dernini, S. (2011). Sustainable diets: The Mediterranean diet as an example. *Public Health Nutrition*, 14(12A), 2285-2287.
- Burlingame, B., Charrondiere, U. R., Dernini, S., Stadlmayr, B., & Mondovì, S. (2012). Food biodiversity and sustainable diets: Implications of applications for food production and processing. *Green Technologies in Food Production and Processing*, 643-657.
- Busetto, L., Wick, W., & Gumbinger, C. (2020). How to use and assess qualitative research methods. *Neurological Research and Practice*, 2(1), 14.
- Dernini, S. & Berry, E. (2015). Mediterranean diet: from a healthy diet to a sustainable dietary pattern. *Frontiers in Nutrition*, 2. <https://doi.org/10.3389/fnut.2015.00015>
- Dernini, S. (2006). Towards the advancement of the Mediterranean food cultures. *Public Health Nutrition*, 9(1a), 103-104.
- Dernini, S., Berry, E. M., Serra-Majem, L., La Vecchia, C., Capone, R., Medina, F. X., & Lairon, D. (2017). Med Diet 4.0: The Mediterranean diet with four sustainable benefits. *Public Health Nutrition*, 20(7), 1322-1330.
- FAO. (2008). *Twenty-sixth FAO regional conference for Europe*. Rome: FAO.
- FAO. (2010). *International scientific symposium biodiversity and sustainable diets united against hunger*. Food and Agriculture Organization.

- Hak, T. (2007). Waarnemingsmethoden in kwalitatief onderzoek. In L. PLBJ & H. TCo (Eds.), *Kwalitatief onderzoek: Praktische methoden voor de medische praktijk* (pp. 13–25). Houten: Bohn Stafleu van Loghum.
- Hijmans, E., & Kuiper, M. (2007). Het halfopen interview als onderzoeksmethode. In L. PLBJ & H. TCo (Eds.), *Kwalitatief onderzoek: Praktische methoden voor de medische praktijk* (pp. 43–51). Houten: Bohn Stafleu van Loghum.
- Kadioğlu, B. U., & Tazeoğlu, A. (2022). Sürdürülebilir beslenme modelleri. *Sağlık & Bilim* 2022: Beslenme-2, 7.
- Keys, A., Menotti, A., Karvonen, M. J., Aravanis, H., Blackburn, H., Buzina, R., Djordjevic, A., et al. (1986). The diet and 15-year death rate in the seven countries study. *American Journal of Epidemiology*, 124, 903-915.
- Kurtgil, S., & Beyhan, Y. (2021). Yaşam döngüsü ve sürdürülebilir beslenmenin rolü. *Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 11, 425–430.
- Moro, E. (2016). The Mediterranean diet from Ancel Keys to the UNESCO cultural heritage: A pattern of sustainable development between myth and reality. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 223, 655-661.
- Palumbo, B. (2011). Le alterne fortune di un immaginario patrimoniale. *Antropologia Museale*, 10(28/29), 8-23.
- Pasikowski, S. (2024). Snowball sampling and its non-trivial nature. *Przegląd Badań Edukacyjnych*, 2(43), 105-120. <https://doi.org/10.12775/pbe.2023.030>
- Pekcan, A. G. (2019). Sürdürülebilir beslenme ve beslenme örüntüsü: Bitkisel kaynaklı beslenme. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 47(2), 1-10.
- Petrillo, P. (2012). Biocultural diversity and the Mediterranean diet. In *Sustainable diets and biodiversity: Directions and solutions for Policy, Research and Action*. Rome: FAO.
- Punch, K. F. (2013). *Introduction to social research: Quantitative and qualitative approaches*. London: Sage.
- Real, H., Dias, R. R., & Graça, P. (2021). Mediterranean diet conceptual model and future trends of its use in Portugal. *Health Promotion International*, 36(2), 548-560.
- S. O. K. M. K., & Kanun, O. U. B. D. (2006). *Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi*.
- Scoditti, E., Tumolo, M., & Garbarino, S. (2022). Mediterranean diet on sleep: a health alliance. *Nutrients*, 14(14), 2998. <https://doi.org/10.3390/nu14142998>
- Tokay, A., Yılmaz, C., Bölük, S., Boyraz, Ö., & Bülbül, N. (2022). Sürdürülebilir beslenme modellerinden Akdeniz diyetinin sürdürülebilirlikteki yeri. *TOĞÜ Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(2), 187-201.
- Trichopoulos, D., Psaltopoulou, T., Orfanos, P., Trichopoulou, A., & Boffetta, P. (2006). Plasma C-reactive protein and risk of cancer: A prospective study from Greece. *Cancer Epidemiology Biomarkers & Prevention*, 15(2), 381-384.
- UNESCO. (2013). *Mediterranean diet*. Erişim tarihi: 15 Mayıs 2024.
- UNESCO. (2018). *Diretrizes Operativas para a Aplicação da Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial* (versão 2018).
- Ülker, B., Bayram, H. M., & Öztürkcan, A. (2021). Çevresel sorunlara karşı çözüm önerileri: Günce sürdürülebilir beslenme uygulamalarına genel bakış. *Gıda / Journal of Food*, 46, 1138-1157.

ANTİK DÖNEM’DE TATLILAR

Fatma Buse AKKURNAZ

Dr. Arkeolog, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
E-posta: fbusecelebi@gmail.com,
Orcid Numarası: 0009-0008-4554-8463

GİRİŞ

Antik Dönem sofralarında, tıpkı günümüz yeme-içme kültüründe olduğu gibi ana yemekler dışında farklı lezzetler de tüketilmiştir, ana yemeklerin hemen bitiminde ikinci bir yemek olarak tatlılar tercih edilmiştir. Hellenler ana yemekten sonra sofraya gelen tatlıları ve şekerlemeleri *deuteros trapeza* (δεύτερος τράπεζα) yani ikinci masa olarak adlandırmaktadır (Athenaios XIV, 641c-f). Ana yemeğin sonunda yenilen tatlı için Romalılar ise “ikinci yemek” anlamına gelen *mensa secunda* ifadesini kullanmıştır (Faas, 2003: 81, 84-87; Thurmond, 2006: 274; Brucia - Daugherty, 2007: 34; Güveoğlu, 2018: 39).

İkinci yemek olarak adlandırılan ve gerçekten ana yemek sonrasında sofraya gelen tatlı çeşitleri, özel günlerde de tercih edilmiştir (Donahue, 2015: 62). Örneğin susam ve baldan yapılmış *myllos* (μυλλός) tatlısı, *Thesmophoria* Festivali’nin ilk gününde tanrı(ça)lara adak olarak taşınan ve kendine özgü farklı şekle sahip kurabiyelerden oluşmaktadır (Athenaios XIV, 647a). Ayrıca, Apollodoros tarafından bahsedilen *Kribane* (Κριβάνη) *plakousu* da özel günlerde yapılan tatlı türlerindendir (Athenaios XIV, 646a). Bahsedilen *Kribane plakousu*, Sosibios’un *Peri Alkmanos* (περί Ἀλκμάνος) adlı çalışmasının üçüncü bölümünde de geçmekte ve Sosibios, *Kribane plakousunun* göğüs şeklinde olduğunu söylemektedir, Lakedaimonluların bu *plakousları* kadın ziyafetlerinde kullandıklarını ve gelinin arkadaşlarının, gelini koro halinde takip ederek, onun şerefine hazırlanmış bir övgüyü söyleyecekleri zaman yanlarında taşıdıklarını belirtmiştir. Günlük yaşam içinde, yemek sofralarında kölelerin efendilerine hizmet ettiği günler dışında bir de bazı festivallerde efendiler kölelerine hizmet etmiştir, bu özel günlerde köleler için farklı lezzetlerde tatlılar ikram edilmiştir. Uygulanan bu geleneğin Hellenlerde başladığı ve sonrasında Romalılar tarafından devam ettirildiği bilinmektedir (Athenaios XIV, 639b-d). Örneğin, MÖ 2. yy. sonunda yaşayan Pergamonlu Karystios, *Tarihsel Notlar* anlamına gelen (Ἱστορικά Ὑπομνήματα) adlı eserinde Girit’te düzenlenen Hermes festivalinde efendilerin sofrada köleler için hizmet ettiğini anlatır (Athenaios XIV, 639b).

Eski Hellen ve Roma Dönemlerinde yaşayan insanlar, yemek kültürüne büyük önem vermişler, sofralarda ana yemekler için gösterilen özeni tatlılar için de göstermişlerdir. Tatlı sofralarında birbirinden farklı lezzetleri olan tatlıları hazırlamışlar ve hazırlanan bu tatlıları ana yemekten sonra severek tüketmişlerdir. Ana yemeklerden sonra gelen tatlıların tüketimine bakıldığında, düz, yassı anlamına (Liddell – Scott, 1850: 1189) gelen ve hamur işi ile peynir, bal gibi farklı besinlerle de yapılan *plakous* (πλακοῦς) çeşitleri ön plana çıkmaktadır (Athenaios XIV, 640c-d). Tatlı, şekerleme anlamına gelen ve her tür tatlıyı içeren *epidorprios* (ἐπίδορπιος) çeşitleri sevilerek yenmiştir (Athenaios XIV, 640c-d). Bir diğer tatlı türü ise kuru meyve anlamına gelen ve kurutulmuş meyve çeşitlerinden oluşan *tragema* (τράγημα) çeşitleridir (Gozzini Giacosa, 1992: 156; Dalby, 2003: 19, 82, 213) ve Athenaios (XIV, 641b) kitabında bu tür tatlılardan bahsetmiştir.

Sofraya gelen bu tatlı türleri için farklı adlandırmalar kullanılmıştır. Buna göre, ana yemekten sonra tatlı sofrası geldiğinde, tatlı masası için *epidorprios*, *tragema* gibi isimler kullanılmış, tatlı türlerinin içerikleri farklı olsa bile tatlılar için bu iki isim tercih edilmiştir (Athenaios XIV, 640c-d). Ayrıca Platon, sofraya gelen tatlılar için farklı olarak *metadorprios* (μεταδόρπιος) ifadesini kullanmıştır (Platon *Kritias*, 115b). Platon’un bu ifadesini Athenaios da kitabında Platon’a atıf yaparak tekrar vurgulamıştır (Athenaios XIV, 640e). Herodotos (*Historiai*, 1.133) ve Tryphonos oğlu Dionysios (Athenaios XIV, 641a), *epiphorema* (ἐπιφόρημα) olarak farklı bir kelime kullanmış, Tryphonos oğlu Dionysios ise *epiphorema* kelimesini sofrada uygulanan eski bir gelenekten süregeldiğini belirtir. Kullanılan bu isimlendirmelerden önce ise MÖ 6. yy. sonlarında yaşayan Athenaios’un (XIV, 641b-c) aktardığına göre, Pindaros bu tarz tatlı yiyeceklerin *trogalia* (τρωγάλια) olarak adlandırıldığını ve masada bol miktarda yer aldığını söyler. Kytheralı Philoksenos, akşam yemeğinde

verilen ziyafette tatlı masası için bolluk, bereket boynuzu anlamına gelen *Amaltheias Boynuzu* (Ἀμαλθείας Κέρας) adlandırmasında (Athenaios XIV, 643a-c) bulunmuştur. Masada beyaz rengi ile yer alan *amylos* (ἄμυλος) tatlısı, ballı *melipekton*, sütü, susamlı pek çok tatlıların, kuru meyvelerin, yumurta ile süslenmiş tatlı çeşitlerinin yer aldığı söylemiştir.

Tatlı sofralarında tüketilmek üzere hazırlanan bu tatlıların içeriğinde kullanılan malzemeler günümüzde olduğu gibi pazar yerlerinden alınmıştır. MÖ 5. yy.da Euripides ve 4. yy.da Euboulos, Atina’da pazarlarda her şeyin satıldığını belirtir, satılan bu ürünler arasında tatlılar için gerekli olan malzemelerin de yer aldığından bahseder (Athenaios XIV, 640b). Tatlı yapımı için gerekli olan malzemelere bakıldığında ise incir, salkım üzüm, şalgam, armut, elma, muşmula, mersin meyveleri, bal petekleri, nohut, bezelye vb baklagiller gibi pek çok meyve-sebze ve baklagillerin adı sıralanmıştır (Athenaios XIV, 640b-c).

Ayrıca bu tatlı hamur işleri ile birlikte sofrada tüketilmek üzere *plakous*ların servis edildiği tabaklarda tavşan, ardıç kuşu etleri ve yumurta yer almıştır (Athenaios XIV, 641f). Antiphanes *Leptiniskos* (Λεπτινίσκος) adlı oyununda, tatlı masasını şöyle (Athenaios XIV, 641f) anlatır:

“A- *Thasos* şarabı içer misiniz?

B- Hiç şüphesiz, eğer biri bana bir kadeh doldurursa.

A- O zaman ne düşünüyorsunuz, badem hakkında?

B- Onlara karşı çok samimiyim, balla iyi karışırlar.

A- Eğer bir adam sana ballı *melipekton* getirirse?

B- Onları yerim ve ayrıca bir veya iki yumurta yutarım”.

Ayrıca Atinalı Ehippos *Kudôn* (Κύδων) adlı eserinde ana yemekten sonra *kokkos* (κόκκος) olarak adlandırılan çekirdekler, nohut, bezelye, fasulye gibi baklagiller, peynir, bal, *sesamides*, kurbağa, salkım üzümler, su, *pyramis*, elmalar, fındık, süt, kenevir, kabuklu deniz canlıları yer alan daha zengin bir tatlı masasından bahseder (Athenaios XIV, 642e-f).

Ana yemekten sonra tatlı masasının servis edilmesi ile akşam yemeği eğlencesi devam etmektedir. Sofraya gelen birbirinden güzel tatlılar ve tatlı ile içilen şaraplar yer almakta iken bir de sofa etrafında dans eden dansçılar ve hizmetkarların sunduğu birbirinden güzel parfümler, merhemler, ayrıca konukların kafalarına takmaları için ise taçlar kullanılmıştır. Amphis, *Kadın Deliliği* anlamına gelen *Gynaikomania* (Γυναικομανία) adlı eserinde tatlı masasından bahseder, *ames* (ἄμης) *plakousu* ve yanında tatlı şaraplar, yumurta ve susamlı tatlılar yer aldığını ve bu güzel sofraya eşlik eden dansçıların olduğunu belirtir (Athenaios XIV, 642a). Ayrıca farklı bir tatlı masasında *ames plakousu* ve yanında tavşan, kuş eti servis edildiğinden söz etmiştir (Athenaios XIV, 642d). Atinalı Ehippos *Ergenler* anlamına gelen *Epheboi* (ἑφῆβοι) adlı eserinde *Itrion*, *tragma*, *pyramis*, *ames plakousu*, pek çok yumurtanın masada yer aldığı anlatılır (Athenaios XIV, 642e).

Antik yazarların tatlı tarifleri deneysel gastronomi adına önemli referanslardır ve ülkemizde pek gelişmemiş olan arkeogastronomi alanında üzerinde durulması gereken konulardan biridir. Bu çalışma kapsamında, antik yazarların tarifini verdiği tatlılardan *Itrion*, *Basynias*, *Sesamides*, *Elaphos*, *Catillus Ornatus* ve Ballı Karabiberli Kızartma Tatlısı aşağıda ayrı başlıklar altında tek tek detaylıca ele alınmıştır. Antik yazarların metinlerinden birebir çeviriler yapılarak, tatlıların malzemeleri ve yapım aşamaları anlatılmıştır. Her bir tatlının modern araştırmacılar tarafından yapılmış olan denemelerine dair kısa bilgiler eklenmiştir.

Bu çalışmanın en önemli özelliklerinden biri de, antik tatlıların denemelerinin yapılmış olmasıdır. Çalışma kapsamında detaylı olarak incelenen *Itrion*, *Basynias*, *Sesamides*, *Elaphos*, *Catillus Ornatus* ve Ballı Karabiberli Kızartma Tatlısının nasıl görüldüğü ve tadı konusunda fikir sahibi olmak için bir denemesi

yapılmış, hazırlanan tatlının görünümü, yapısı ve tadı kısaca değerlendirilmiştir. Her bir tatlının altında, tatlılarda kullanılan malzemeleri ve tatlıların nasıl görüldüğünü gösteren resimler yer almaktadır.

TATLILAR

Itrion

Antik tatlılardan biri olan *Itrion* (ἰτρῖον), bir tür susamlı bisküvi dilimleri olarak adlandırılabilir. MÖ 5. yy.da sevilerek tüketilmiş, şarabın yanında tercih edilen tatlı türlerinden biri olmuştur, Anakreon, öğle saatlerinde şarabın yanında küçük bir dilim *Itrion* yediğini söylemiştir (Athenaios XIV, 646d). Modern araştırmacılar Grant, *Itrion* susamlı bisküvilerinin bir değerlendirmesini yapmış, az malzeme ile hazırlanabilen küçük ölçekli modern bir tarifi denemiştir (Grant, 1999: 58-59).

Antik yazarlardan Athenaios kitabında, MÖ 5. yy. sonunda yaşamış olan Arkhippos'a atıf yaparak *Itrion* tatlısının malzemelerini sayar ve kısaca tarifini verir (Athenaios XIV, 640f). Verilen bilgiler doğrultusunda *Itrion* tatlısının malzemeleri arasında bal ve susam yer alır, ancak malzemelerin ölçüsü belirtilmemiştir. Modern araştırmacılar Grant tarafında uygulanan *Itrion* tarifinde ise 100 gr susam, 60 gr bal ve zeytinyağı kullanılmıştır (Grant, 1999: 58-59).

Ayrıntılı olarak hazırlık aşamasına dair bilgimiz olmadığından, sadece bal ile susamın karıştırılması ile oluşan hamurunu bilmekteyiz. Modern araştırmacılar Grant'ın denemesini (Grant, 1999: 58-59) incelediğimizde; bir tavaya bal dökülür, yaklaşık 10 dakika kaynatılır. Kaynayan balın üzerine susam ilave edilir, sürekli karıştırılarak yaklaşık 5 dakika sonra ocaktan alınır. Zeytinyağı ile yağlanmış bir tabağa ince bir tabaka halinde dökülür. Tabağa dökülen bu karışımın üzeri, spatula yardımıyla düzleştirilir. Bir süre bu şekilde bekletilir, dinlendirilir. Soğuduktan sonra bisküviye benzer şekilde kesilir. Tatlı olarak servis edilir. Dolayısıyla, *Itrion* bisküvi şeklindedir.

Itrion dilimleri şarabın yanında tüketilmiştir, Aristophanes bir oyununda (Aristophanes *Akharneis*, 1092), tatlı sofrasında yer alan yiyeceklerden bahsederken *plakous*ların yanında *Itrion* ve *Sesamides* olduğunu belirtir. Aristophanes'in oyununda geçen bu sahneyi Athenaios (Athenaios XIV, 646d) da kitabında tekrar anlatmıştır. Athenaios kitabında (Athenaios XIV, 646d) Sophokles'e atıf yapmıştır, Sophokles *Münakaşa* anlamına gelen *Eris* (Ἔρις) çalışmasında aç olduğunu ve sofrada bulunan *Itrion*lara baktığını söylemiştir.

Bu çalışma kapsamında, nasıl görüldüğü ve tadı konusunda fikir sahibi olmak için *Itrion*un bir denemesi (**Resim 1-2**) yapılmıştır. Antik tarife sadık kalınarak ve Grant tarafından uygulanan reçete dikkate alınarak hazırlanan *Itrion* karamelize bir görüme ve kıtır kıtır bir yapıya sahip, yemesi ve sindirmesi kolay, ağızda dağılan bir bisküvi kıvamında olmuştur.



Resim 1. Itrion Tatlısının Malzemeleri.



Resim 2. Itrion Tatlısının Görünümü.

Basynias

Basynias (βασυνίας), sofrada bulunan hamur işi tatlı türlerinden biri olarak, özel günlerde de tercih edilmiş, kendine özgü farklı bir yöntem ile yapılan hamur işi türüdür. MÖ 2. yy. başında Deloslu Semos tarafından bahsedilmiştir, Semos *Delias* (Δηλιάς) adlı kitabının ikinci bölümünde, Deloslular'ın Hekate'nin adasında İris'e kurban verdikten sonra *Basynias* adlı tatlıyı tanrıçaya sunduklarını söylemiştir (Athenaios XIV, 645b).

Tanrı(ça)lara sunulan özel bir tatlı türü olan *Basynias*ın tarifinde bulunan malzemeler; buğday unu, içyağı, bal, kuru incir, üç cevizden ve kokkora (κόκκωρα) olarak ifade edilen malzemeden oluşur (Athenaios XIV, 645b). Athenaios'un başka metinlerinde de *kokkos* (κόκκος) olarak ifade edilen çekirdeklerden bahsedilir (Athenaios XIV, 642e-f), *kokkora* sözcüğü ile *kokkos* sözcüğü arasında bir ilişki olup olmadığı bilinmemektedir (Alexandre, 1843: 78).

Salza Prina Ricotti (2007: 106-107) ve Grant (1999: 152-153) tarafından *Basynias* tatlısının modern denemeleri yapılmış, hamurların kızartılması usulü ile tatlının değerlendirilmesi yapılmıştır. Araştırmacı Salza Prina Ricotti'nin (2007: 106-107) modern tarifine bakıldığında, tatlının içinde kullanılan malzemeler; 300 gr un, sekiz yumurta, iki yumurta sarısı, iki yemek kaşığı domuz yağı ya da zeytinyağı, bir tutam tuz, 250 ml bal, nar, dört ya da beş tane hurma ve biraz cevizden oluşmaktadır.

MÖ 2. yy.da yapılmış olan bu tatlı, Antik Dönem mutfaklarında bulunan un, yağ ve balın kaynatılması ile hazırlanmış, sonrasında ise diğer malzemeler eklenerek bir hamur elde edilmiştir. *Basynias*ın yapım aşamasına dair başka bilgimiz olmadığından, hamurun ilk aşamada kaynatılarak mı elde edildiği ya da sonraki aşamada elde edilen hamura hangi işlemlerin yapıldığı bilinmemektedir. Salza Prina Ricotti (2007: 106-107) tarafından yapılan modern tarif değerlendirmesinde ise unun içine, yumurta, ayrıca yumurta sarısı, tuz ve bir yemek kaşığı yağ konur, hamur yoğrulur. Yaklaşık bir cm kalınlığında hamur açılır ve uzun şeritler halinde kesilir. Sonra kesilen şeritler, iki cm uzunluğunda parçalara ayrılır. Tavada az yağ ile kesilen hamurlar kızartılır. Başka bir yerde bal kaynatılır, kızaran hamurlar kaynayan bala bulanır ve bir tabağa alınır. Kızaran ve bala bulan hamurların üzerine nar, hurma ve ceviz eklenir, süslenir.

Bu çalışma içerisinde, *Basynias*ın nasıl bir görünüme sahip olduğu ve tadının daha iyi anlaşılması adına bir denemesi (**Resim 3-4**) yapılmıştır. Antik tarif doğrultusunda ve Salza Prina Ricotti'nin modern tarifi de dikkate alınarak yapılan *Basynias* tatlısı, iki hamurun arasına dolgu malzemesi konarak hazırlanmış bir tatlı kurabiye şeklindedir. Kızarmış hamurların arasında yer alan incir ve ceviz karışımı, hem tuzlu hem de tatlı tadı vermiştir. Kızarmış hamurların bala batırılması ile dışı çıtır, içinde bulunan incir ve ceviz karışımı ile de içi yumuşak bir yapıya sahiptir. Kızarmış hamurun bala batırılması hamurun rengini daha parlak yapmış ve hamurun dışının da daha çıtır bir yapıya sahip olmasını sağlamıştır.



Resim 3. Basynias Tatlısının Malzemeleri.



Resim 4. Basynias Tatlısının Görünümü.

Sesamides

Un ile yapılan tatlılar dışında, farklı malzemeler ile de yapılan tatlı türleri de bilinmekte, bu tatlılar Antik Dönem sofralarında sıklıkla tüketilmektedir. *Sesamides* (Σησαμίδες) susam kullanılarak yapılan yuvarlak şekilli bir tatlıdır (Athenaios XIV, 646f). Atinalı Ehippos'un *Kudon* (Κύδων) adlı eserinde geçen bir pasajı Athenaios (XIV, 642e-f) bize aktarmakta; *Sesamides*, MÖ 4. yy.da ana yemekten sonra gelen tatlı

masasında yer almış, yanında pek çok haşlanmış baklagiller, kurutulmuş meyveler ve hatta süt, kenevir, kabuklu deniz canlıları ile servis edilmiştir. Anlaşılan oldukça zengin bir tatlı masası sunumu yapılmıştır.

Athenaios'un (XIV, 646f) verdiği bilgiye göre, *Sesamides* tatlısı içinde yer alan malzemeler; bal, kavrulmuş susam ve zeytinyağından oluşmaktadır. Günümüzde Grant tarafından uygulanan modern bir denemede (Grant, 1999: 154-155) yer alan malzemeler ise 100 gr susam, 50 gr un, bir yemek kaşığı zeytinyağı, iki yemek kaşığı bal ve üç yemek kaşığı su olarak sıralanmıştır.

Hazırlanma aşamasına dair az bilgimiz olan *Sesamides* tatlısının, yuvarlak olarak şekillendirildiğini bilmekteyiz. Yuvarlak susamlı bisküviler olarak tanımlayabileceğimiz *Sesamides*in günümüzde değerlendirilmiş olan modern tarifinde (Grant, 1999: 154-155), susam kavrulur, tüm malzemeler büyük bir karıştırma kabında birleştirilir ve sert bir hamur elde edilir. Hamur, bir saat dinlendirilir. Sonra dinlenen hamur, hafif unlanmış bir tahta üzerinde ince bir şekilde açılır. Hamur kesici kullanarak 5 cm çapında diskler şeklinde kesilir ve yağlanmış bir fırın tepsisine yerleştirilir. Önceden ısıtılmış fırında, 190 derece ısıda 10 dakika pişirilir. Soğutulur ve servis edilir.

Bu çalışmada, *Sesamides*in nasıl bir görünüm ve tada sahip olduğunun daha iyi anlaşılması adına bir denemesi (**Resim 5-6**) yapılmıştır. Antik tarif ışığında ve Grant tarafından hazırlanan modern tarif doğrultusunda yapılan *Sesamides* tatlısı, kavrulmuş susam ile yapıldığı için ağızda hafif kavrulmuş susam tadı ve kokusu bırakmıştır. Un ile susamın karışımı sonucu fırında pişirilmesi ise hafif pembemsi bir görünüm oluşturmuştur. Yuvarlak şekle sahip, ince bir bisküviye benzeyen *Sesamides* tatlısının, yendiği zaman ağızda çabuk dağılan yumuşak bir yapısı olduğu gözlemlenmiştir.



Resim 5. Sesamides Tatlısının Malzemeleri.



Resim 6. Sesamides Tatlısının Görünümü.

Elaphos

Elaphos (Ἐλαφος) Elaphebolia festivalinde yapılan bir *plakoustur*, özel günlerde yapılan tatlı türlerinden biridir. Elaphebolia festivalinde, Artemis'e adanan ve Artemis'in simgelerinden biri olarak geyik şeklinde yapılan tatlı bir hamur işidir (Athenaios XIV, 646e). Pek çok modern yazar *Elaphos* hakkında incelemelerde bulunmuş, içeriğinde yer alan malzemeleri değerlendirmiştir (Grant, 1999: 61; Dalby, 2003: 69; Wilkins – Hill, 2006: 128; Salza Prina Ricotti, 2007: 113.).

Festival zamanında dağıtılan bu tatlı hamur işini, bir tür tatlı kurabiye olarak tanımlayabiliriz. Athenaios (XIV, 646e) tarafından verilen bilgilere göre, kurabiyenin içinde yer alan malzemeler; miktarları belirtilmemiş olsa da buğday unu, bal ve susamdan oluşmaktadır. Araştırmacı Grant (1999: 61) tarafından detaylı olarak hazırlanan modern tarifinde ise kullanılan malzemeler; 100 gr un, 100 gr susam, 100 ml su, 60 gr bal ve zeytinyağı olarak listelenir.

Tanrı(ça)ya adanan ve onun için yapılan özel bir tatlı olduğu için, yapımı esnasında dikkat edilmesi gereken pek çok detay olduğunu düşünmekteyiz. Ancak antik kaynakların verdiği sınırlı bilgiler doğrultusunda, *Elaphos*un yapım aşamasına dair bilgimiz yetersizdir. Kurabiye'nin içeriğinde bulunan malzemelere bakılarak nasıl hazırlanması gerektiği düşünülebilir. Grant (1999: 61) tarafından yapılan modern *Elaphos* denemesinde, zeytinyağı hariç tüm malzemeler büyük bir karıştırma kabına konur ve yoğrulur. Hamur, unlanmış bir tahta üzerinde ince bir şekilde açılır, ardından keskin bir bıçak veya hamur kesici kullanılarak geyik şeklinde kesilir. Yağlanmış bir fırın tepsisine yerleştirilir. Fırında 180 derece ısıda, 40 dakika pişirilir.

Bu çalışma kapsamında, *Elaphos*un nasıl görüldüğü ve tadı konusunda fikir sahibi olmak için bir denemesi (**Resim 7-8**) yapılmıştır. Antik tarifte verilen bilgiler ve Grant tarafından uygulanan reçete dikkate alınarak hazırlanan *Elaphos*, geyik şeklinde yapılan bir tatlı kurabiyedir. Hamur ile yapılan tatlılardan biri olduğu için, piştiğinde kahverengimsi bir görünüme sahip olmuştur. Isırıldığında ise sert bir yapısının olduğu görülür. Dolayısıyla, *Elaphos* susamlı, sert ve katı yapıya sahip bir tatlı kurabiyedir.



Resim 7. Elaphos Tatlısının Malzemeleri.



Resim 8. Elaphos Tatlısının Görünümü.

Catillus Ornatus

Catillus Ornatus, Antik Dönem'de tatlı masalarında yer alan *plakous* çeşitlerinden biridir. MS 1. yy.da, *plakous* ustası Tyanalı Khryssippos tarafından sıklıkla tercih edilen tatlılar arasında yer almıştır. Tyanalı Khryssippos'un çalışması günümüze ulaşmamıştır, Athenaios kitabının pek çok yerinde (XIV, 644f; 647c-e; 647f-648a) bu aşçı yazardan bahsetmektedir.

Un ile yapılan tatlılardan biri olan *Catillus Ornatus*, içeriğinde şarap kullanılan farklı türde tatlılardan biri olarak karşımıza çıkar. Irak'ta Uruq Khass olarak bilinen ve *catillus ornatus* gibi benzer malzemeler kullanılarak yapılan hamur işi tatlı türleri günümüzde tüketilmektedir.

Antik Dönem'de yemek sonrası getirilen hamur işi tatlılardan, o dönemdeki adı ile *plakous*lardan biri olan *Catillus Ornatus* tarifinde (Athenaios XIV, 647e) kullanılan malzemeler; marul, şarap, un, domuz yağı, biber, kızartmak için zeytinyağı olarak listelenmiştir. Grant tarafından hazırlanan modern *Catillus Ornatus* tarifinde (Grant, 1999: 66-67) kullanılan malzemeler ise; bir marul ya da büyük hindiba, 150 ml kırmızı şarap, 30 gr domuz yağı ya da bitkisel yağ, 300 gr kılçıksız buğday unu, karabiber, kızartmak için zeytinyağından oluşmaktadır.

Athenaios'un (XIV, 647e) aktarmış olduğu, Tyanalı Khryssippos'un hazırladığı *Catillus Ornatus* tarifine göre; marullar yıkanır, şarap ile birlikte ezilir. Ezilen marulların suyu sıkılır, içine un, domuz yağı ve biber eklenir. Oluşan hamur yuvarlak şekilde kesilir ve kızdırılmış zeytinyağında kızartılır. Grant tarafından yapılan modern *Catillus Ornatus* denemesinde (Grant, 1999: 66-67) ise isteğe göre marul ya da hindiba ve kırmızı şarap, bitkisel yağ blender kullanılarak püre haline getirilir. Marul veya hindiba lapa haline geldiğinde, buğday unu eklenir ve yumuşak bir hamur elde edilir. Bol karabiber ile tatlandırılır. Unlu bir tezgah üzerinde, hamur mümkün olduğunca ince olana kadar düzleştirilir. Hamuru kesmek, tek tek ayırmak için bir pasta

kesici kullanılır. Bir tavada, üç yemek kaşığı zeytinyağı ısıtılır, kesilen hamurlar bir kez çevrilerek, iki tarafı da kahverengi olacak şekilde kızartılır. Hamurlar piştiği zaman, mutfak kağıdı üzerine konur. Servis yapılmadan önce, kızarmış hamurların üzerine bol miktarda karabiber serpilir.

Bu çalışmada, *Catillus Ornatus*un görünümü ve tadı konusunda fikir sahibi olmak adına bir denemesi (**Resim 9-10**) yapılmıştır. Athenaios'un kitabında geçen tarif ve modern araştırmacı Grant tarafından değerlendirilen reçete doğrultusunda hazırlanan *Catillus Ornatus*, yağda kızarmış hamur olarak kahverengimsi renkte bir görünüme ve çıtır çıtır bir yapıya sahip olmuştur. Bol karabiberli tadıyla hafif bir tatlıdır. Hamurun yağda kızartılması, günümüzde içi boş olarak yapılan pişilere benzemektedir.



Resim 9. Catillus Ornatus Tatlısının Malzemeleri.



Resim 10. Catillus Ornatus Tatlısının Görünümü.

Ballı, Karabiberli Kızartma Tatlısı

Aşçı yazar Apicius'un özel tariflerinden biri olan Ballı Karabiberli Kızartma Tatlısı (Apicius VII, 11.6), Antik Dönem sofrâ kültüründe yer alan ve un ile yapılan kızartma usulü bir diğer tatlıdır. MS 1. yy.da Ballı Karabiberli Kızartma Tatlısı sofralarda sıklıkla tüketilmiş, içeriğinde bulunan bol miktarda karabiberle dikkat çekmiştir.

Farklı tatları birbiri ile harmanlayarak bir bütün oluşturan Apicius, Ballı Karabiberli Kızartma Tatlısının malzemelerini şöyle sıralar; buğday unu, su veya süt, bal, karabiber, kızartmak için zeytinyağı olduğunu belirtir (Apicius VII, 11.6). Su ya da süt gibi farklı sıvılarla da yapılabilen bu tatlının, Kaufman (2006: 179-180) tarafından hazırlanan modern tarifinde ise; ¾ bardak süt, iki bardak çok amaçlı un, kızartmak için iki bardak ya da gerektiği kadar zeytinyağı, bal ve karabiber yer almaktadır.

Un ile sıcak suyun farklı bir pişirme tekniği ile hazırlanan Ballı Karabiberli Kızartma Tatlısının tarifine (Apicius VII, 11.6) bakıldığında; un, sıcak su içinde sert bir lapa kıvamına gelene dek pişirilir. Sonra pişen hamur geniş bir tabağa yayılır. Soğuduğunda hamur kesilir, zeytinyağında kızartılır. Üzerine bal dökülür, karabiber serpilir, servis edilir. Malzemeler arasında yer alan su yerine süt kullanımının daha doğru olduğu Apicius tarafından belirtilmiştir. Günümüzde Kaufman tarafından uygulanan modern Ballı Karabiberli Kızartma Tatlısı tarifinde de Apicius'un belirttiği gibi su yerine süt tercih edilmiştir.

Kaufman'ın uygulamasında, süt ve un bir tencereye alınır, kaynatılır. Ocağın ısısı azaltılır ve kalın bir macun kıvamına gelene dek pişirilir. Pişen hamur, soğuması için bir fırın tepsisine yayılır. Soğuyunca, yaklaşık beş cm genişliğinde ve sekiz cm uzunluğunda şeritler halinde kesilir. Bir seferde iki veya üç şerit hamur konularak, hamurlar kahverengileşene kadar kızartılır. Kızaranlar kağıt havluların üzerine konur. Tüm hamurlar kızartıldığında, üzerine bal sürülür ve karabiber serpilir.

Bu çalışma kapsamında, Ballı Karabiberli Kızartma Tatlısının nasıl görüldüğü ve tadı konusunda fikir sahibi olmak için bir denemesi (**Resim 11-12**) yapılmıştır. Apicius'un verdiği bilgiler ve araştırmacı Kaufman tarafından yapılan modern deneme dikkate alınarak hamur hazırlanırken su yerine süt kullanılmıştır. Hamurun kızartılması nedeniyle Ballı Karabiberli Kızartma Tatlısının dışı çıtır, içi ise yumuşak

bir yapıya sahip olmuştur. Zeytinyağında kızaran hamurun dışı parlak altın rengini alırken, içi açık bir renktedir. Açılan hamurların kesilerek yağda kızartılması, günümüzde yapılan hamur kızartmasına benzemektedir.



Resim 11. Ballı Karabiberli Kızartma Tatlısının Malzemeleri.



Resim 12. Ballı Karabiberli Kızartma Tatlısının Görünümü.

Diğer Tatlılar

Yukarıda malzemeleri ve yapım aşamaları anlatılan tatlılar dışında, antik metinlerde ismi geçen başka tatlılar da bilinmektedir. En yaygın tatlı olan *plakousun* pek çok çeşidi vardır. *Plakousun* tabanı hamurdan yapılır, hamur yassı ve genellikle yuvarlak bir şekilde açılır, hamurun üzerine ise bal, susam, peynir gibi farklı malzemeler konulmaktadır. Antik yazarların aktardığına göre; *kollabos* (κόλλαβος) *plakousu* (Aristophanes *Batrakhoi*, 505-510), *ames* (ἄμης) *plakousu* (Athenaios VI, 262c; Kock, 1880: 47), *melipekton* (μελίπηκτον) *plakousu* (Athenaios XIV, 641f), *diakonion* (διακόνιον) *plakousu* (Athenaios XIV, 644f.), *amphiphon* (ἀμφιφών) *plakousu* (Athenaios XIV, 645a), *koptoplakous* (κοπτοπλακοῦς) ve *gastris* (γάστρις) *plakousları* (Athenaios XIV, 647f-648a), *tagenites* (ταγηνίτης) ya da *tagenias* (ταγηνίας) *plakousu* (Athenaios XIV, 646e), *staitites* (σταιτίτης) *plakousu* (Athenaios XIV, 646b), *phthois* (Φθόις) *plakousu* ile *tyrokoskinon* (τυροκόσκινον) *plakousu* (Athenaios XIV, 647d-f) gibi farklı isimlere sahip, farklı malzemeler ile hazırlanmış çok sayıda *plakous* çeşidi bulunmaktadır.

Bu *plakouslardan amylos* (ἄμυλος) *plakousu*, nişasta kullanılarak yapılmıştır ve adını nişasta anlamına gelen *amulum/amyllum* (Dalby, 2003: 349) sözcüğünden almıştır. Antik metinlerde nişasta kullanılarak yapılan iki farklı tatlıdan bahsedilir. Athenaios'un (XIV, 644f) aktardığına göre, MÖ 4. yy.da yaşamış olan Antiphanes tatlı çeşitlerini sıralarken nişasta kullanılarak yapılmış *amylos plakousundan* söz etmiştir. MÖ 3. yy. sonunda yaşamış Cato (*De Re Rustica*, 87) ise nişasta kullanılarak *amulum/amyllum* adında akışkan kıvamlı farklı bir tatlı türü yapıldığını ve tüketildiğini yazmıştır. Plinius'un (XVIII, 17) anlatımına bakıldığında, akışkan kıvamlı *amulum/amyllum* tatlısının MS 1. yy.da hala sevilerek tüketildiği anlaşılr.

Bal ile servis edilen *kreion* (κρήιον) *plakousu*, Argos'ta gelin tarafından damada getirilen bir tür tatlıdır (Athenaios XIV, 645d). *Glykinas* (Γλυκίνας), Giritliler arasında sevilerek tüketilen, tatlı şarap ve yağla yapılan bir *plakoustur* (Athenaios XIV, 645d). *Amorbites* (ἀμορβίτης) Sicilyalılar arasında yaygın tüketilen bir *plakoustur*, bazı insanların ise buna *paisa* (παῖσα) dediği söylenir (Athenaios XIV, 646f). *Ekhinos* (ἐχῖνος) ise Rodos'ta sevilerek tüketilen bir tatlıdır (Athenaios XIV, 647a).

Empeptas (ἐμπέπτας), buğday unundan yapılmış, içi boş bir *plakoustur* (Athenaios XIV, 645d). *Enkris* (ἐγκρίς) denilen küçük tatlılar, zeytinyağında kızartılan ve üzerine bal dökülen bir tatlıdır (Athenaios XIV, 645e). Latrokles ise *Plakouslar Üzerine* anlamına gelen *Peri Plakounton* (Περὶ Πλακούντων) adlı çalışmasında *krimnites* (κριννίτης) *plakousu* adında bir *plakous* olduğunu, daha kalın taneli arpa unundan yapıldığını söyler (Athenaios XIV, 646a).

Kharisios (χαρίσιος) *plakousunun*, Aristophanes'in *Ziyafetçiler* anlamına gelen *Daitaleis* (Δαιταλεῖς) adlı oyununda akşam yemeğinde tüketildiği söylenir; Euboulos ise *Ankylion* (Ἀγκυλίων) adlı çalışmasında aynı

tatlıyı sade bir ekmek olarak nitelendirir (Athenaios XIV, 646b). Yine ekmeğe benzeyen bir başka tatlı olarak *epidaitron* (ἐπίδαιτρον) *plakousu* antik metinlerde geçer, küçük arpa ekmeğine benzeyen bir tatlıdır, akşam yemeğinden sonra yenir (Athenaios XIV, 646c). *Nanos* (νᾶνος) ekmek somunu şeklinde bir *plakoustur*, peynir ve yağ ile hazırlanır (Athenaios XIV, 646c).

Psotion (Ψωθίων) veya *psathyron* (ψαθύριον) olarak bilinen bir tatlı vardır, Pherekrates *Hiçbir Şeye Yaramayanlar* anlamına gelen *Krapatalloi* (Κραπατάλλοι) adlı oyununda bu tatlıdan bahseder (Athenaios XIV, 646c). *Amorai* (ἄμωραι) ve içinde dolgu malzemesi bulunan *nastos* (ναστός) bir tür *plakoustur*, *khoria* (χόρια) ise bal ve sütle yapılan bir tatlıdır (Athenaios XIV, 646d-f).

Kotyliskoi (Κοτυλίσκοι) ve *khoinai* (χοίριαι) *plakousları*, *pyramous* (πυραμοῦς) ve *pyramis* (πυραμίδς) *plakousları* vardır (Athenaios XIV, 647b-c). Ayrıca kalıpta yapılan tatlı türleri de bilinmektedir. Menandros, *Sahte Herkül* anlamına gelen *Pseudherakles* (Ψευδῆρακλες) oyununda, kalıpta yapılan *plakouslardan* bahseder; *kandylous* (κανδύλους) olarak bilinen bu tatlının yapımına bakıldığında; yumurta, bal ve un bir kapta karıştırılır ve kalıplarda pişirilir (Athenaios XIV, 644c-d).

Plakouslar dışında incirlerin kurutulması ile yapılan kuru incir ezmesi de tatlı olarak sofralarda tüketilmiş (Columella *De Re Rustica*, XII, 15.1-4), bol miktarda yapıldığı için bir kış boyunca sofralarda yer alan tatlı türlerinden biri olmuştur (Dalby, 2003: 143-144; Alcock, 2006: 42-44). Ayrıca, günümüzde yapılan tatlı türlerinden biri olan sütlaç benzeri bir tatlı da tüketilmiş, pirinç kullanılarak yapılan bu tatlıya pirinç anlamına gelen *oryza/oriza* denmektedir (Anthimos *De Observatione Ciborum*, 70). Antik Dönem’de şeker bulunmadığından, yapılan tatlılar ballı şarap çeşitleri ya da balla karıştırılmış, kurutulmuş meyveler veya taze meyveler ile tatlandırılmıştır (Curtis, 2001: 417; Dalby, 2003: 179-180; Alcock, 2006: 84-85; Wilkins – Hill, 2006: 142-160).

SONUÇ

Eski Hellen ve Roma Dönemlerinde yemek sofralarının vazgeçilmez unsurlarından birini tatlı masaları oluşturmuştur. Akşam yemeği en önemli öğün olduğu için, sofralar özenle hazırlanmış, bu sofralar için birbirinden güzel tatlı türleri yapılmıştır. Yemek sofralarında önce ana yemek yenmiş ve sonrasında tatlılar tüketilmiştir. Hellenler ana yemekten sonra sofraya gelen tatlıları, *deuteros trapeza* (δεύτερος τράπεζα) yani ikinci masa olarak adlandırmış, Romalılar ise tatlılar için “ikinci yemek” anlamına gelen *mensa secunda* ifadesini kullanmıştır. Akşam yemekleri için hazırlanan zengin sofralara ve devamındaki tatlı masalarına müzik eşliğinde dansçılar da katılmış, güzel kokulu parfümlerin de yer aldığı eğlenceli zamanlar geçirilmiştir.

Tatlı masasında yer alan tatlı türlerine bakıldığında; çoğunluğunu un, peynir, bal, susam, incir gibi malzemeler kullanılarak yapılan *plakous* tatlı türleri oluşturmuştur. Hamurun açılması ile yapılan *plakous* türleri, gerek hamurun bütün halinde kullanılmasıyla, gerekse de açılan hamurun kesilmesi ile elde edilmiştir. Açılan bu tatlı hamurları gerekli görüldüğü durumlarda kızartılmış, haşlanmış ya da lapa şeklinde pişirilmiştir. Hamurlu tatlılar hazırlanırken, malzemeler bazen hamurun içine, bazen de hamurun üzerine konarak pişirilmiştir ya da pişen hamurun üzerine sonradan eklenmiştir. *Plakous* türlerinden farklı olarak tanrı(ça)lara sunulan birbirinden farklı tatlı kurabiyeler de yapılmıştır. Hamurlu tatlılar dışında kuru meyveler, taze meyveler, haşlanmış baklagiller de tatlı olarak tüketilmiştir. Bir de hazırlanan bu tatlıların yanına özellikle küçük kuş türleri kızartılarak konmuş, servis edilmiştir. Aynı şekilde yumurtalar da farklı pişirme usulleri ile tatlı tabaklarının yanında yer almıştır.

Antik Dönem tatlılarından *Itrion*, *Basynias*, *Sesamides*, *Elaphos*, *Catillus Ornatus* ve Ballı Karabiberli Kızartma Tatlısı yukarıda ayrı başlıklar altında tek tek detaylıca incelenmiştir. Söz konusu tatlıların nasıl görüldüğü ve tadı konusunda fikir sahibi olmak için bir denemesi yapılmış, hazırlanan tatlının görünümü, yapısı ve tadı kısaca değerlendirilmiştir. Tatlılarda kullanılan malzemeleri ve tatlıların nasıl görüldüğünü gösteren resimler eklenmiştir.

Bu çalışmada ele alınan Antik Dönem tatlıları ve bunlara dair yapılan denemeler arkeogastronomi alanı için kıymetli çalışmalardır. Ülkemizde yapılması gereken disiplinler arası çalışmalardan biri de arkeoloji ve

gastronomi alanlarının birleştirilmesi olmalıdır. Arkeogastronomi konusunda gerek antik yazarların verdiği bilgiler, gerek arkeolojik izler ve bulgular, gerekse gastronomi biliminin yöntemleri bir arada ele alınmalıdır. Yeme-içme kültürünün binlerce yıllık izleri araştırılmalı, bilimsel yöntemlerle irdelenmeli, deneysel yöntemlerle yeniden hazırlanarak deneyimlenmelidir. Böylece, insanlığın yeme-içme kültüründe kat ettiği gelişimler, geçirdiği dönüşümler bilimsel olarak değerlendirilmelidir.

KAYNAKÇA

Antik Kaynaklar

Anthimos, *De Observatione Ciborum*

Anthimi, *De observatione ciborum epistula ad Theudericum, regem Francorum*, B. G. Teubneri, Lipsiae 1877.

Apicius, Marcus Gavius, *De Re Coquinaria*

Marco Gavio Apicio *Cocina Romana*, Traduccion de Barbara Pastor Artigues, Tercera Edicion, Editorial Coloquio, Madrid 1987.

Aristophanes, *Akharneis*

Aristophanes, *Acharnians, Knights*, Edited and Translated by J. Henderson, Loeb Classical Library 178, Harvard University Press, Cambridge 1998.

Aristophanes, *Batrakhoi*

Aristophanes, *Frogs, Assemblywomen, Wealth*, Edited and Translated by J. Henderson, Loeb Classical Library 180, Harvard University Press, Cambridge 2002.

Athenaios, *Deipnosophistai*

Atheneaus, *The Deipnosophists, Volume III, Books 6–7*, with an English Translation by Ch. Burton Gulick, William Heinemann Ltd., London 1929.

Atheneaus, *The Deipnosophists, VI, Books 13–14.653b*, with an English Translation by Ch. Burton Gulick, William Heinemann Ltd., London 1937.

Atheneaus, *The Deipnosophists, Volume VII, Books 14.653b–15*, with an English Translation by Ch. Burton Gulick, William Heinemann Ltd., London 1941.

Catonis, Marcus Porcius, *De Agri Cultura/De Re Rustica*

Cato, *On Agriculture*, Translated by W. D. Hooper - H. Boyd Ash, Loeb Classical Library 283, Harvard University Press, Cambridge 1934.

Columella, Lucius Iunius Moderatus, *De Re Rustica*

Columella, *On Agriculture, Volume III: Books 10–12, On Trees*, Translated by E. S. Forster – E. H. Heffner, Loeb Classical Library 408, Harvard University Press, Cambridge 1955.

Herodotos, *Historiai*

Herodotus, *The Persian Wars, Volume I: Books 1–2*, Translated by A. D. Godley, Loeb Classical Library 117, Harvard University Press, Cambridge 1920.

Platon, *Kritias*

Plato, *Timaeus, Critias, Cleitophon, Menexenus, Epistles*, Edited and Translated by R. G. Bury, Loeb Classical Library 234, Harvard University Press, Cambridge 1929.

Plinius, Gaius Secundus, *Naturalis Historia*

Pliny, *Natural History, Volume V: Books 17–19*, Translated by H. Rackham, Loeb Classical Library 371, Harvard University Press, Cambridge 1950.

Modern Kaynaklar

Alcock, J. P. (2006). *Food in the Ancient World*. Greenwood Publishing Group. London.

- Alexandre, C. (1843). *Dictionnaire Grec- Français, Composé Sur Un Nouveau Plan Où Sont Réunis Et Coordonnés Les Travaux De Henri-Étienne, De Schneider, De M. Passow Et Des Meilleurs Lexicographes Et Grammairiens Anciens Et Modernes Augments De L'explication D'un Grand Nombre De Formes Difficiles Et Suivi De Plusieurs Tables Nécessaires Pour L'intelligence Des Auteurs*. L. Hachette De Belin-Mandar. Paris.
- Brucia, M. A. – Daugherty, G. N. (2007). *To Be a Roman: Topics in Roman Culture*. Bolchazy-Carducci Publishers. Wauconda.
- Curtis, R. I. (2001). *Ancient Food Technology*. Brill. Leiden.
- Dalby, A. (2003). *Food in the Ancient World from A to Z*. Routledge. London.
- Donahue, J. F. (2015). *Food and Drink in Antiquity: A Sourcebook: Readings from the Graeco-Roman World*. Bloomsbury Publishing. London.
- Faas, P. (2003). *Around the Roman Table*. Palgrave MacMillan. New York.
- Gozzini Giacosa, I. (1992). *A Taste of Ancient Rome*. University of Chicago Press. Chicago.
- Grant, M. (1999). *Roman Cookery: Ancient Recipes for Modern Kitchens*. Serif. London.
- Güveloğlu, A. (2018). *Antik Çağ'da Beslenme ve Damak Tadı*. Pinhan Yayıncılık. İstanbul.
- Kaufman, C. K. (2006). *Cooking in Ancient Civilizations*. Greenwood Press. Westport.
- Kock, T. (1880). *Comicorum Atticorum Fragmenta Vol.1*. B. G. Teubneri. Lipsiae.
- Liddell, H. G. - Scott, R. (1850). *A Greek-English Lexicon*. Harper and Brothers. New York.
- Salza Prina Ricotti, E. (2007). *Meals and Recipes: From Ancient Greece*. Translated by R. A. Lotero. J. Paul Getty Museum. Los Angeles.
- Thurmond, D. L. (2006). *A Handbook of Food Processing in Classical Rome: For Her Bounty No Winter*. Brill. Leiden.
- Wilkins, J. – Hill, S. (2006). *Food in the Ancient World*. Blackwell Publishing. Malden.

ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK UYGULAMALARININ YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDEKİ ROLÜ: LE PETİT CHEF ÖRNEĞİ

Azize SARUHAN

Lisans Öğrencisi, Antalya Belek Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, e-posta: azizesaruhan19@gmail.com
Orcid Numarası: 0009-0007-6928-8662

Sezer YERSÜREN

Dr. Öğr. Üyesi, Antalya Belek Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, e-posta: sezer.yersuren@belek.edu.tr
Orcid Numarası: 0000-0001-7511-5345

ÖZET

Teknolojinin ilerlemesi beraberinde birçok yeniliğin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu yeniliklerden biri de artırılmış gerçekliktir (AR). AR birçok alanda olduğu gibi yiyecek içecek işletmelerinde de kullanılmaktadır. Dolayısıyla bu inovatif aracın restoran işletmelerinde yarattığı etkilerin anlaşılması ve açıklanması önem arz etmektedir. Bu nedenle çalışmada artırılmış gerçekliğin restoran işletmelerindeki rolünün anlaşılması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda AR, müşteri deneyimi ve hizmet işleyişi açısından incelenmektedir. Çalışmada nitel veriler kullanılmaktadır ve nitel araştırma yöntemlerinden biri olan durum çalışmasından (Case Study) yararlanılmaktadır. Çalışmanın verileri Cosmos Theatre Antalya'da Le Petit Chef AR uygulamasını içeren restoranın üst düzey yetkililerinden yüz yüze görüşme tekniği ve yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla elde edilmiştir. Bu veriler betimsel analiz tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonucunda artırılmış gerçekliğin restoran işletmelerinde uygulanabilir olduğu ve işletme çalışanları ve müşteriler tarafından benimsendiği anlaşılmaktadır. AR müşterilerin yemek deneyimini zenginleştirmekte, eğlenceli, keyifli ve unutulmaz anılar sunan bütüncül bir deneyim yaratmaktadır. Restoran işletmeleri AR teknolojisini kullanarak rakiplerinden farklılaşabilmekte, marka değeri yaratabilmekte ve hizmet kalitesini artırabilmektedir. Ayrıca restoran işletmelerinin hizmet işleyişi ve operasyonel faaliyetlerinde kolaylaştırıcı ve yardımcı bir rol üstlenebilmekte ve işlerin daha verimli, pratik, hızlı ve etkili yürütülmesini sağlayabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Artırılmış gerçeklik, Artırılmış gerçeklik uygulamaları, Yiyecek içecek işletmeleri, Le Petit Chef.

ABSTRACT

Technological advancements have paved the way for numerous innovations, one of which is augmented reality (AR). Like in many other fields, AR is also being used in the food and beverage industry. Therefore, understanding and explaining the effects of this innovative tool in restaurant businesses is crucial. This study aims to comprehend the role of augmented reality in restaurant businesses. In this context, AR is examined in terms of customer experience and service operations. Qualitative data is used in the study and the case study, which is one of the qualitative research methods, is utilized. The data for the study were obtained from face-to-face interviews with senior officials of a restaurant in Cosmos Theatre Antalya that includes the Le Petit Chef AR application, using a semi-structured interview form. This data was analyzed using the descriptive analysis technique. The results of the analysis indicate that augmented reality is applicable in restaurant businesses and is embraced by both employees and customers. AR enriches the dining experience, creating a holistic experience that offers entertaining, enjoyable, and memorable moments. By using AR technology, restaurant businesses can differentiate themselves from competitors, create brand value, and enhance service quality. Moreover, AR can play a facilitative and supportive role in the service operations and operational activities of restaurant businesses, making tasks more efficient, practical, fast, and effective.

Keywords: Augmented reality, Augmented reality applications, Food and beverage businesses, Le Petit Chef.

GİRİŞ

Günümüz işletmelerinin teknolojiye ayak uydurması önem arz etmektedir. Teknolojide yaşanan gelişmeler bireylerin istek ve ihtiyaçlarını etkilemekte ve bireyleri daha deneyim odaklı bir yapıya dönüştürmektedir. Bu nedenle değişimi takip eden ve yeniliğe açık işletmeler değişen müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilecek ürünleri, hizmetleri ve deneyimleri sunabilmektedir. Aynı zamanda teknolojideki ilerlemeler kişilerin yeme içme deneyimini de etkilemektedir. Bu etki, yemek yemeyi karın doyurmanın ötesine taşıyarak deneyimsel bir bütün haline getirmektedir. Bu durum yiyecek ve içecek işletmelerinde önemli değişimler ve dönüşümler yaratmaktadır. Yiyecek içecek işletmeleri değişime ayak uydurmak ve değişen tüketici taleplerini karşılayabilmek için inovatif yaklaşımlar sergilemeye başlamaktadır. Bu inovatif yaklaşımların başında artırılmış gerçeklik (AR) gelmektedir. AR, gerçek dünyaya sanal nesnelerin eklenmesi ve bu çevrenin zenginleştirilmesi ile ilgilidir. Bu yenilikçi yaklaşım birçok restoran işletmesinde kullanılmaktadır ve en önemli örneği de dünya genelinde yaygın olarak uygulanan projeksiyon temelli 3D haritalama teknolojisini kullanan “Le Petit Chef” AR uygulamasıdır. Bu teknolojik araçlar kişilerin deneyimlerini zenginleştirebilmekte ve unutulmaz anılar yaşanmasını mümkün kılabilir. AR uygulamaları kullanan restoran işletmeleri rakiplerinden farklılaşabilmekte, hizmet kalitelerini artırabilmekte ve operasyonel verimliliklerinde artış sağlayabilmektedir. Aynı zamanda restoran işletmelerinin hizmet ve operasyonel faaliyetlerinde kolaylaştırıcı ve yardımcı bir rol üstlenebilmekte, işlerin daha verimli, pratik ve etkili yürütülmesinde önemli bir araç görevi görebilmektedir. Bu yeni dünyanın deneyim ve hizmet anlayışında önemli yeri olan AR teknolojisinin incelenmesi önem arz etmektedir. Bu nedenle bu çalışmada, “Le Petit Chef” konsepti üzerinden AR’ın restoran işletmelerindeki rolünün anlaşılması amaçlanmaktadır. Ayrıca bu teknolojinin müşteri deneyimi ve hizmet işleyişindeki rolü üzerinde de durulmaktadır. Böylece sektördeki yeniliklerin ve gelişmelerin anlaşılması, müşteri deneyiminin geliştirilmesi, yönetim ve operasyonel iyileştirilmelerin gerçekleştirilmesi ve gelecekteki AR tabanlı çözümlerin tasarlanması mümkün olabilmektedir.

LİTERATÜR

Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte, bilgisayarlar aracılığıyla oluşturulan sanal dünyalar giderek çeşitlenmekte ve genişlemektedir. Bu bağlamda, AR uygulamaları, gerçek dünyadaki çevrenin bilgisayar ortamında simüle edilip sanal dünyaya entegrasyonunu sağlamaktadır (Carmigniani ve Furht, 2011). AR, gerçek ve sanal dünya arasındaki nesneler üzerinden eşzamanlı etkileşimi mümkün kılan bir teknoloji olarak tanımlanmaktadır (Azuma, 1997). Araştırma ve keşif deneyimleri sunan AR uygulamaları, beş duyuya hitap ederek kullanıcılara özelleştirilmiş deneyimler sunma kapasitesine sahiptir (Stapleton ve Hughes, 2006).

AR simülasyonları, günümüzde restoranlar da dahil olmak üzere birçok sektörde kullanım alanı bulmaktadır. Bu simülasyonlar, konuklara yemeklerinin hazırlanış sürecini eğlenceli bir deneyim olarak sunan çeşitli uygulamaları içermektedir (Hwang vd., 2012). Yiyecek ve içecek işletmeleri, sürekli değişen ve gelişen pazarda rekabet avantajı elde edebilmek için teknolojiyi yenilikçi bir şekilde takip etmenin önemini vurgulamaktadır (Cankül vd., 2018). Müşterilerin sipariş vermesinden yiyeceklerin hazırlanıp sunulmasına kadar geçen süreçte, teknolojik yenilikler önemli bir rol oynamakta ve AR uygulamalarıyla sunulan deneyimleri geliştirmek, zenginleştirmek ve kişiselleştirmek mümkün hale gelmektedir. AR ile yemek deneyimi unutulmaz bir anıya dönüştürülebilmektedir. Yönetim ve hizmet işleyişinde önemli yardımcı bir rol üstlenebilmektedir. Ayrıca müşteri deneyim kalitesini ve hizmet kalitesini geliştirilebilmekte ve yönetsel anlayışta kazanımlar da sağlayabilmektedir.

AR yiyecek ve içecek işletmelerinde uygulanabilen etkili bir gerçeklik teknolojisidir. Dominos Pizza Hero AR, AREasyCooking ve ServAR gibi mobil AR uygulamaları bulunmaktadır. Daha da önemlisi ise Le Petit Chef, White Rabbit, Ultraviolet, Moon Flower Sagaya Ginza, Inamo Soho ve Sublimotion gibi restoranlarda sürükleyici AR deneyimleri sunulmaktadır. Bu örnekler yemek deneyiminin başka bir evreye geçtiğini göstermektedir. Yemekle gösterinin, eğlencenin ve bambaşka dünyaların bir arada olduğu bütüncül bir deneyimi ifade etmektedir. Böylece yemek deneyimleri daha özel ve eşsiz kılınmakta ve hatırlanabilir anılar yaratılması mümkün olabilmektedir. Birçok alanda etkisini hissettiren AR teknolojisinin akademik açıdan

da incelenmesi önemlilik arz etmektedir. Bu noktada AR üzerinde çok sayıda çalışma yapıldığı görülmektedir. Çalışmanın amacı gereği restoran işletmeleri özelinde yapılan çalışmalar dikkate alınmaktadır. Bu çalışmaların büyük çoğunluğunun mobil uygulamalar üzerinde olduğu anlaşılmaktadır (Rollo vd., 2017; Chaurasiya vd., 2019; Oh ve Kim, 2020; Kolkur vd., 2021; Mali vd., 2021; Mandviwala vd., 2022; Çöl vd., 2023). Bu çalışmada ise sürükleyici AR deneyimleri üzerinde durulduğundan yapılan araştırmalar bu kapsamda incelenmiş ve fazla çalışmaya da rastlanılmamıştır. Bu çalışma örneklerinden biri olan Margetis vd., (2013) müşterilerin sipariş vermesini kolaylaştıran, eğlenceli, sosyalliği artıran ve masa yüzeyine yerleştirilen bir AR restoran masası olan iEat üzerinde çalışmalarını gerçekleştirmiştir. Çalışmada fiziksel nesnelerle etkileşime geçilerek deneyimlerin geliştirilmesi üzerinde durulmaktadır. Çalışma sonucunda, uygulamanın kullanıcıları sipariş vermede teşvik ettiği, müşterilerin sosyalleşmesine ve eğlenceli bir deneyim yaşamalarına katkı sunduğu ortaya çıkmıştır. Tuncer (2020)'in akıllı teknolojilerin restoran müşteri deneyimindeki rolünü inceleyen çalışmada, AR gibi akıllı teknolojilerin müşteri deneyimini geliştirdiği ve olumlu katkılar sunduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Yemsi-Paillissé (2020) çok duyulu deneyimler sunan Ultraviolet restoranına ilişkin keşifsel bir çalışma gerçekleştirmiştir. Batat (2021) ise artırılmış gerçekliği Le Petit Chef üzerinden inceleyerek müşterilerin yemek deneyimleri üzerinde durmuştur. Çalışma sonucunda AR uygulamasının müşteri deneyimini iyileştirebildiği, zenginleştirebildiği ve olumlu tutumların geliştirilmesini mümkün kılabilirdiği görülmektedir. Huang vd., (2022) bir üç boyutlu yemek sipariş platformu üzerinde çalışmış ve AR'ın unutulmaz deneyimler sağladığı ve bu sürükleyici deneyimin temelinde de daldırmanın olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Amin vd., (2022) ise üç boyutlu yiyeceklerin modellenmesi üzerinde durmuştur. Bu çalışmada menüde yer alan yemekler 3D olarak görselleştirilmiş ve daha ilgi çekici hale getirilmiştir. Bu modelleme ile müşteri satışları ve restoran sadakati artırılabilir. Karimun vd., (2023) müşterilerin restoranda AR teknolojisini benimsemelerini motive eden unsurlar üzerinde durmuştur. Bu noktada hazcı ve faydacı unsurların AR kullanımını motive ettiği ve AR uygulamalarına olumlu tutum sergileyenlerin kullanım niyetlerinin daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Sonuç olarak sürükleyici deneyimler sunan AR çalışmalarına bakıldığında çalışmaların çoğunlukla restoran müşteri deneyimleri üzerinde durduğu ve AR'ın restoran sektörü için önem arz ettiği görülmektedir. AR'ın müşterilere daha sürükleyici bir yemek deneyimi sunulabileceği anlaşılmaktadır. Araştırmalar, değişen restoran müşteri profilinin işlevsel ve duygusal ihtiyaçlarına cevap verebilmek için dijital teknolojileri restoranlara entegre ederek restoran deneyiminin yeniden dizayn edilmesine ihtiyaç olduğunu göstermektedir. Böylece restoranlar, müşterilerin yeni taleplerini karşılayabilmekte ve yemek deneyimlerini zenginleştirebilmektedir. AR gibi uygulamalarla restoran işletmeleri tat ve lezzet gibi gıdanın duygusal yönlerini de geliştirebilmekte ve eğlenceli bir restoran deneyimi sunabilmektedir. Restoranlar menülerde yer alan yiyecekler hakkında detaylı bilgiler verebilmekte ve unutulmaz sosyal deneyimler sunabilmektedir. Aynı zamanda AR, müşteri davranışlarını ve tutumlarını yeniden şekillendirebilmekte (Batat, 2021) ve restoran işleyişinde yardımcı ve etkili bir rol de üstlenebilmektedir. Yiyecek içecek işletmelerinde giderek artan önemi ve kullanımı AR'ın bu alanda incelenmesini önemli kılmaktadır. Bu nedenle bu çalışmada, AR'ın yiyecek içecek işletmelerindeki rolünün anlaşılması amaçlanırken bu inovatif yapının müşteri deneyimi, restoran yönetimi ve hizmet operasyonundaki rolü üzerinde de durulmaktadır. Bu kapsamda alanyazında bir çalışmaya rastlanılmamış olması çalışmanın özgünlüğünü göstermektedir. Dolayısıyla bu çalışma, inovatif teknolojilerin işletmeler üzerindeki rolünü anlamak ve açıklamak için bir fırsat sunmaktadır. Ayrıca müşteri deneyimlerinin zenginleştirilmesine, pazarlama stratejilerinin dönüştürülmesine, müşteri sadakati ve marka bilinirliği oluşturulmasında derinlemesine bir anlayış sunabilmektedir. Aynı zamanda bu çalışma; sektördeki yeniliklerin ve gelişmelerin anlaşılmasına, müşteri deneyim kalitesinin geliştirilmesine, yönetim ve hizmet iyileştirmesinin gerçekleştirilmesine, yönetsel ve deneyimsel zenginleştirmelere ve gelecekteki AR tabanlı çözümlerin tasarlanmasına katkı sağlayabilmesi açısından önem arz etmektedir.

YÖNTEM

Çalışmanın amacı doğrultusunda, nitel araştırma desenlerinden biri olan durum/vaka (case study) çalışmasından yararlanılmıştır. Le Petit Chef AR restoran uygulamaları gibi yeni veya erken aşamadaki bir olgunun araştırılmasına faydalı bir yaklaşım olması (Davies ve Chun, 2002), bu yeni olgunun bağlamsal

önem içermesi (Miles, 1979), bütünsel bir tanımının yapılabilmesi (Gummesson, 2000) ve bir olgunun ya da sosyal bir birimin kapsamlı ve bütünsel betimlemesini ve analizini sunabilmesi nedeniyle çalışmaya uygunluk gösterdiği düşünülmektedir (Merriam, 1998; Yin, 2009; Yıldırım ve Şimşek, 2016). Böylece AR teknolojisinin rolünün detaylı bir şekilde anlaşılması, keşfedilmesi ve bütüncül bir anlayışla ortaya konulması mümkün olabilmektedir. Bu doğrultuda bir restoran AR uygulaması olan Le Petit Chef Cosmos Theatre Antalya tercih edilmiştir.

Çalışmanın evreni ve örnekleminin belirlenmesi araştırmanın genellenebilirliği açısından önemlidir. Evren, araştırma sonuçlarının genellenmek istediği tüm kitleyi ifade ederken, örneklem ise bu evrenden belirli kurallara göre seçilmiş ve evreni temsil ettiği kabul edilen daha küçük bir gruptur (Karasar, 2015; Gürbüz ve Şahin, 2018; Ekiz, 2020). Bu bağlamda çalışmanın evreni, dünya genelinde Le Petit Chef AR uygulamasını içeren 34 ülkede 67 işletmeden meydana gelmektedir. Araştırmanın örneklemini ise Antalya'da bulunan Le Petit Chef uygulamasını kullanan Cosmos Theatre Antalya oluşturmaktadır. Araştırmada kolayda ve amaçlı örnekleme yöntemlerinden faydalanılmıştır. Kolayda örnekleme, sadece ulaşılabilir olan kişilerin örnekleme dahil edilmesi olarak tanımlanabilir. Bu yöntem, zaman ve bütçe kısıtlamaları olduğunda ve çalışmanın hızlı ve pratik bir şekilde yürütülmesi gerektiğinde tercih edilebilmektedir (Sekaran ve Bougie, 2016; Yıldırım ve Şimşek, 2016; Gegez, 2019). Kolayda örnekleme, verilerin en rahat şekilde elde edilebileceği bireylerin seçilmesini sağlamaktadır (Kurtuluş, 2010). Araştırmacı, amaçlarına hızlı ve kolay ulaşabilmek için bu yöntemi kullanarak seçimini yapabilmektedir (Kozak, 2015, s. 118). Bu nedenle, Antalya'da gerçekleştirilmesi planlanan bu çalışma için diğer Le Petit Chef uygulamasına sahip işletmelere ulaşmanın zor ve maliyetli olması nedeniyle Cosmos Theatre Antalya tercih edilmiştir. Amaçlı örnekleme ise, belirli durumların, olayların ve olguların derinlemesine incelenmesini sağlamak ve zengin bilgiye sahip olduğu varsayılan durumların detaylı şekilde keşfedilmesini mümkün kılmaktadır (Tarhan, 2015; Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bu yöntemle, araştırmacı öznel kararlarına, geçmiş deneyimlerine ve kayıtlara dayanarak evrenden uygun gördüğü bireyleri seçebilmektedir (Kurtuluş, 2010). Nitel araştırmalarda, katılımcı sayısından çok verinin niteliği önemlidir ve bu nedenle bir katılımcıdan dahi yeterli veri elde edilebilmektedir (Merriam, 1998). Amaçlı örnekleme ile bu çalışmanın amacına yönelik doğru ve detaylı verilere hızlı bir şekilde ulaşılması hedeflenmiştir.

Çalışmada nitel verileri yüz yüze görüşme tekniği ve yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla gönüllü katılımcılardan elde edilmiştir. Görüşme formu alanyazın taraması ve uzman görüşü alınarak oluşturulmuştur. Çalışmanın verileri 14.05.2024-24.05.2024 tarihleri arasında iki yetkilinin sağlık sebepleriyle katılım sağlayamadığı Cosmos Theatre Antalya'da Le Petit Chef uygulamasında uzman üç üst düzey yetkiliyle görüşülerek elde edilmiştir. Katılımcıların görüşme süreleri 40 dk. 21 sn. (k1), 26 dk. 28 sn. (k2) ve 30 dk. 39 sn. (k3) şeklinde oluşmaktadır. Yapılan görüşmeler öncesi katılımcılara çalışmanın amacına ilişkin bilgilendirme sağlanmış ve katılımcıların her birine katılımcı onam formu ve gönüllü katılım formu oluşturulmuştur. Verilen izinler neticesinde görüşmeler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Yapılan görüşmeler sonrasında elde edilen ses kayıtları öncelikle bilgisayar aracılığıyla yazı formatına dönüştürülmüştür. Sonrasında bu veriler betimsel analiz tekniği ile analiz edilmiştir.

Bu yaklaşımda önceden elde edilen veriler daha önce araştırmacı tarafından oluşturulan temalara göre özetlenebilmekte ve yorumlanabilmektedir. Aynı zamanda katılımcıların araştırma sorularına verdikleri yanıtların içeriği ve soruların boyutları doğrultusunda da temalar oluşturulabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 239-240). Bu bilgiler ışığında bu çalışmada oluşturulan temalar şu şekilde oluşturulmuştur:

- 1- AR Uygulaması
- 2- Müşteri Deneyimi
- 3- Restoran Yönetimi ve Hizmet Operasyonu

BULGULAR VE YORUM

Bu çalışmada veriler katılımcılarla yapılan görüşmelerden elde edilmiştir. Elde edilen veriler analiz edilmiş ve üç ana tema oluşturulmuştur. Bu temalara ilişkin bilgiler bulgular kısmında sunulmuştur.

AR Uygulamasına İlişkin Bulgular

Sürükleyici bir restoran AR uygulaması olan Le Petit Chef, özellikle *uluslararası gastronomiyle yakından ilgilenen kişiler tarafından takip edilen ve bilinen* bir AR uygulamasıdır (k1). Dünya genelinde 34 ülkede 67 işletmede uygulanmaktadır. Bu uygulamada projeksiyon temelli 3D haritalama tekniği kullanılmaktadır. Bu uygulamada yemek masalarının üzerine projeksiyonlar aracılığıyla sanal küçük bir şef yansıtılır ve bu şef, misafirin restoranda deneyimleyeceği yemekle koordineli olacak şekilde o yemeği sanal evrende sinematik bir hikayeye hazırlamaktadır. Bu uygulama *Marco Polo, Peru vb. gibi farklı içeriklere de sahiptir* (k1). Restoran beş kors (başlangıç, çorba, ara sıcak, ana yemek ve tatlı) üzerinde bu uygulamaya yer vermektedir. *Her kors 15 dk. civarında sürerken tüm yemek deneyimi ise 1 saat 15-20 dk. civarında sürmektedir* (k2). *Küçük şefin yer aldığı animasyon ise her korsta ortalama 3-3,5 dakikadır* (k1). Restoranda *grand menü, klasik menü, vejetaryen menü ve çocuk menüsü* olmak üzere dört menü bulunmaktadır (k3). Misafirler menülerini daha restorana gelmeden rezervasyon aşamasında seçmek durumundadır. Dolayısıyla *restorana gelecek kişi sayısı bellidir ve tek serviste 20 kişiyi geçememektedir*. Ayrıca restorandaki *masalar 2 kişilik ve 4 kişilik* (k2) olacak şekilde dizayn edilmektedir ve bu masalar AR deneyimini sunabilecek şekilde ayarlandığından masaların düzeninde bir değişiklik yapılması mümkün görünmemektedir. Bu nedenle misafirler tanımadıkları kişilerle de masayı paylaşmak durumunda kalabilmektedir.

Bu konsept yemek, sanat, sinema, animasyon ve dijital gösteriyi birleştiren bütüncül bir yemek deneyimi sunan interaktif ve inovatif bir yapıya sahiptir. Bu uygulama belirli dijital alt yapının ve diğer unsurların gerekliliğine ihtiyaç duymaktadır. *Doğru projeksiyonların kullanılması, doğru kablolama sistemi, kalibrasyon, masa ve projeksiyonların doğru konumlandırılması ve doğru açıda bulunması, görüntünün minimum 4K'yı destekliyor olması, yemek masalarının doğru dizayn edilmesi, sabitlenmesi, aralarındaki mesafelerin ve projeksiyonlarla olan mesafelerinin doğru hesaplanması ve masaların üzerinde çok az şeyin bulunması* (k1) bu bütüncül deneyim için olması gerekenler arasında yer almaktadır. Bununla birlikte *masa örtüsünün rengi ve dokusu, tabakların ölçüsü, rengi ve ürünlerin ışığı sızdırmaması ve masayla tabak arasındaki yüksekliğin doğru seviyede olması* (k1) gerekmektedir. Servis esnasında deneyime zarar verilmemesi açısından gölgeleme yapılmaması önemlidir. Aynı zamanda yemeklerin doğru zamanda hazırlanması ve sunulması, garsonların servislerini tam zamanında, doğru açıdan, hızlı ve mümkün olduğu kadar sessiz bir şekilde yapması gerekmektedir.

Bu sürükleyici restoran AR uygulamasının hayata geçirilmesi teknolojik alt yapının elzem ve önemli olması gibi nedenlerle zorlu ve maliyetli bir süreci beraberinde getirmektedir. Bu zorluklara ek olarak operasyonel işleyişte de bazı zorluklar yer almaktadır. *Misafirin masa örtüsünü çekmesi, garsonun masaya çarpması* (k1), servis esnasındaki kazalar, menüler sabit olduğundan alerjisi olan misafirlerin ürünlerde değişiklik istemesi, mutfaktaki hazırlama aşamasından sunuma kadar ki tüm sürecin olması gerektiği zamanda gerçekleştirilmesi gerekliliği, *misafirin yemeğini geç veya erken bitirmesi* (k2), *menülerde yer alan yemeklerin kültürel farklılıklardan* (k2) veya *alerjik durumlardan dolayı çıkarılmak zorunda kalınması* (k3), 3D animasyon ile gerçek hayattaki yemeklerin görsel entegrasyonunun tam olması, animasyonun ve menünün bir bütün olması gerekliliği, *tüm deneyim süresince her şeyin belirli kurallara göre belirli standartlarda bütüncül bir bakış açısıyla yapılmak zorunda olması* (k3) bu zorluklardan bazılarıdır. Aynı zamanda dijitale aşırı bağımlı olan bu inovatif deneyimde teknolojik çerçevede sorunlar yaşanabilmektedir. Farklı içerikler olsa da bu çeşitliliğin zaman, maliyet ve teknolojik yetersizlikten dolayı kimi zaman yetersiz kalması, *animasyonun çok nadiren de olsa donması* (k2) gibi zorluklar da bulunmaktadır.

AR uygulamalarının gastronomiyle bir araya gelmesi önemlilik arz etmektedir. *Gastronomi ve teknoloji birbirinden güç alan bir bütün* olarak ifade edilebilmektedir (k2). Teknolojiden uzak durmamak restoranın

ve yemek deneyiminin gelişimine katkı sağlaması olasıdır (Batat, 2021). Böylece AR gibi teknolojiler gastronomi dünyasına *yeni konseptler yaratabilmektedir* (k2). Bunun dışında yeni nesil yemek deneyimleri de kazandırabilmektedir. Ancak bu gelenekselliğin ortadan kaldırılmasına neden olmamalıdır. Bu durum *gelenekselliği modernize etmek* olarak ifade edilebilmektedir (k1). Geleneksel yapının korunup teknolojiyle bütünleştirilerek markanın oluşturulması önemlidir. AR gibi yenilikler deneyim ve hizmet açısından değerli olsa da bir yemeğin yapımında insan unsurunun varlığı o yemeği daha anlamlı kılmaktadır. Sistemsel olarak restoranlar bir yemek deneyiminde teknolojiyi kullanmalıdır ancak *ürün* yine de *geleneksel kalmalıdır* (k1). AR uygulamaları restoranların gelişiminde rol alabilmektedir ve marka değerlerine katkı sağlayabilmektedir. Ayrıca restoranların *ulusal ve uluslararası tanıtımında etkili bir araç* olabilmektedir (k1, k3). Le Petit Chef gibi restoran uygulamaları maliyetli bir ürün ve hizmet inovasyonudur. Bu maliyeti sürdürülebilir yapabilmek için bu uygulamaların o ülkede üretiliyor olması önem arz etmektedir. Dolayısıyla teknolojik alt yapı bu tarz uygulamaların sunulmasında temel oluşturmaktadır. Bu ve benzeri deneyimlerin talep göreceği bununla birlikte *restoran uygulamalarının değişeceği, gelişeceği ve yenileneceği* görülmektedir (k1). Bu deneyim hayal gücüyle yakından ilişkili olduğundan farklı ve çeşitli deneyimler sunan uygulamalar ortaya çıkacaktır. AR, restoran özelinde de çok geniş bir yelpazeye sahiptir. Bu noktada *gastronomi ve AR bir araya gelerek fantezilerin ve fantastik işlerin hayata geçirilebilmesi* mümkün gözükmemektedir (k1). AR deneyimleri *sanal gerçeklik gözlükleriyle bütünleştirilerek daha deneyim odaklı yemek deneyimleri* oluşturulabilmekte (k2) veya *3D bir dünyada bir yemek deneyimi* yaşatılabilmektedir (k3). Gastronomi yeniliğe açık ve bu yenilikleri kendi bünyesinde özümseyebilen ve kendi gelenekleriyle sentezleyebilen önemli bir alandır. Dolayısıyla restoran işletmeleri bu yeni nesil yemek deneyim dünyasında var olmak için AR gibi teknolojileri kullanması önem arz etmektedir. Bu teknolojiler restoran işletmesinin markasına, kalitesine, tanınırlığına katkı sağlayabilmektedir. *Yeni bir deneyim ve eğlenceli bir iş atmosferi* yaratılmasında fayda sunabilmektedir. Ayrıca önemli maddi kazanımlar sağlayarak *karlılık oranlarında önemli artışlar* sağlamaktadır (k1). Bu inovatif yaklaşımlar işletmenin yanında *bölgeye de önemli değerler katmaktadır* (k1). Bölgeye gelecek olan turist sayılarında veya harcama oranlarında artışlar sağlayabilmektedir. Bu deneyimin bölgeye sunulması da restoran işletmelerinin imajında ve tekelleşmesinde bir rol üstlenebilmektedir. Restoran işletmesi açısından ise misafir sayısının ve siparişlerin önceden biliniyor olması ihtiyaç duyulan personel sayısında, maliyette, denetimde, *hizmet kalitesi ve işleyişinde önemli kazanımlar sağlayabilmekte ve restoranlar için karlı bir sonuç* doğurmaktadır (k3, k2). Aynı zamanda yemek hazırlığı sürecinde *restoranlarda mutfak kayıplarının minimize edilmesinde* etkili bir araç olarak görev yapabilmektedir (k3). Bu durum sürdürülebilirliğe de hizmet etmektedir. Ayrıca bu konsept esprili bir hikayeyle eşsiz ve eğlenceli bir yemek deneyimi yaşatabilmektedir. Bu, misafirler yemeğin bütünleşmesini sağlayabilmektedir. Böylece misafir memnuniyetinin artması, yemek deneyiminin zenginleştirilmesi ve daha kaliteli zaman geçirilmesi mümkün olabilmektedir. Sonuç olarak AR uygulamalarının restoran yönetimi ve işleyişinde önemli kazanımlar sağladığı gibi misafirlerin yemek deneyimlerinin daha keyifli, eğlenceli ve unutulmaz geçmesi noktasında da önemli değerler sunmaktadır (Margetis vd., 2013).

Müşteri Deneyimine İlişkin Bulgular

Le Petit Chef eğlenceli bir yemek deneyimi yaşatmaktadır. Farklı içeriklerle 6 cm.'lik minik şef keyifli ve unutulmaz bir deneyim sunmaktadır (Batat, 2021; Huang vd., 2022). Bu deneyim derin bir sanatsal bilgiyi en son teknolojiyle birleştirerek kullanmaktadır. Çarpıcı animasyonlarla yemek deneyimini zenginleştirmekle (Batat, 2021) kalmaz aynı zamanda yemek deneyimini farklı boyutlara taşımaktadır. Bu uygulama *çocuklara hitap ediyor gibi dursa da* (k1) tüm yaş grupları ve *herkesim* (k3) bu deneyimi yaşamak istemektedir. İnsanlar teknolojiyle iç içe olan bu deneyimi *doğum günleri, evlilik yıldönümleri* (k1) gibi özel günlerde de talep etmektedir. Ayrıca *grand ve vejetaryen menüler* (k2) gibi çeşitli menülere sahip olunması farklı lezzetlerle artırılmış gerçekliği bütüncül bir deneyime dönüştürülebilmektedir.

Yemek masa sayısının sınırlı ve oturma düzeninin belirli çerçevede olması rezervasyonun dolu olduğu zamanlarda misafirlerin farklı kişilerle *aynı masayı paylaşımlı olarak kullanabilmesini* gerektirmektedir (k2). Bu paylaşımlı deneyim sosyalliğin gelişmesini olanaklı kılabilmektedir. AR uygulaması olan Le Petit Chef konseptinde küçük şefin esprili bir şekilde yemekleri hazırlaması ve aynı yemeğin fiziksel olarak

sunulması *misafirlerin hoşuna gitmekte* ve onları mutlu etmektedir (k1). Eğlenceli bir yemek deneyiminin sunulması temeline dayanan (Margetis vd., 2013) bu inovatif yapı, misafirleri *memnun* (k1) ederek *unutulmaz deneyimler* (k1) yaşatmaktadır (Batat, 2021; Huang vd., 2022). Böylece hatırlanabilir özel anılar biriktirmek mümkündür. Bu durum “*fan dining*” (k1) adında yeni nesil bir konseptin doğmasını da sağlamaktadır. Bunun temelinde artırılmış gerçekliğin sunduğu eğlence ve restoranın sunduğu kaliteli yemek yatmaktadır. Dolayısıyla animasyon, ambiyans, yemek kalitesi ve AR “*fan dining*” konseptinde bütüncül bir deneyime hizmet etmektedir. Ayrıca restoran işletmesi bu konseptle koordineli olarak *çocuklara şef kepleri dağıtmakta ve bir çalışan şef kıyafetleriyle heyecanlı ve esprili davranışlar* (k1) sergilemektedir. Bu, *deneyimin bütünleştirilmesi ve yaşatılmasını* (k1) da mümkün kılmaktadır.

Le Petit Chef AR uygulamasının bu yenilikçi anlayışı merak duygusu uyandırdığından insanları bu deneyim içerisinde yer almak istemektedir. Ayrıca bu deneyimi daha önce deneyimleyenler de *tekrar restorana gelmekte ve yanlarında arkadaşlarını veya ailelerini de* (k3) getirmektedir. Dolayısıyla bu deneyim, restorana gelen misafirlerin tekrar gelişlerini olumlu etkilemekte ve restoranın çekiciliğini artırmaktadır (Batat, 2021; Amin vd., 2022; Karimun vd., 2023). Ayrıca aile olarak keyifli zaman geçirmek isteyenlerin *bir araya geldiği, eğlendiği ve yemeğin tadını çıkardığı* (k3) önemli ve tercih edilen konseptlerden biri olarak göze çarpmaktadır. Sıradan yemek deneyimlerinden farklı bir işleyiş ve yemek deneyimi sunması özellikle yemek hazırlama süreçlerinde oluşan bekleyişlerde misafirlerin sıkılmalarını engellemektedir. Böylece misafirler *yemeğin ve ortamın keyfini* (k3) sürmektedir. Bu da restoran deneyiminden misafirlerin *mutlu olarak ayrılmasını* (k3) olanaklı kılmaktadır.

AR yemek deneyimi kültürel yapıdan etkilenebilmektedir. Konsept gereği ve uygunluğu açısından *bouillabaisse çorbası sunulurken* (k1) kültür içinde daha aşına olunan *mercimek çorbasının istenmesi* (k1) gibi durumlar söz konusu olabilmektedir. Bu durumlarda misafirlerin alerjileri vb. yok ise bu eşsiz deneyimi yaşamaları için yönlendirilebilmektedir. Ancak yapılan yönlendirmelere rağmen yemek kültüründeki farklılıklar bu deneyimi etkileyebilmektedir. Le Petit Chef’in içeriği gereği menülerin hazırlanması söz konusu olmaktadır. Bu da misafirlerin *damak tadına uygun olmayabilmektedir* (k2). Ayrıca yemek sofralarını veya yemek masalarını zengin sunmak isteyen yemek kültürlerinde bu çok mümkün görünmemektedir. Bu uygulamanın gerçekleştirilebilmesi için yemek masasında mümkün olduğu kadar hiçbir şey olmaması gerekmektedir. Ancak içerik konusunda yapılan *bilgilendirmeler, yemeklerin lezzetli olması, teknolojinin yarattığı heyecan* (k2) ve deneyime odaklanılmasının sağlanması yemek deneyimine olumlu katkılar sunabilmektedir (Tuncer, 2020). Aynı zamanda uygulama gereği yemek deneyiminin *belirli kurallar ve zaman planlaması içerisinde* (k3) olması gerekmektedir. Ancak bazı misafirler yaşadıkları deneyim periyotlarını o süre içerisinde tamamlamayarak yaşadıkları deneyimi uzatmak isteyebilmekte veya hızlı yemek yiyen misafirler daha deneyim bitmeden yemeklerini bitirebilmektedir. Bu durum bütüncül deneyimi aksatabildiği gibi deneyime de zarar verebilmektedir. Bu nedenle misafirler uyarılabilmekte ve konuya ilişkin bilgilendirme yapılabilir. Bu durum benzersiz deneyimin etkileyiciliği sayesinde anlayışla karşılanabilmektedir. Dolayısıyla misafirlerin bu deneyim içerisinde daha fazla kalmak istediği ve deneyimle sarmalanmanın daha değerli olduğu yorumu yapılabilir.

Bu teknolojik yapı sunduğu etkileyici yemek deneyimi ile misafirleri *mutlu etmekte* (k2) ve *merak uyandırmaktadır* (k3). Bölgeye gelen *yerli ve yabancı turistler bu konsepti duyduklarında restorana gelip* (k3) bu deneyimi yaşamak istemektedir. Dolayısıyla AR uygulamaları restoran işletmeleri için etkili bir tanıtım ve pazarlama aracı ve önemli bir çekicilik unsuru olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca bu konsept interaktif bir yemek deneyimi sunabilmektedir. Misafirler tanımadıkları kişilerle masa paylaşımı yapabildiğinden bu etkileşim içerisine girebilmektedir. Kimi zaman da çalışanlar ile bu deneyimi daha etkileşimli olarak yaşayabilmektedir. Özellikle yemek için gezenlerin içinde olduğu bu deneyim *Fransa’da şu sosu gördüm bunu denesenize* şeklinde tavsiyelerde bulunarak yemek deneyiminin farklılaştırılması ve zenginleştirilmesini mümkün kılmaktadır (Batat, 2021). Ayrıca restoran işletmeleri bu *tavsiyeleri deneyerek* (k3) kendilerini geliştirebilmekte ve diğer işletmelere göre *avantaj sağlayabilmektedir* (k3).

Bu inovatif deneyimi yaşamak isteyen misafirler restorana gelirken hem yemek kalitesi hem de deneyim kalitesi noktasında belirli bir *beklentiyle gelmektedir* (k2) ve bu beklenti, AR uygulamasının yarattığı

deneyim, yemeklerin lezzeti ve kalitesi ve restoranın ambiyansı ve diğer hizmetleri (sahne efektleri, profesyonel servis anlayışı, şovlar, özel mixolog sunumları vb.) ile bütüncül bir deneyim olarak karşılanabilmektedir. Dolayısıyla bu, tatmin edici bir servis işleyişinin olduğunu göstermektedir. Ayrıca deneyimden duyulan memnuniyet *tekrar restorana gelişleri de* (k1) sağlamaktadır (Batat, 2021; Amin vd., 2022; Karimun vd., 2023). Çok çeşitli içerik olmamasına rağmen misafirler bu deneyimi aynı deneyim bütünüyle tekrar yaşamayı kabul edebilmektedir. Bu durum bütüncül deneyimin yarattığı etkiyle açıklanabilmektedir ve konseptin kendi içindeki özellikleri restoranın kalitesiyle birleştiğinde sıradanlıktan uzak eşsiz bir yemek deneyimi oluşturulmasını mümkün kılmaktadır (Huang vd., 2022). Aynı zamanda küçük şefin gösterisiyle yemeklerin önceden deneyimlenebilmesi yeme içme deneyim riskini azaltabilmekte ve *masaya acaba ne gelecek* (k3) endişesini ortadan kaldırmaktadır. Bu konsept, yemeğin lezzetini ve sunumunu 3D deneyimle birleştirerek daha farklı, eşsiz ve zengin bir yapıya bürünmesini sağlayabilmektedir.

Restoran Yönetimi ve Hizmet Operasyonuna İlişkin Bulgular

Le Petit Chef AR uygulaması misafirlere eğlenceli yemek deneyimi sunan *inovatif* (k1) bir hizmet anlayışına sahiptir. Bu anlayış fan dining temalı yeni bir konsept oluşturarak sıradan bir hizmet anlayışının ve restoran yönetiminin dışına çıkmaktadır. Bu uygulamanın inovatif ve dijital yapısı gastronomiyle birleşerek restorana *ilave bir marka değeri oluşturmaktadır* (k1). Teknolojinin gelişimi sonucu ortaya çıkan *artırılmış gerçekliğin yiyecek içecek sektörüne girişiyle farklı bir evreye geçilmektedir* (k2). Bu teknolojik yenilik beraberinde yeme içme alanına sanat gibi farklı alanları da katarak klasik yemek deneyiminde radikal bir dönüşüm sağlamaktadır. Böylece restoran işletmeleri farklı alanların da entegre olduğu *bütünleşik hizmet modeline doğru evrilmektedir* (k2). Böylece sektörde lider olma imkanını mümkün kılmaktadır. Geleneksel yöntemlerle dijitalin bir bütüne hizmet etmesi artırılmış gerçekliğin gastronomiye farklı yollar açma noktasında önemli katkılar sunmaktadır. Ancak teknolojik ilerleyişin takip edilmesi, *trendlerin yakalanması ve restoran işletmelerinin kendilerini yenilemeleri* (k1) önemlidir. Böylece vizyoner bir servis yapısı oluşturulabilmektedir. Günümüzde yemeğin hazırlanması ve geleneksel olarak sunulması yetmemektedir. Misafirler deneyimle sarmalanmak istemektedir ki bu durum AR ile yapılabilmektedir.

Bu uygulamada misafirler restorana gelmeden önce menülerini seçebilmektedir. Böylece restoran işletmesi *misafirler daha gelmeden önce kaç kişiye hangi yemekleri ne zaman yapacağını bilmektedir* (k1). Dolayısıyla çalışanlar daha profesyonel, sistematik ve planlı çalışabilmektedir. Bu hizmet anlayışına küçük şefin esprili animasyonu da eklenince misafirler *unutulmazlar anılar biriktirerek restorandan ayrılmaktadır* (k1). Bu yeni nesil yemek deneyimi restoranların tanıtımında önemli bir paya sahiptir. Farklı içeriklerin bir araya geldiği bu bütüncül hizmet anlayışı restorana beraberinde *artı bir güç de getirmektedir* (k2).

Le Petit Chef AR deneyiminin yaşanabilmesi için restoranın dizaynının bu uygulamayı gerçekleştirebilecek şekilde yapılması ve yemek masalarının doğru açılarda olması önem arz etmektedir. Dolayısıyla geleneksel hizmet anlayışının aksine ağırlanacak misafir sayısının önceliğinden öte bu deneyimin en optimal düzeyde yaşatılması üzerinde durulmaktadır. Bu nedenle deneyim odaklı bir hizmet anlayışının ve restoran yönetiminin sergilendiğini söylemek mümkündür. Ayrıca misafirler ne yiyeceklerine önceden karar verdiğinden yemek tercihi konusunda bir kararsızlık yaşamamakta ve böylece kararsızlığın oluşturduğu memnuniyetsizlik ortadan kalkabilmektedir (Batat, 2021). Bu durumda restoran işletmelerinin menü, servis gibi konularda *her şeye hazırlıklı olması gerekmektedir* (k1). Böylece *misafirlerin beklentileri belirli bir düzeyde tutulabilmektedir* (k1). Bu durumda restoran için *yemeklerin kaliteli olması, sunumun zamanında yapılması, yemeğin farklılaştırılması, ilgi çekici olması ve Le Petit Chef uygulamasına uygun hale getirilmesi* (k1) önem arz etmektedir (Amin vd., 2022). Bunun dışında yemek deneyimini sıradanlığın ötesinde eğlenceli bir hale getirmek gerekmektedir. Ayrıca gelecek *misafir sayısının ve siparişlerinin bilinmesi mutfakta oluşabilen zayıfları minimize* (k3) ederek sürdürülebilirliğe hizmet edebilmektedir. Bunun yanında gıdaların depolanması, satın alınması gibi konularda da efektif bir rol oynayabilmektedir. Bu, hem işletmenin yönetiminin ve işleyişinin daha verimli olmasını hem de restoran operasyonunun *daha organize ve sorunsuz gitmesini sağlayabilmektedir* (k3). Aynı zamanda *daha taze ürünler kullanılması ve bu ürünlerin daha temiz ve profesyonelce hazırlanması imkânı yarattığından*

*misafirlerde bir güven duygusu da oluşturmaktadır (k1). Le Petit Chef teknolojik bir alt yapıya sahiptir ve bu teknolojik alt yapının yetersiz olması hizmet anlayışının gerçekleştirilmesini zor bir hale getirebilmektedir (k2). Misafirlerin yemek deneyimleri belirli bir zaman dilimine sıkıştığından misafirlerin hepsine aynı zamanda aynı yemeklerin sunumunun yapılması (k2) gerekmektedir. Ayrıca yemek deneyimi belirli zaman aralıklarında küçük şefin animasyon izlencesiyle koordineli gitmek zorunda olduğundan özellikle yemeklerini yavaş yemeyi seven misafirler bu konuda yönlendirilmek (k2) zorunda kalınmaktadır. Bu da misafirlerin konforlu yemek yemelerini kısıtlayabilmektedir. Bu durumun misafirlere anlatılması da bir diğer sorunlardan biri olarak görülmektedir. Bir diğer nokta ise bu deneyimin teknolojik bir yemek deneyimi olmasından dolayı bazen uygulama donabilmekte ve yeniden başlatılması gerekebilmektedir (k2). Uygulamanın belirli kuralları olması bazı misafirlerin bu deneyime kendilerine hitap etme (k3) noktasında önyargılı bakmalarına neden olabilmektedir. Ayrıca bazı misafirler dijital evrende küçük bir şefin hazırladığı dijital yemek üretimini birebir kendi tabaklarında göremediklerinden (k3) dolayı sorunlar yaşanabilmektedir. Ancak dijital bu yemek üretimi, esprili bir hikâyeye anlatılmakta ve dolayısıyla her şeyin birebir aynı olması mümkün olmamaktadır. Buradaki amaç ana yemeğin benzerliği ile ilgilidir. Bir diğer sorun ise bazı misafirlere sunulan yemekler damak tadına uygunluk gösteremeyebilmektedir (k3). Bu noktada yemekler hakkında misafirler önceden bilgilendirilmekte (k3) ve geri dönüşler dikkate alınarak etin çok pişmiş olması gibi ufak dokunuşlar yapılabilir. Alerjik durumlarda ise *vejetaryen menü* (k3) gibi yönlendirmelerle çözümler üretilebilmektedir. Bu konseptin en önemli noktası her servisin zamanında yapılması gerekliliğidir. Dolayısıyla tüm servis operasyonu *ana yemek, deneyimin onuncu dakikanın onuncu saniyesinde verilmesi gerekiyorsa o zamanda verilmeli* (k3) örneğinden yola çıkarak dakik olma mottosu üzerine kurulmaktadır. Operasyon esnasında her şeyin planlı, nizami, zamanında, lezzetli ve belirli kurallar içerisinde gerçekleşmesi önem arz etmektedir. Deneyim başladığında mutfaktan sunuma kadar hiçbir aşamada tepsinin düşmesi gibi en ufak bir aksaklığın dahi olmaması gerekmektedir. Dolayısıyla bu, hizmetin en doğru zamanda en doğru şekilde yapılmasını elzem kılmaktadır ve bu servis işleyişi *dün sunulan bütüncül deneyimle bugün sunulan bütüncül deneyim arasında hiç fark olmamasını* (k3) da gerekli kılmaktadır. Bu, servisin tek bir işleyişe sahip tek bir standart çerçevesinde olması zorunluluğunu beraberinde getirmektedir.*

Bu konseptin hizmet işleyişinde restoranın bu deneyimi sunabilmesi için restoranın alt yapısının, hizmet operasyonunun ve mekânsal özelliklerin entegre olması önem arz etmektedir. *Masa örtüsünün rengi, dokusu, ürünün hammaddesi, tabakların rengi, ölçüsü, ışığı sızdırmazlığı, masaların yerleşim açıları, masayla tabak arasındaki yükseklik, çalışanların servis yaparken doğru açıdan masaya yaklaşması, servis esnasında gölgelendirme yapılmaması* (k1) gibi detayları olan bir hizmet anlayışı söz konusudur. Ayrıca bu yeni hizmet anlayışının temelinde zamanlama yatmaktadır. *Üç buçuk dakika süren animasyon izlencesi süresinde* (k1) mutfak çalışanları tüm siparişleri hazır hale getirmek zorundayken servis çalışanları da animasyon bitiminde aynı anda tüm servisi yapmak zorundadır. Bu, tüm çalışanların koordineli, hızlı bir sistematik içerisinde çalışmasını gerektirmektedir. Ayrıca misafirler de bir zamanlama içerisinde yer almaktadır. Her korsta yeni bir deneyime geçilecek olması ve deneyim bütününe zarar görmemesi için misafirlerin yemekleri *sekiz dakikada bitirmeleri* (k1) gerekmektedir. Dolayısıyla mutfaktan servise ve hatta misafirlere kadar tüm restoran operasyonunun senkronize olması ve tüm deneyim bitene kadar devam etmesi önem arz etmektedir. Tüm operasyonun deneyim odaklı bir anlayış içerisinde olması ve *temelinde iş zamanlamalarının mükemmel olması* (k1) yatmaktadır. Bu mükemmeliyeti restoranda yakalayabilmek için *kronometre gibi zamanlama araçları kullanılmaktadır* (k1). Dolayısıyla bu konseptin kendi hizmet işleyişinin olduğu ve bu işleyişin belirli bir sistematik içinde yürütüldüğünü söylemek mümkündür. Bir servis personelinin zamanı geldiğinde masadaki tabağı almaması veya animasyon izlencesi bittiğinde yemek sunumunu yapmaması gibi bir durum söz konusu olmamaktadır. Tüm hizmet sürecinin belirli zamanlarda belirli kurallarda *-izlencede denizden çıkarılan bir deniz ürününden bir çorba yapılıyorsa gerçek dünyada misafirlere domates çorbası verilememesi gibi* (k1)- bir sistematik içinde işlemesi gerekmektedir.

Le Petit Chef konsepti dört farklı menüden oluşsa da animasyon izlencesi grand menü üzerinden sürdürülmektedir (k2). Klasik menü grand menüden farklılık gösterse de deneyimin içeriğini

bozmamaktadır. Vejetaryen ve çocuk menüsünde ise bu durum farklılık göstermektedir. Le Petit Chef'in keskin sınırları olsa da *vejetaryen veya alerjisi olan misafirlerin olması gibi durumlarda* (k1, k3) bu sınırlar silikleşebilmekte ve sunulan animasyon deneyimi ile gerçekte servis edilenler kısmen birbirini tutmayabilmektedir. Bunun nedeni içerik olarak deneyimle tam bir entegrasyon sağlanamamasıdır. Dolayısıyla menüler Le Petit Chef içeriğiyle bazı noktalarda ayrışabilmektedir. Dolayısıyla Le Petit Chef uygulamasının hayata geçirilmesi kolay görünmemektedir. *Standartların oluşturulmasına* (k2) ihtiyaç duyulurken kişiselleştirilmiş hizmet deneyimi sunulamamaktadır. Tüm misafirler aynı deneyimle sarmalandığından *kişiye özel içerik oynatılamamaktadır* (k2). Bu deneyim için farklı menüler üzerinde durulabilir ancak dijital tasarımcıların küçük şefin dünyasında da bu değişikliği yapmaları gerekmektedir veya yazılımcılar *denizden istakoz değil balık tutan bir küçük şef animasyonu yaparsa* (k2) menü de istakoz değil balık olması gerekmektedir. Dolayısıyla menüler dijital tasarımcılarla şeflerin bir arada çalışmasıyla şekillenebilmektedir. Değişiklikler *soslarda veya daha küçük dokunuşlarda da yapılabilir* (k3). Böylesi durumda tüm süreçlerin dahil olduğu çok sayıda (on defa) demo yapılmaktadır (k2). Bu denemelerde ancak *deneyim bütününe bozulmadığı, yemeğin hazırlanma süresi ve servis edilme süresinin olması gereken zaman dilimlerinde olduğu, yemeğin lezzet ve kalitesinden memnun kalındığı* (k2) ve bu yemek bütününe tasarımcılar tarafından uygulanabilir ve bütün deneyime sorunsuz bir şekilde entegre edilebilecek olduğu koşullarda bu değişikliklere karar verilebilme ihtimali olabilmektedir.

Yeni nesil bu restoran işleyişinde *her sürecin doğru yöntemlerle yapılması* (k1) gerekmektedir. Misafir odaklı anlayışı içeren bu konsept *misafirin mutlu edilmesi, eğlenmesi ve memnun edilmesi üzerinde* (k1) durmaktadır (Batat, 2021). Bu memnuniyet restoran çalışanlarında da yaptıkları işten keyif almalarını sağlamaktadır. Bu nedenle restoran, tüm hizmet işleyişinde *optimum bir AR deneyimine odaklanmaktadır* (k1) ve *mutfaktan masaya kadar ki tüm sürecin eş zamanlı ve uyumlu olması gerekmektedir* (k2). Bu sürecin etkin bir şekilde gerçekleştirilmesi için hangi yemek veya ürünlerin önceden servis edileceği bilindiğinden *mutfak önceden hazırlık yapabilmektedir* (k2). Korsların ne olduğu ve ne zaman servis edileceği belirli olduğundan eş zamanlı üretime ve tabaklamaya geçilebilmektedir (k3). Hazırlık aşamasında *mutfak çalışanları korslara ilişkin demolar yapmakta ve bunların zamanlamalarını kayıt altında tutmaktadır*. Bu denemelerde çıkan aksaklıklar neler bu sorunlar nasıl ve ne kadar zamanda telafi edilmektedir gibi tüm bu detaylar not edilmektedir. Böylece bir ürün kaç dakikada çıkmakta anlaşılabilen ve planlamalar buna göre gerçekleştirilebilmektedir (k3). Gelen misafirlerin domatese, maydanoza, sarımsağa, bibere vb. ürünlere karşı alerjisi olabilmektedir (k3). Bu durumda hızlı bir reaksiyon olarak *menüde değişiklik yapılması* (k3) gerekmektedir. Bu noktada önceden yapılan zamanlama kayıtları bu değişikliğin ne kadar sürede yapılması gerektiğini ve nasıl çözümlenebileceği konusunda yardımcı olabilmektedir. Ayrıca tüm sürecin her aşamasının *sistemik, düzenli ve zamanında işlemesi çalışanların daha iyi organize olmalarını ve daha dakik çalışabilmelerini de sağlamaktadır* (k3).

Günümüzün yenilikçi bir uygulaması olan Le Petit Chef, teknolojiyle yemeğin entegre edilmesinde anahtar rol alabilmektedir. Dolayısıyla bu yenilikçi işleyişin sürdürülebilmesinde çalışanların bu anlayışa ayak uydurması gerekmektedir. Bu noktada deneyimin doğru ve sorunsuz gerçekleştirilebilmesi için çalışanlara eğitimler verilmektedir. Ayrıca çalışanlar bu *yenilikçi hizmet anlayışını öğrenmekte, farklı konseptleri deneyimlemekte ve dijital dünyanın restoran işleyişindeki rolü açısından bilgi ve becerilerini artırabilmektedir* (k2). Aynı zamanda bu eğlenceli yemek deneyiminin operasyonunda *görev almaları onları heyecanlandırmaktadır* (k2). Bunun yanında siparişler rezervasyon sürecinde alındığından çalışanlar servis esnasında işleri basitleştirebilmekte, profesyonelce hareket edebilmekte ve misafirlerle daha fazla ilgilenebilmektedir. Bu inovatif yapı misafirlere keyifli bir yemek deneyimi sunabilmektedir. Ancak güler yüzlü, sempatik, misafirle empati kurabilen profesyonel restoran çalışanlarına da ihtiyaç duymaktadır. Bu nedenle bu inovatif araçları hizmetin yürütülmesinde tek unsur olarak görmemek gerekmektedir. Dolayısıyla *insan unsurunu ve teknolojiyi işleyişe entegre ederek restoran işleyişinin mükemmelleştirilmesine odaklanılabilmektedir* (k1). Bu noktada misafirin olduğu kadar *çalışanların da motive edilmesi gerekmektedir ve elde edilen başarılar da bunu sağlayabilmektedir*. Ayrıca *standartların oluşturulması ve sürekliliğin sağlanması da önem arz etmektedir* (k1). Bu uygulama misafirlere kaliteli ve eğlenceli yemek deneyimi sunmasının yanında çalışanlara da *farkındalık oluşturma, vizyoner bakış*

açıları sağlaması ve yetkinliklerinin artması gibi farklı kazanımlar (k2) sağlamaktadır. Bunun yanında Le Petit Chef konseptinde çalışmak iş ortamlarında veya sosyal ortamlarda çalışanlara ayrıcalık ve değer (k3) yaratmaktadır. Bunun temelinde teknolojik yeniliklerin kattığı operasyonel deneyim kazanımı olduğunu söylemek mümkündür.

AR uygulamasının yemek deneyimine entegrasyonun *hizmet kalitesinin artması, yeme içme operasyonunun mükemmelleştirilmesi, farklı ve üst kalite ürünlerin oluşturulması, rekabet avantajı yaratması, marka değeri oluşturulması, sistematik bir hizmet işleyişi yaratması, müşteri ve çalışan memnuniyeti sağlaması (k1, k2, k3) gibi birçok konuda olumlu katkılar sunmaktadır (Tuncer, 2020; Batat, 2021). Ancak damak tadına uygunluk göstermemesi gibi kültürel farklılıklardan dolayı bu ve benzeri teknolojilerin o yörenin kültürüyle sentezlenmesi (k1) bu kazanımların artmasını sağlayabilmektedir. Le Petit Chef gibi ülkelere özgü küçük şefler yaratılması (k1) ülkelerin mutfak tanıtımında ve yeni başarı öykülerinin yazılmasına katkı sağlaması ve gelenekselle dijital dünyanın yeni bir deneyim konsepti oluşturmasını mümkün kılmaktadır.*

SONUÇ VE ÖNERİLER

AR uygulamaları ve yiyecek içecek işletmeleri temelinde yürütülen bu çalışma, müşteri deneyimi, restoran yönetimi ve hizmet operasyonu kapsamında incelenerek AR'ın yiyecek içecek işletmelerindeki rolünün anlaşılması amaçlanmaktadır. Bu çalışma, yiyecek içecek sektöründeki yeniliklerin ve gelişmelerin anlaşılmasına, müşteri deneyim kalitesinin geliştirilmesine, yönetim ve hizmet iyileştirilmelerinin gerçekleştirilmesine, yönetsel ve deneyimsel zenginleştirmelere ve gelecekteki AR tabanlı çözümlerin tasarlanmasına katkı sağlayabilmesi açısından önem arz etmektedir (Tuncer, 2020; Batat, 2021). Ayrıca AR'ın restoran işletmelerindeki rolü açısından mevcut literatüre katkı sağlamaktadır ve restoran işletmelerinde uygulanabilirliği ve benimsenmesi noktasında önemli veriler sunmaktadır. Çalışmada AR'ın kullanıldığı bir restoran işletmesinde dikkat edilmesi gereken noktalar belirtildiğinden hizmet sağlayıcıları sistemin nasıl kurulacağına ve nasıl işletilmesi gerektiğine dair fikirler edinebilmektedir. Buna ek olarak müşteri deneyimi, restoran yönetimi ve hizmet işleyişi açısından önemli bilgiler sunmaktadır. Bu noktada geleneksel yönetim anlayışlarının ve işleyişlerinin değişiminde yardımcı olabilmektedir. Bu çalışma AR kullanımının restoran yönetiminde ve hizmet işleyişinde yarattığı etkilere ilişkin değerli bilgiler aktarmaktadır. Dolayısıyla restoran işletmeleri AR kullanımında ne gibi durumlarla karşılaşacağını bilmekte ve planlamalarını buna göre yapabilmektedir. Ayrıca müşterilerin bu inovatif yapıya ilişkin rahatsız oldukları ve memnuniyet duydukları noktalar açıkça belirtilmektedir. Böylelikle gelecekte AR kullanacak restoranlar müşteri sadakati ve marka değeri açısından dikkat etmeleri gereken noktaları önceden görebilmektedir. AR kullanımının bahsedilen faydaları, hizmet kalitesinde ve müşteri memnuniyetinde artış yaratabilmektedir. Bu yönüyle bu çalışmanın akademik ve sektörel katkılar sunduğunu söylemek mümkündür.

Bu çalışmada bir AR restoran uygulaması olan Le Petit Chef konseptinden yararlanılmaktadır. Le Petit Chef, AR'ın restoran işletmelerinde uygulanabilirliğini gösteren önemli örneklerden biridir (Batat, 2021). Bu uygulamada projeksiyon tabanlı bir 3D haritalama tekniği kullanılmaktadır. Bu deneyimin yaratılabilmesi için teknik alt yapının olması ve bu yapıyla restoran düzeninin, menünün, servis ve mutfak işleyişinin entegre olması gerekmektedir. Le Petit Chef AR yemek deneyiminde menüler belirlidir, siparişler önceden verilir ve deneyimin bütünü için zamanlama çok önemlidir. Bu konseptin belirli sınırları, kuralları ve sistematığı bulunmaktadır. Tüm restoran işleyişi bu uygulamanın etrafında birleşerek AR yemek deneyimini sunmaya çalışmaktadır. AR, misafir memnuniyetinden hizmet kalitesine yemek deneyiminin zenginleştirilmesinden hizmet işleyişinin gelişimine kadar önemli katkılar yaratmaktadır (Batat, 2021). Ancak AR uygulamasının kurulumu zor ve teknolojik maliyeti yüksektir. Ayrıca teknolojik bir ürün olduğundan sorunlar yaşanabilmektedir. Bu uygulamanın belirli kurallar ve sistematik içerisinde ilerlemesi gerektiğinden menü çeşitliliği, kişiye özgü hizmet, misafir ve çalışan açısından zaman konforu, çalışanların mutfak ve yemek servislerinde çok dikkatli olması gerekliliği gibi bazı konularda zorluklar çıkarabilmektedir. Bu noktada AR üreticilerinin bu konuları dikkate alarak daha gelişmiş yeni uygulamalar üretebilir. Günümüzün yeni teknolojilerinden olan ve restoran işletmelerinde yeni kullanılmaya başlanan

AR, geliştikçe belirtilen zorlukların çözümleneceği düşünölmektedir. AR'ın müşteri deneyiminde etkili bir yenilik olduğu, geleneksel yemek deneyimini başka bir evreye taşıdığı, yeni nesil bir restoran işleyişi ve yemek deneyiminin yaratılmasında önemli bir rolü olduğu ve bütöncöl, sürökleyci ve eğlenceli bir yemek deneyimi sunduğunu söylemek mümköndür.

AR'ın yiyecek içecek işletmelerinde önemli bir rolü olacağı düşünölmektedir. AR yemek deneyimini karın doyurmanın ötesine taşıyarak animasyon, ambiyans, yemek kalitesi ve artırılmış gerçekliği dahil eden eğlenceli ve unutulmaz anılar biriktiren bütöncöl bir deneyime dönüştörmektedir (Huang vd., 2022). Müşteri memnuniyetini artıran AR, misafirlerin yemekle bütönlüşmesini mümkün kılmaktadır (Batat, 2021). AR ile misafirler siparişlerini masaya gelmeden önce esprili bir animasyon izlencesiyle deneyimleyebilmektedir. Böylece misafirler ne yiyeceklerini önceden bilmekte ve yemeğin masaya kadarki geliş süresinde keyifli zaman geçirebilmektedir. Bu, misafirlerin sıkılmalarını engellemekte ve ortamın tadını çıkarmalarını olanaklı kılmaktadır. AR geleneksel yemek deneyimini yeni nesil “fan dining” deneyimine dönüştörmektedir. Ayrıca bu inovatif yaklaşıml üst seviye bir deneyim sunduğundan yemeklerin kalitesinin artmasına, deneyimin ilgi çekici ve farklı olmasına da önemli katkılar sunabilmekte ve misafirlerin tekrar gelmesinde önemli bir motivasyon aracı olabilmektedir (Tuncer, 2020; Batat, 2021; Amin vd., 2022). AR yemek deneyimini zenginleştirmekte ve özel günlerin daha değerli olmasında bir rol üstlenebilmektedir (Batat, 2021). Aynı zamanda çeşitli menülerle uyumlu olabilmesi farklı kesimlere hitap edebilirliği artırmaktadır. Özellikle farklılık ve heyecan arayan misafirlere yeni opsiyonlar sunmaktadır. Bu uygulama kapsamında oluşturulan menü içerikleri kültörel çerçeve de damak tadı açısından farklılıklar gösterebilmektedir. Bu noktada kültöre özğü yemek ve animasyon içerikleri üretilebilir. Bu deneyim belirli kurallar içerisinde gerçekteşmesi gerektiğinden misafirleri sınırlamaktadır. Bu nedenle misafir memnuniyetini zedeleyebilmektedir. Yapılan bilgilendirmeler ile bu minimize edilebilir veya farklı restoran odalarında farklı zamanlamalara sahip yeni AR deneyimleri yaratılabilir. Bu yeni AR yemek deneyimi misafirlerde merak duygusunu artırarak restoranın çekiciliğini artırmaktadır. Bu açıdan önemli bir pazarlama aracı ve bir çekicilik unsuru olarak ifade etmek mümköndür. AR'ın paylaşımlı deneyim sunması interaktif bir yemek deneyimi sunarken sosyalleşmeye de katkı sunmaktadır (Margetis vd., 2013). Bu yeniliğin bazı zamanlar yemeğin ötesine geçtiği ve bazı misafirlerin önceliğinin bu yeniliği deneyimlemek olduğunu ifade etmek mümköndür. Ancak insanların kaliteli zaman geçirmeleri için restoran ortamı, yemek kalitesi ve AR deneyiminin bir bütönl olarak hareket etmesi gerekmektedir. Aynı zamanda sunulan AR deneyimi yemeğe ilişkin oluşabilecek endişeleri, riskleri de ortadan kaldırabilmektedir. Bununla birlikte misafirler yaratılan bu deneyimle sarmalanmakta ve bütöncöl bir yemek deneyimi yaşayabilmektedir. AR, misafirlere sıradan bir yemek deneyiminin dışında eşsiz, farklı ve daha anlamlı bir yemek deneyimi sunmaktadır (Amin vd., 2022; Huang vd., 2022).

AR'ın restoran işletmelerinde kullanılabilirliği hizmet işleyişi ve anlayışında önemli değişiklikler yaratmaktadır. Bu anlayış deneyim etrafında kümlenen bir sistemin oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Bu yeni teknolojik aracın kullanımı noktasında çalışanların eğitilmesi önem arz etmektedir. Bu yeni nesil anlayışın benimsenmesi ve operasyonun işlenmesi açısından gerekli görönmektedir. AR geleneksel restoran işleyişini deneyimle sarmalanan bütöncöl bir operasyona çevirmektedir. Sanatın, gastronominin ve AR'ın entegre olduğu bu deneyimde restoran işletmeleri teknolojik araçlara yer vermek durumundadır. Aynı zamanda yiyecek içecek işletmeleri restoran tasarımlarını bu deneyimi sunabilecek şekilde düzenlemek zorundadır. Bu yeni anlayışta belirli kurallar çerçevesinde ve belirli zaman dilimlerinde servisin yapılması gerekmektedir.

Restoran tasarımında yemek masalarının doğru yerlerde doğru açılarda olması elzemdir. Çalışanlar servis sırasında sessiz, hızlı, dakik ve dikkatli olması gerekmektedir. Dolayısıyla iyi bir planlama, örgütleme ve yönlötmenin yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Misafirler bu sistemde siparişlerini restorana gelmeden önce vermek durumundadır. Dolayısıyla mutfak çalışanları kaç kişiye ne hazırlayacaklarını bilmektedir. Bu, mutfakta oluşabilecek kayıpları asgariye düşörebilmektedir. Misafirlerin daha restorana gelmeden önce operasyona dair edindikleri bilgiler servise daha hazır olmalarını, daha planlı ve hızlı çalışmalarını mümkün kılmaktadır. Ayrıca bu planlı çalışma alışkanlığı operasyonun verimli geçmesini ve işin mükemmelleştirilmesinde kilit rol oynayabilmektedir. Bununla birlikte gıdaların depolanması, satın

alınması gibi konularda efektif bir rol oynayabilmektedir. Bu bilgiler işletme yönetiminin ve hizmet işleyişinin daha verimli ve daha organize olmasını mümkün kılmaktadır. Aynı zamanda yemeklerde daha taze ürünler kullanılmasını sağlayarak yemek kalitesini üst seviyeye taşımaktadır. Bu vizyoner servis işleyişi servis çalışanlarına misafirlerle daha fazla ilgilenmelerine imkân tanımaktadır. Böylece misafir memnuniyeti ve servis kalitesi artırılabilir.

Geleneksel restoran işleyişi günümüz müşterilerinin taleplerini karşılayamamaktadır. Bu noktada AR, misafirlerin deneyimle sarmalanmasını sağlayan eğlenceli, sıradanlığın ötesinde bir hizmet işleyişi yaratabilmektedir. Ayrıca bu yenilikçi işleyiş çalışanların mutlu olmasını ve daha istekli çalışmalarını sağlamaktadır. Ayrıca çalışanların kariyerlerine ve sosyal çevrelerine de olumlu katkılar sunmaktadır. Aynı zamanda etkili bir tanıtım ve motivasyon aracı olan AR, restorana tekrar gelişleri artırabilmekte ve gelecek misafirler için çekicilik unsuru olabilmektedir. Bunun yanında marka sadakati ve marka değeri oluşturmada katkı sunmaktadır. Ayrıca hizmetin zenginleştirilmesi, iyileştirilmesi ve hizmet kalitesinin artırılmasını mümkün kılmaktadır. Bunun dışında yemek deneyiminin zenginleştirilmesi ve çeşitlendirilmesi konularında da önemli rol oynamaktadır.

Deneyimin ön planda olduğu bu yeni anlayışta tüm işleyişin sorunsuz bir şekilde işlemesi ve her şeyin zamanında gerçekleşmesi gerekmektedir. Bu her zaman mümkün olmayabilir. Dolayısıyla restoran işletmeleri bu durumlara hazırlıklı olması gerekmektedir. Ancak bu yeni hizmet anlayışının geleneksel hizmet işleyişlerinin ötesine geçerek deneyim odaklı bir hizmet işleyişinin kapısını araladığı ve gerçeklik teknolojileriyle entegre yemek deneyim evresine geçiş yapıldığını söylemek mümkündür. Burada önemli olan yemek, AR, animasyon, yönetim, hizmet, restoran unsurlarına bir bütün olarak bakılarak bütüncül bir deneyime odaklanması gerektiğidir.

Sonuç olarak AR'ın restoran işletmelerinde yönetim, hizmet ve deneyim açısından önemli kazanımlar sağladığını söylemek mümkündür. Bu etkili aracın farklı açılardan incelenmesi önemli görünmektedir. Bu kapsamda misafir deneyimine odaklı çalışmaların yürütülmesi, farklı AR konseptlerinin karşılaştırılması, AR'ın restoran çalışanları üzerindeki rolünün incelenmesi, AR'ın gastronomi alanındaki kültürel farklılıklarının araştırılması, AR'ın yöresel ürünler üzerindeki etkisinin incelenmesi gibi akademik çalışma önerileri getirilebilirken hizmet sağlayıcılarının farklı konseptler üzerinde AR tasarımları yapması, kültürel farklılıkları dikkate alan yeni uygulamalar gerçekleştirilmesi, AR restoran uygulama içeriklerinin zenginleştirilmesi gibi sektörel öneriler de getirilebilmektedir.

KAYNAKÇA

- Amin, S. N., Shivakumara, P., Jun, T. X., Chong, K. Y., Zan, D. L. L., & Rahavendra, R. (2022). An augmented reality-based approach for designing interactive food menu of restaurant using android. *Artificial Intelligence and Applications*, 1(1), 26-34.
- Azuma, R. T. (1997). A survey of augmented reality. *Presence: Teleoperators & Virtual Environments*, 6(4), 355-385.
- Batat, W. (2021). How augmented reality (AR) is transforming the restaurant sector: Investigating the impact of "Le Petit Chef" on customers' dining experiences. *Technological Forecasting and Social Change*, 172, 121013.
- Cankül, D., Doğan, A. ve Sönmez, B. (2018). Yiyecek-içecek işletmelerinde inovasyon ve AR uygulamaları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(3), 576-591
- Carmigniani, J., & Furht, B. (2011). Augmented reality: an overview. *Handbook of augmented reality*, 3-46.
- Chaurasiya, A., Mhatre, S., Chaudhari, R., & Pawar, P. (2019). Smart restaurant menu card by using augmented reality. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR)*, 6(3), 104-106. <http://www.jetir.org/papers/JETIR1903814.pdf>
- Çöl, B. G., İmre, M., & Yıkılmış, S. (2023). Virtual reality and augmented reality technologies in gastronomy: A review. *eFood*, 4(e84).
- Davies, G., & Chun, R. (2002). Gaps between the internal and external perceptions of the corporate brand. *Corporate Reputation Review*, 5, 144-158

- Ekiz, D. (2020). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. (6). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Gegez, A. E. (2019). *Pazarlama araştırmaları*. (6). İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Gummesson, E. (2000). *Qualitative methods in management research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: Felsefe-yöntem- analiz*. (5). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Huang, T., Lin, K. Y., Wang, Y. T., & Chen, C. (2022). Promoting customers' augmented reality immersion in restaurants. *AMCIS 2022 Proceedings*. 3. https://aisel.aisnet.org/amcis2022/sig_hci/sig_hci/3 (Erişim tarihi: 17.06.2024).
- Hwang, J., Yoon, S. Y., & Bendle, L. J. (2012). Desired privacy and the impact of crowding on customer emotions and approach-avoidance responses: Waiting in a virtual reality restaurant. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), 224-250.
- Karasar, N. (2015). *Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar, ilkeler, teknikler*. (28). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karimun, V. K., Christopher, C., & Adiati, M. P. (2023). Customers' motivation to adopt augmented reality (AR) technology in a restaurant. *E3S Web of Conferences*, 426, 02130. EDP Sciences.
- Kolkur, S., Gandhi, M., Sakpal, R., & Madhwani, B. (2021). Augmented reality based interactive mobile application for restaurants. *Grenze International Journal of Engineering & Technology (GIJET)*, 7(1).
- Kozak, M. (2015). *Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. (2). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kurtuluş, K. (2010). *Araştırma yöntemleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Mali, C., Patil, P., Mahajan, S., & Pardeshi, P. (2021). Restaurant menu card by using augmented reality. *International Journal of Research in Engineering and Science (IJRES)*, 9(12), 26-29. <https://www.ijres.org/papers/Volume-9/Issue-12/Ser-5/E09122629.pdf>
- Mandviwala, J., Mansoori, S., Sharma, R., & Pawar, A. (2022). FlavARsome: Immersive augmented reality food application. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR)*, 9(4), 132-140. <https://www.jetir.org/papers/JETIR2204220.pdf>
- Margetis, G., Grammenos, D., Zabulis, X., & Stephanidis, C. (2013). iEat: An interactive table for restaurant customers' experience enhancement. *HCI international 2013-posters' extended abstracts: International conference, HCI international 2013, Las Vegas, NV, USA, July 21-26, 2013, Proceedings, Part II 15* içinde (s. 666-670). Berlin: Springer, Heidelberg.
- Merriam, S. B. (1998). *Qualitative research and case study applications in education*. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers.
- Miles, M. B. (1979). Qualitative data as an attractive nuisance: The problem of analysis. *Administrative Science Quarterly*, 24(4), 590-601.
- Oh, Y. J., & Kim, E. K. (2020). Design and implementation of augmented reality based food menü guidance system. *The Journal of the Korea Institute of Electronic Communication Sciences*, 15(3), 573-578. <https://doi.org/10.13067/JKIECS.2020.15.3.573>
- Rollo, M. E., Bucher, T., Smith, S. P., & Collins, C. E. (2017). ServAR: An augmented reality tool to guide the serving of food. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 14, 1-10.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. (7). John Wiley & Sons.
- Stapleton, C., & Hughes, C. E. (2006). Believing is seeing: Cultivating radical media innovations. *IEEE Computer Graphics and Applications*, 26(1), 88-93.
- Tarhan, Ö. (2015). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının politik okuryazarlığa ilişkin görüşleri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(9), 649-669.
- Tuncer, I. (2020). Customer experience in the restaurant industry: Use of smart technologies. *Handbook of research on smart technology applications in the tourism industry* içinde (s. 254-272). IGI Global.

- Yemsi-Pailliss , A. C. (2020). Multisensory restaurants, art and tourism – case study on Ultraviolet by Paul Pairet. Mura, P., Tan, K. K. H., & Choy, C. W. (Eds.) *Contemporary asian artistic expressions and tourism* içinde (s. 271–288). Perspectives on Asian Tourism. Springer, Singapore.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (11). İstanbul: Seçkin Yayınları.
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods*. (4). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

AŞÇILIK ÖĞRENCİLERİNİN DİKEY GEÇİŞ SINAVI İLE GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI BÖLÜMÜNE GEÇME MOTİVASYONLARI

Tuba ALDEMİR

Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu,
E-posta: tubaaldemir@yahoo.com,
Orcid Numarası: 0000-0001-7419-3640

Berre Zeynep UÇAN KAYAALP

Öğr. Gör., İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu,
E-posta: berrezeynepucan@esenyurt.edu.tr,
Orcid Numarası: 0000-0003-1180-3100

Sultan YÜKSEKKAYA AKINCI

Öğr. Gör., İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu,
E-posta: sultanyuksekkaya@esenyurt.edu.tr,
Orcid Numarası: 0000-0002-1366-6501

GİRİŞ

Dünyada ve Türkiye’de gastronomiye olan ilginin gün geçtikçe artmasıyla birlikte gastronomi eğitime olan ihtiyaç ve talep de giderek artmaktadır (Aslan ve Pekerşen, 2019; Turan ve Behremen, 2023). 2000’li yıllardan bu yana Türkiye’de yüksek öğretim kurumlarında ön lisans, lisans ve yüksek lisans düzeyinde aşçılık ve gastronomi eğitimleri verilmektedir. Bu eğitimlerle kaliteli yemek üretimi ve sunumu ile birlikte mutfak kültürünün korunması ve sürdürülmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca yiyecek-içecek sektöründe yeterli bilgi ve deneyime sahip, donanımlı personele olan ihtiyacın karşılanması da hedeflenmektedir. Bu bağlamda aşçılık eğitimi; mezunların kariyer gelişimine katkı sağlamanın yanında nitelikli personelin işletmelere değer katmasıyla müşteri memnuniyetini de artırmaktadır (Aslan ve Pekerşen, 2019).

Meslek yüksekokullarında ön lisans düzeyinde aşçılık eğitimi veren programların temel amacı sektöre nitelikli iş gücü kazandırmaktır (Aksu ve Bucak, 2012; Hacımustafaoğlu vd., 2018). Lisans düzeyinde eğitim veren gastronomi ve mutfak sanatları bölümlerinde ise konuya bilimsel ve felsefi bir perspektiften yaklaşılmakla birlikte daha kapsamlı bir eğitim verilmesi hedeflenmektedir (Öney, 2016). Buna rağmen ön lisans öğrencilerin mesleki beklentileri, lisans düzeyindeki öğrencilere kıyasla daha yüksek olabilmektedir (Oğan, 2022). Zira eğitim sürecinin kısa olması iş hayatına başlamakta da hızlandırmaktadır. Diğer yandan lisans mezunlarının iş bulma olanaklarının daha fazla olması, lisans eğitiminde daha detaylı ve derinlemesine bir eğitim verilmesi, gelecekte daha iyi bir kariyere sahip olma, prestij ve statü kazanma gibi beklentilerle aşçılık öğrencileri eğitimlerini lisans diplomasıyla daha ileri seviyeye taşımayı isteyebilmektedir. Bu amaçla da 2000 yılından bu yana uygulanmakta olan ve lisans eğitimine geçmeye olanak tanıyan dikey geçiş sınavına girerek Gastronomi ve Mutfak Sanatları lisans programına geçiş yapabilmektedirler (Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi [ÖSYM], 2024a).

Bu çalışmada aşçılık öğrencilerinin dikey geçiş sınavı ile gastronomi ve mutfak sanatları bölümlerine geçme motivasyonlarının belirlenmesi hedeflenmiş olup; öğrencilerin dikey geçiş sınavı hakkındaki bilgilerinin, sınava yaklaşımlarının ve bakış açılarının ortaya konulması amaçlanmıştır. Elde edilen bulgular neticesinde aşçılık ve gastronomi eğitiminin geliştirilmesine katkı sağlanması, öğrencilerin eğitim ve kariyer beklentilerine yol gösterilmesi hedeflenmiştir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Meslek; kişilerin hayatını kazanmak amacıyla gerçekleştirdiği, kuralları toplum tarafından belirlenmiş olan, eğitimle kazanılan, bilgi ve beceriye dayalı etkinliklerdir (Yılmaz ve Çemrek, 2019). Mesleki eğitim ise uzmanlık gerektiren özel nitelikteki işlere uzman olmayan işgücünün hazırlanmasıdır (Olçay, 2008). Mesleki eğitimde temel hedef, bireylerin bilgi ve becerilerinin artırılması ve amaçlanan yeterliliğin

kazandırılmasıdır. Ayrıca meslek sahibi olmaları ve mesleklerini başarılı bir şekilde icra etmeleri için gerekli olan donanımın sağlanması; entelektüel, duygusal, sosyal ve fiziksel yeteneklerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır (Turan ve Behremen, 2023).

Gastronomi alanında kaydedilen ilerlemeler, yiyecek-içecek sektöründe kalifiye iş gücüne olan gereksinimin artmasına neden olmuştur. Personel eksikliğinin en çok yaşandığı ve emek yoğun bir yapıya sahip olan sektörde nitelikli personele duyulan gereksinim, aşçılık ve gastronomi eğitimi daha da önemli hale getirmiştir (Cihangir ve Özer, 2016; Akoğlu vd., 2017). Bu çerçevede Türkiye’de önlisans düzeyinde aşçılık eğitimi, üniversitelerin iki yıllık meslek yüksekokullarında; lisans düzeyinde gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi ise dört yıllık çeşitli fakültelere bağlı bölümlerde verilmektedir. 1997 yılında Abant İzzet Baysal Üniversitesi tarafından açılan aşçılık programı ile, Türkiye’de ilk defa ön lisans düzeyinde eğitim vermeye başlanmıştır; 2001 yılında Afyon Kocatepe Üniversitesi, 2002 yılında Anadolu Üniversitesi ve 2003 yılında Gaziantep Üniversitesi bünyesinde aşçılık programları açılmaya devam etmiştir. 2006 yılında Kapadokya Meslek Yüksekokulu bünyesinde açılan aşçılık programı ise vakıf üniversiteleri kapsamında açılan ilk program olmuştur (Görkem ve Sevim, 2016). Lisans düzeyinde eğitimler vakıf üniversitelerince başlatılmış; 2003 yılında Yeditepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi’ne bağlı olarak ilk gastronomi ve mutfak sanatları bölümü açılmıştır (Görkem ve Sevim, 2016; Öney, 2016). 2008 yılında İzmir Ekonomi Üniversitesi’nde ve 2009 yılında Okan Üniversitesi’nde gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi vermeye başlanmıştır. Gazi Üniversitesi ve Nevşehir Üniversitesi 2010 yılında gastronomi ve mutfak sanatları bölümü açılışı yapan ilk devlet üniversiteleri olmuştur (Görkem ve Sevim, 2016).

2000’li yıllardan sonra aşçılık ve gastronomi eğitiminin önemli bir ivme kazanmasında (Santich, 2004; Öney, 2016; Turan ve Behremen, 2023) hem öğrencilerin gastronomi alanına olan ilgisinin hem de sektörde yetişmiş personel ve uzman gereksiniminin artması etkili olmuştur. Buna paralel olarak üniversitelerde aşçılık ve gastronomi eğitimi veren programların sayıları ve doluluk oranları da hızla yükselmiştir (Sarıışık ve Özbay, 2015, Görkem ve Sevim, 2016; Girgin ve Demir, 2023). 2023 yılı YÖK verilerine göre Türkiye’de 64 devlet üniversitesi ve 26 vakıf üniversitesinin meslek yüksekokulları bünyesinde aşçılık eğitimi verilmektedir (Yükseköğretim Program Atlası, 2024a). Gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi ise 43 devlet üniversitesi ve 27 vakıf üniversitesinin turizm, güzel sanatlar, sanat ve tasarım gibi çeşitli fakültelerinde, 16 devlet üniversitesi ile 7 vakıf üniversitesine bağlı yüksekokullarda verilmektedir (Yükseköğretim Program Atlası, 2024b, Yükseköğretim Program Atlası, 2024c). Üniversitelerde verilen teorik ve uygulamalı gastronomi eğitimleri ile öğrencilerin mesleki anlamda yetkinlik kazanmaları ve yaratıcılıklarının geliştirilmesi hedeflenmektedir. Bu eğitimler; yemeğin özelliklerinin detaylı olarak kodlanması, doğru yöntemlerle pişirilmesi, yeni yöntemler geliştirilmesi ve mutfakta kullanılan ekipmanların tanınmasının yanında tabaklama ve yemek süsleme gibi sanatsal çalışmaları da kapsamaktadır (Sezen, 2018). Gastronomi ve mutfak sanatları eğitiminin sanatsal çalışmaları da içermesi, öğrencilerin yeniliğe açık düşünme becerisinin güçlenmesinde teşvik edici niteliktedir (Çarbuğa vd., 2018). Bununla birlikte yenilikçi restoranların sayısının giderek artması, farklı yemekler deneyimleme isteği, televizyon programları, yarışmalar ve sosyal medya sayesinde şeflerin popülaritesindeki artış gastronomi eğitime duyulan ilginin nedenleri arasında sayılmaktadır (Turan ve Behremen, 2024). Bu artan ilgiye istinaden öğrenciler, eğitimlerini daha ileri seviyeye taşımak istemektedir.

2000 yılından bu yana “Meslek Yüksekokulları ve Açıköğretim Ön Lisans Programları Mezunlarının Lisans Öğrenimine Devamları Hakkında Yönetmelik” kapsamında ön lisans mezunu olan ve mezuniyete hak kazanmış olan öğrencilere dikey geçiş sınavı ile belirli lisans programlarına geçiş yapma hakkı tanınmıştır (ÖSYM, 2024b). Aşçılık programı ön lisans mezunları dikey geçiş sınavı ile Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Beslenme ve Diyetetik, Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği, Aile ve Tüketici Bilimleri lisans programlarına geçiş yapabilmektedirler (ÖSYM, 2024a). Dikey geçiş sınavı; daha fazla iş bulma imkanı, lisans diplomasına sahip olma ve prestij kazanma isteği gibi nedenlerle tercih edilmekte ve lisans eğitime geçiş için bir şans olarak görülmektedir (Dündar ve Bıçakçı, 2017).

YÖNTEM

Bu çalışmada, aşçılık öğrencilerinin dikey geçiş sınavı ile dört yıllık lisans eğitime geçme motivasyonlarının belirlenmesi ve konuya yaklaşımlarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Söz konusu kapsamda öğrencilerin dikey geçiş sınavına bakış açıları, sınav hakkında ne düzeyde bilgi sahibi oldukları ve lisans düzeyinde eğitim alma istekleri araştırılmıştır. Çalışmanın evrenini 2023-2024 eğitim öğretim yılında aşçılık programlarında 2. sınıfa kayıtlı olup dikey geçiş sınavına girmeyi hedefleyen öğrenciler oluşturmaktadır. İmkan ve zaman kısıtlılığından ötürü evrenin tamamına ulaşılmasının mümkün olmamasından ötürü evrenin içinde bulunan ve evreni temsil eden bir örneklem grubu seçme yoluna gidilmiştir (Shenton, 2024). Bu bağlamda çalışma için seçilen örneklem, 2023- 2024 eğitim öğretim yılında İstanbul Esenyurt Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Aşçılık Programı'na kayıtlı olan 2. sınıf öğrencilerinden gönüllülük yoluyla çalışmaya katılım sağlayan 13 öğrenciden oluşmaktadır.

Çalışmada sosyal gerçekliğin ve davranışların temel nedenlerinin ortaya konulması amacıyla yapılan bir araştırma çeşidi olan nitel araştırma yöntemi kullanılmış (Yıldırım ve Şimşek, 2021), veri toplama aracı olarak konuyla ilgili detaylı bilgi edinmek için yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi tercih edilmiştir. Üç farklı uzman görüşü alınarak hazırlanan mülakat soru formu ile katılımcılara dikey geçiş sınavı hakkındaki bilgi düzeylerini ölçmek, lisans tamamlama istekleri ve motivasyonlarını belirlemek amacıyla dokuz adet açık uçlu soru yöneltilmiştir. Yarı yapılandırılmış mülakat yönteminde sorular önceden hazırlanmakta, katılımcıların verdiği cevaplara göre farklı sorular sorularak mülakata yön verilerek cevaplar detaylandırılabilir (Ekiz, 2003). Buradan hareketle katılımcılara yöneltilen sorulara ek olarak sorular sorulmuş, ancak cevaplara müdahale edilmemiştir. Mülakatlar 01-10 Temmuz 2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş ve 18-34 dakika aralığında sürmüştür. Ses kayıt cihazı ile kaydedilen mülakat verileri yazılı doküman haline getirilmiş ve içerik analiz yöntemiyle MAXQDA programı kullanılarak analiz edilmiştir. İçerik analizinin amacı, verilerin yorumlanmasını sağlayacak kavramların ve ilişkilerin ortaya konulmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Bu çerçevede çalışmanın temasını oluşturan dikey geçiş sınavının boyutlarını oluşturan kodlar literatür araştırması sonucu ve sahadan gelen verilerle belirlenmiştir (Creswell, 2013). Sonrasında katılımcılardan elde edilen veriler program aracılığıyla ilişkili kodlara aktarılmış, sonuçlar yorumlanarak şekiller ve haritalar yardımıyla gösterilmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Çalışma; tema, kodlar ve alt kodlar ilişkisi üzerinden yapılan içerik analizine dayanmaktadır. Bu amaçla MAXQDA içerik analizi programı kullanılmış, elde edilen veriler program tarafından üretilen görseller ve haritalar yoluyla ifade edilerek yorumlanmıştır.

İlk olarak katılımcıların dikey geçiş sınavı ile ilgili görüşlerini ifade ederken kullandıkları kelimelerin sıklığını gösteren kelime bulutu oluşturulmuştur. Kelime bulutunda kelime ile tekrar etme frekansı doğru orantılı; yani katılımcılar tarafından en çok tekrar eden kelime en büyük olacak şekilde verilmiştir. Kelime bulutunda gösterilen kelimeler için frekans değeri 5 olarak belirlenmiş ve 5 defadan fazla tekrar edilen kelimeler analize dahil edilmiştir. Bu aşamada ve, ama, ile, için gibi tek başına bir anlam ifade etmeyen kelimeler çıkarılarak analize dahil edilmemiştir.

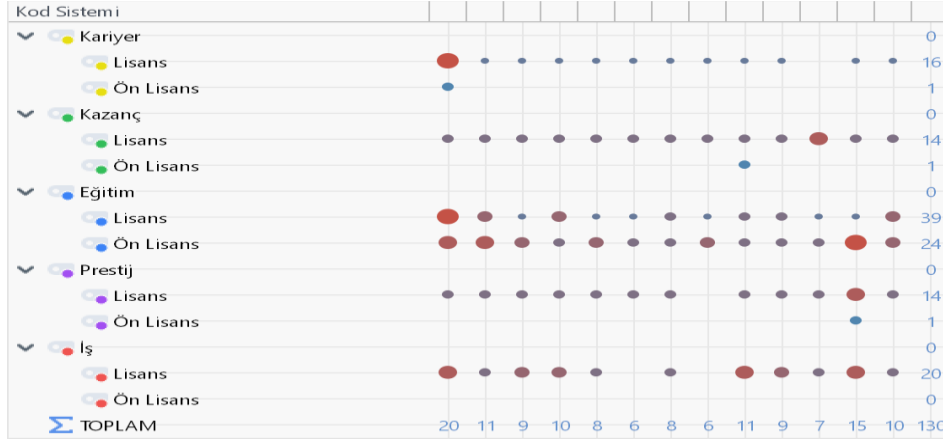
[illegible]

Katılımcılar genel itibariyle aşçılık mesleğini yapabilmek adına ön lisans eğitiminin yeterli olduğunu; ancak daha kapsamlı ve donanımlı bir eğitim almak, prestij kazanmak, daha kolay iş bulmak ve daha yüksek kazanç elde etmek için dikey geçiş sınavına girerek lisans eğitimi almak istediklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca gastronomi ve mutfak sanatları bölümünün kariyer olanaklarının daha fazla olduğunu belirtmişlerdir. Ancak katılımcıların hiçbiri bu kariyer olanaklarının tercihleri arasında olduğunu belirten bir ifade kullanmamıştır. “İmkan”, “gayret”, “iyi”, “geniş” ve “gelir” kelimeleri ise katılımcılar tarafından daha düşük frekansta tekrar eden kelimeler olmuştur.

Kod Sistemi	Kariyer	Kazanç	Eğitim	Prestij	İş
 Kariyer		12	12	11	10
 Kazanç	12		13	12	11
 Eğitim	12	13		12	11
 Prestij	11	12	12		11
 İş	10	11	11	11	

Katılımcıların tamamı lisans eğitiminin kendilerine daha fazla kazanç sağlayacağını ifade etmiştir. Ayrıca lisans mezunlarının ön lisans mezunlarına kıyasla sektörde daha kolay iş bulduğuna, kariyer olanaklarının daha fazla olduğuna ve lisans mezunu olmanın daha prestijli olduğuna değinilmiştir.

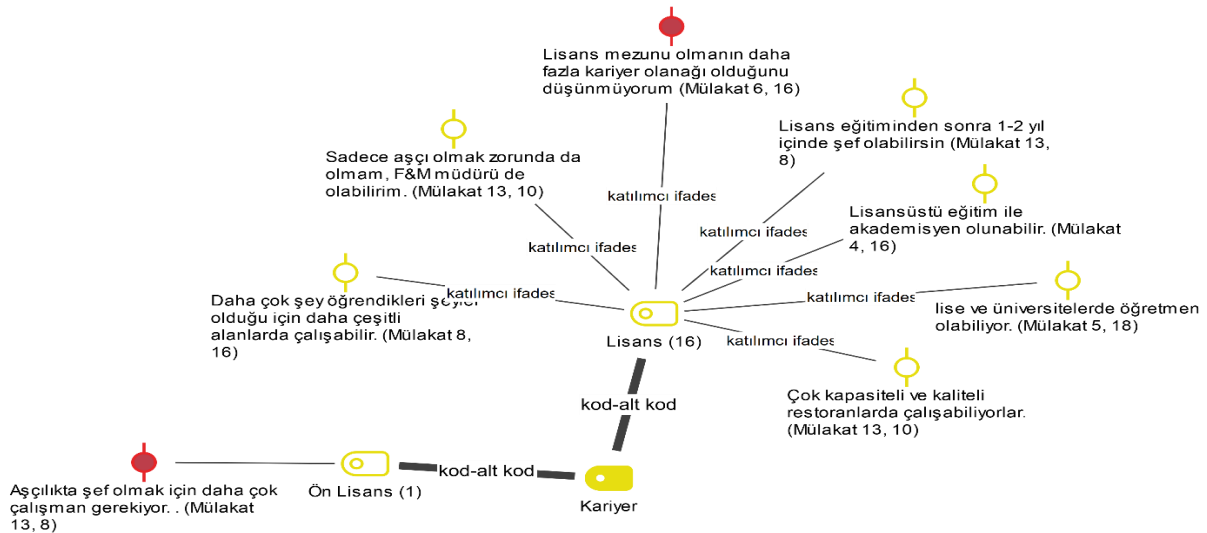
Şekil 3: Kod Matris Tarayıcısı



Şekil 3'te kodlara ait alt kodların dağılımını göstermek ve veri karşılaştırılması yapmak için oluşturulan kod matris tarayıcısı verilmiş olup, şekillerin boyutu kodların tekrar edilme sıklığını göstermektedir. Kod matris tarayıcısına göre; koda atanan şekil boyutu ne kadar büyükse kodlar o kadar çok tekrar edilmiş, ne kadar küçükse o kadar az tekrar edilmiştir. Buradan hareketle kelime bulutunda olduğu gibi en çok tekrar eden kelimelerin eğitim koduna ait olduğu belirlenmiştir. Eğitim koduna ait alt kodlar incelendiğinde ise lisans eğitime dair kelimelerin katılımcılar tarafından sıklıkla tekrar edildiği görülmüştür. Kodlara ait alt kodlardan daha az tekrarlanan kelimelerin ise iş imkanı koduyla ilişkili ön lisans alt koduna ve kariyer koduyla ilişkili ön lisans alt koduna ait olduğu saptanmıştır.

Alt kodlardaki tematik ilişkilerin anlaşılması ve alt kodlarda yoğunlaşan kullanıcı ifadelerinin derinlemesine incelenmesi amacıyla hiyerarşik kod-alt kod ilişki haritaları oluşturulmuştur. Haritalarda doğrudan alıntı yapılarak bazı katılımcıların ifadelerine ve bu ifadelerin katılımcının kaçınıcı cümlesinde geçtiği gösterilmiş (Mülakat 1,6: Birinci katılımcının altıncı cümlesi), bazı ifadeler kısaltmalar (M1, M2, M3.....) kullanılarak metin içinde yer verilmiştir. Katılımcılara ait olumlu ifadeler, her kod için belirlenmiş renklerde içi boş şekillerle; olumsuz ifadeler ise içi dolu kırmızı renkte verilmiştir.

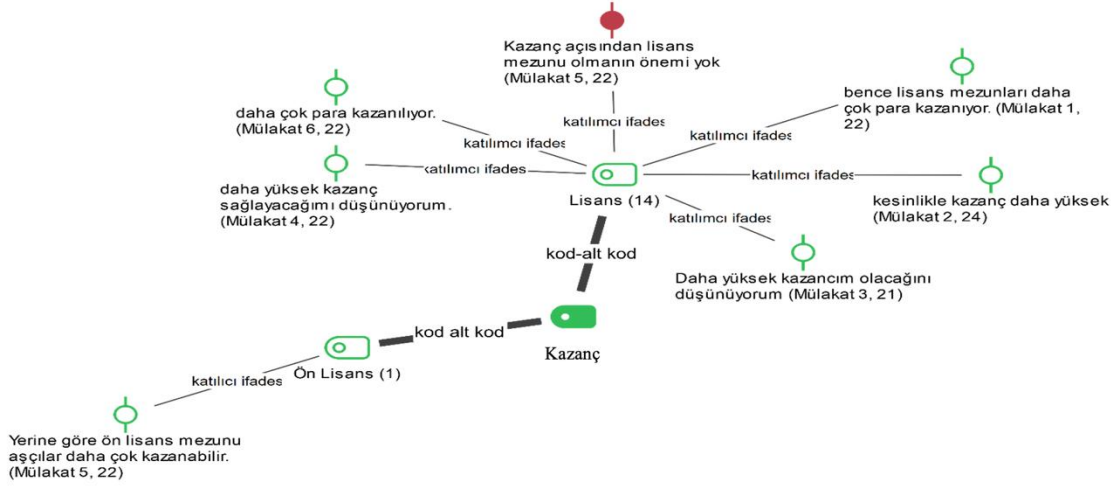
Şekil 4: Kariyer Hiyerarşik Kod-Alt Kod İlişki Haritası



Kariyer kodunun lisans ve ön lisans alt kodlarıyla ilişki haritası Şekil 4'te verilmiştir. Haritaya göre katılımcılar, lisans mezunlarının kariyer imkanlarının daha fazla olduğu kanısındadır. Lisans mezunlarının daha kapsamlı bir eğitim aldıkları için bir çok alanda çalışabileceğini, daha kaliteli restoranlarda iş bulabileceğini, akademisyen olabileceğini ve öğretmen olarak çalışabileceğini ifade etmişlerdir. Katılımcılardan biri (M6), lisans mezunu olmanın daha iyi bir kariyer olanağı sağlamadığı yönünde olumsuz

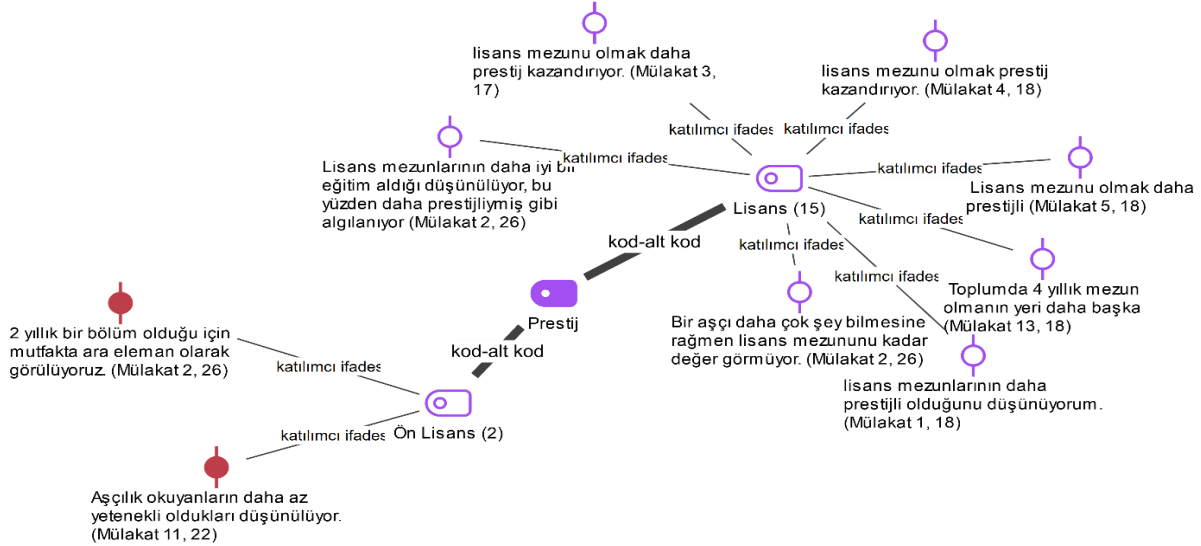
görüş bildirmiş; diğer bir katılımcı ise (M13); ön lisans mezunlarının şef olabilmesi için daha çok çalışması gerektiğini, ancak lisans mezunlarının birkaç yıl içinde şef olabileceğini belirtmiştir.

Şekil 5: Kazanç Hiyerarşik Kod-Alt Kod İlişki Haritası



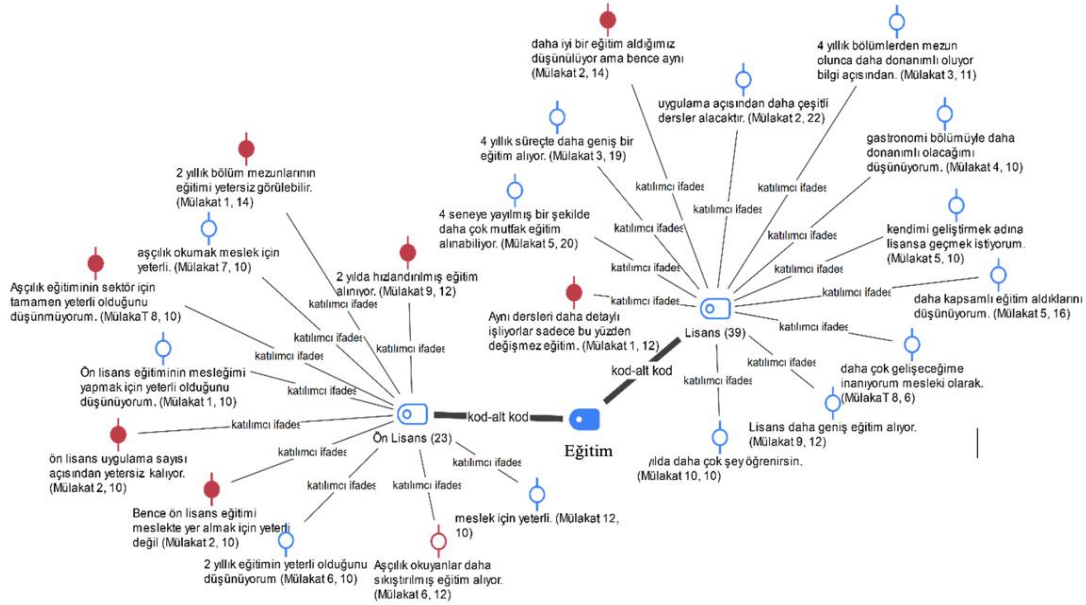
Şekil 5'te yüksek kazanç kodunun ön lisans ve lisans alt kodlarıyla ilişkisi gösterilmiştir. Katılımcılardan yalnızca bir tanesi lisans mezunu olmanın kazanç açısından bir önemi olmadığı şeklinde olumsuz yönde görüş bildirmiştir. M5; ön lisans mezunlarının daha çok kazanabileceğini düşüncesine sahipken, katılımcıların çoğu lisans mezunlarının daha yüksek kazanç sahibi olduğu görüşündedir.

Şekil 6: Prestij Hiyerarşik Kod-Alt Kod İlişki Haritası



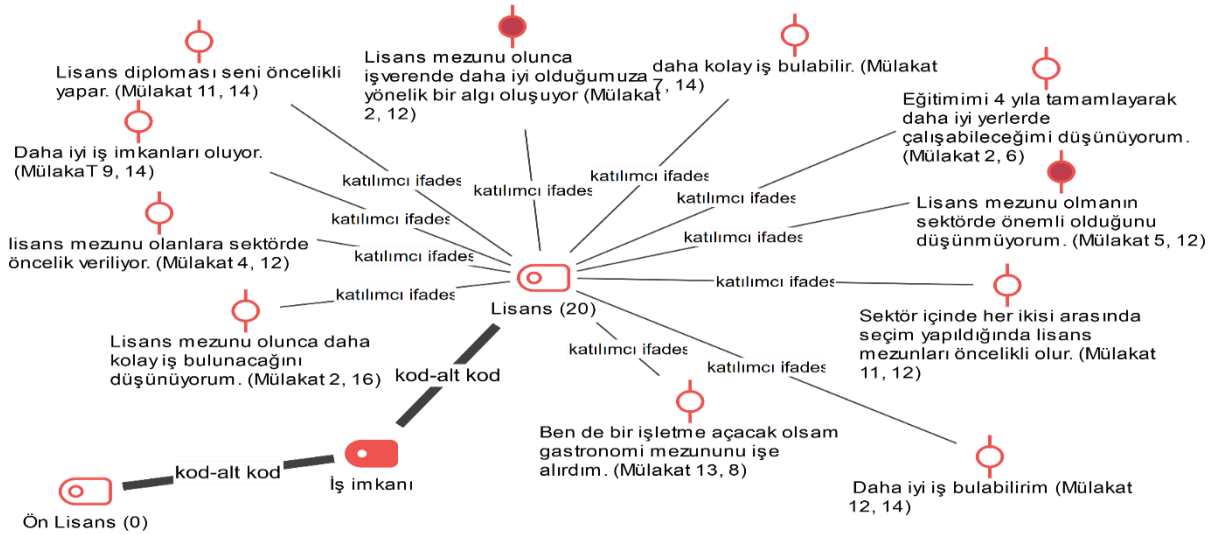
Prestij kodunun ön lisans ve lisans alt kodlarıyla ilişkisinin gösterildiği Şekil 6 incelendiğinde, katılımcıların tamamının lisans mezunu olmanın daha prestijli olduğunu düşündüğü görülmektedir. Ön lisans mezunu olmanın ise prestij kazandırmadığı görüşündedirler. M2; ön lisans mezunlarının mutfakta ara eleman olarak görüldüğünü, M11 ise ön lisans mezunlarının lisans mezunlarına göre daha az yetenekli olduklarını düşünüldüğünü belirtmiştir.

Şekil 7: Eğitim Hiyerarşik Kod-Alt Kod İlişki Haritası



Şekil 7’de eğitim kodunun ön lisans ve lisans alt kodlarıyla ilişkisi verilmiştir. Katılımcıların çoğu ön lisans eğitiminin yetersiz olduğunu, lisans eğitiminin ise daha kapsamlı olduğunu ve lisans mezunlarının daha donanımlı olarak mezun olduklarını belirtmiştir. M1 ve M2 ise eğitim açısından bir fark olmadığı görüşündedir.

Şekil 8: İş İmkanı Hiyerarşik Kod-Alt Kod İlişki Haritası



İş kodunun lisans ve ön lisans alt kodlarıyla ilişki haritası Şekil 8’de gösterilmiştir. Katılımcılardan hiçbiri ön lisans mezunlarının iş imkânlarıyla ilgili görüş bildirmemiştir. Katılımcıların çoğu lisans mezunlarının daha iyi iş imkanlarına sahip olduğu, daha kolay iş bulabileceği ve sektörde lisans mezunlarına öncelik verildiği görüşüne sahiptir. Sadece bir katılımcı (M5), lisans mezunu olmanın sektörde önemli olmadığını düşündüğünü ifade etmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, Türkiye'de aşçılık öğrenimi gören öğrencilerin, dikey geçiş sınavı ile lisans eğitime geçme motivasyonları incelenmiştir. Bulgular, öğrencilerin dikey geçiş sınavına girme isteğinde daha iyi bir eğitim başta olmak üzere; mesleki gelişim, prestij ve toplumsal statü kazanma ile yüksek ekonomik kazanç gibi etkenlerin öne çıktığını göstermektedir. Özellikle lisans eğitiminin kendilerine daha prestijli iş fırsatları sunma ve sektörde yükselme konusunda avantaj sağlayacağına olan inançları, öğrencilerin motivasyonlarını artırmaktadır.

Öğrenciler, lisans eğitiminin aşçılık mesleğinde daha geniş bir bilgi birikimi ve yetkinlik sağlayarak sektörde rekabet avantajı sunduğunu ifade etmişlerdir. Aynı zamanda, lisans eğitiminin mezuniyet sonrası iş bulma sürecini kolaylaştırdığına dair bir algı söz konusudur. Lisans eğitime geçişi; mesleki bilgi birikimlerini derinleştirmek, daha spesifik alanlarda eğitim alarak kendilerini geliştirmek ve sektörde farklı alanlara yönelebilmek için önemli bir fırsat olarak değerlendirmişlerdir. Bu bağlamda; aşçılık mesleğinin akademik temellerini öğrenmek, gastronomi bilimi üzerine daha ileri düzeyde bilgi sahibi olmak ve sektördeki yenilikçi gelişmeleri takip edebilmek öğrencilerin lisans eğitime geçme motivasyonlarını güçlendiren diğer önemli etkenler arasında yer almıştır.

Öğrencilerin en temel motivasyon kaynaklarından biri lisans eğitiminin kendilerine daha iyi bir kariyer imkânı sağlayacağı düşüncesidir. Özellikle lisans mezunu olmanın onlara daha yüksek pozisyonlar ve sektörde daha geniş bir hareket alanı sağlayacağı düşüncesindedirler. Ayrıca, Türkiye'de yiyecek-içecek sektörünün giderek daha profesyonel bir yapıya bürünmesi ve nitelikli iş gücüne olan talebin artması, lisans eğitimi bu alanda yükselmenin önemli bir adımı olarak görmelerine neden olmuştur. Sosyal statü kazanma beklentisi de öğrenciler için önemli bir motivasyon faktörü olarak öne çıkmaktadır. Öğrenciler, lisans mezunu olmanın kendilerini toplumsal algıda daha saygın bir konuma yerleştireceği düşüncesiyle bu eğitimi almayı talep ettiklerini belirtmişlerdir. Özellikle aile ve sosyal çevre baskısı, bu sürecin psikososyal dinamiklerini şekillendiren önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Zira ailelerin eğitim beklentileri ve toplumsal başarı algıları, öğrencilerin dikey geçiş sınavına girme ve lisans eğitime geçme isteklerini artıran faktörlerden biri olmuştur.

Daha kolay iş bulma ve daha yüksek kazanç elde etme beklentileri de öğrencilerin bu konuda motivasyonunu güçlendiren unsurlar arasındadır. Öğrenciler, daha yüksek eğitim seviyesinin kendilerine daha kaliteli ve istikrarlı iş olanakları sunacağını ve bunun uzun vadede ekonomik refahlarını artıracığını düşünmektedirler. Bununla birlikte, lisans diplomasının uluslararası düzeyde daha geçerli olduğu ve yurtdışında iş bulma fırsatını artırabileceği düşüncesi de öğrenciler arasında yaygın bir motivasyon kaynağıdır.

Sonuç olarak, aşçılık ön lisans öğrencilerinin dikey geçiş sınavına girme ve lisans eğitime geçme motivasyonları; eğitim olanaklarının niteliği, bireysel kariyer hedefleri, mesleki ilerleme beklentileri, sosyal statü ve ekonomik refah arayışı gibi faktörlerle şekillenmektedir. Eğitim politikalarının ve mesleki rehberlik hizmetlerinin, öğrencilerin bu motivasyonlarını desteklemek amacıyla öğrenci odaklı ve ihtiyaçlara duyarlı bir yaklaşımla yapılandırılması önem arz etmektedir. Bu bağlamda atılacak stratejik adımlar, öğrencilerin mesleki ve akademik gelişim süreçlerine önemli katkılar sağlayacaktır.

Bu çalışma sonucunda ortaya çıkan bulgular ışığında, öğrencilerin dikey geçiş sınavı ile lisans eğitime geçme isteklerini teşvik etmek ve karşılaştıkları zorlukları aşmalarına yardımcı olmak için çeşitli öneriler sunulmaktadır:

- Öğrencilerin dikey geçiş sınavı süreci ve lisans eğitimi hakkında daha bilinçli kararlar alabilmesi için kapsamlı rehberlik hizmetleri sunulmalıdır. Bu bağlamda, sınav hazırlığı, tercih süreçleri ve lisans eğitime geçişte karşılaşılabilecek akademik ve sosyal uyum sorunlarına yönelik bilgilendirici seminerler düzenlenebilir ve danışmanlık hizmetleri sağlanabilir. Bu uygulamalar, öğrencilerin motivasyonlarını güçlendirerek onların süreç boyunca desteklenmesine yardımcı olacaktır.
- Lisans eğitimi sonrası öğrencilerin iş bulma süreçlerini kolaylaştırmak adına üniversiteler ile sektör

arasında daha güçlü iş birlikleri kurulmalıdır. Staj programları ve kariyer günleri gibi etkinlikler ile öğrencilerin sektöre daha donanımlı bir şekilde hazırlanmaları sağlanabilir. Ayrıca, lisans mezunu aşçıların sektördeki başarı öyküleri, öğrencilerin motivasyonlarını artırmak için etkin bir şekilde kullanılmalıdır.

- Öğrencilerin lisans eğitime geçişin önemini kavrayabilmeleri için farkındalık artırıcı çalışmalar yapılmalıdır. Bu doğrultuda, düzenlenecek seminerler, konferanslar ve paneller aracılığıyla öğrencilerin lisans eğitiminin sunduğu avantajlar hakkında bilgilendirilmeleri sağlanabilir. Ayrıca lisans eğitime geçmiş mezunların sektördeki deneyimlerinin paylaşılması, öğrencilerin bu süreçte dair daha somut bir algı geliştirmelerine yardımcı olacaktır.
- Aşçılık mezunlarının lisans eğitime geçiş süreçlerinde mesleki bilgi ve deneyimlerinin daha etkin bir şekilde tanınmasına yönelik düzenlemeler yapılmalıdır. Bu, öğrencilerin lisans eğitiminde yeniden temel dersler almak yerine, daha uzmanlaşmış alanlara yönelmesine olanak tanınabilir ve eğitimin verimliliği artırılabilir.

KAYNAKÇA

- Akoğlu, A., Cansızoglu, 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.
- Aksu, M., & Bucak, T. (2012). Mesleki turizm eğitimi. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(2), 7-18.
- Aslan, N., & Pekerşen, Y. (2019). Aşçılık eğitimi ve sektör başarısı arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi: Beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan aşçıları üzerine bir araştırma. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), 93-122. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.472843>
- Cihangir, İ.S., & Özer, O. (2016). Aşçılık eğitimi alan öğrencilerin eğitim memnuniyetleri ve kariyer beklentilerine yönelik bir araştırma. *USET II. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu Bildiri Metinleri Elektronik Kitabı*, Nevşehir, Türkiye, 2-4. <https://ntks.nevsehir.edu.tr/tr/12804>
- Creswell, J. W. (2013). *Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni*. (Çev: M. B. Demir) Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Çarbuğa, Ü., Aydın, M., Sormaz, Ü., & Yılmaz, M. (2018). Gastronomi eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının uygulamalı meslek derslerinin değerlendirilmesi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(3), 14-23.
- Dündar, B., & Bıçakçı, C. (2017). Meslek yüksekokulu öğrencilerinin dikey geçiş sınavına bakışı: Osmaniye meslek yüksekokulu örneği. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 6(16), 237-250.
- Ekiz, D. (2003). *Eğitimde araştırma yöntem ve metotlarına giriş*. Ankara: Anı Yayınları.
- Girgin, G. K., & Demir, Ö. (2023). Türkiye'deki gastronomi ve mutfak sanatları eğitimine genel bir bakış. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(1), 266-275. <https://doi.org/10.33083/joghat.2023.263>
- Görkem, O., & Sevim, B. (2016). Gastronomi eğitiminde geç mi kalındı acele mi ediliyor? *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(58), 977-988.
- Hacımustafaoğlu, R., Elçi, H., & Şentürk, M. (2018). Dikey geçiş sınavının (DGS) mesleki eğitim üzerine etkileri: Doğaltaş sektörü örneği. *Mesleki Bilimler Dergisi*, 7(1), 18-27.
- Oğan, Y. (2022). Aşçılık öğrencilerinin mesleki beklentileri üzerine bir inceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(4), 1621-1632. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.1035108>
- Olçay, A. (2008). Türk turizmde eğitimin önemi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 7(2), 318-390.
- Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi (ÖSYM), (2024a). Ön lisans mezuniyet alanlarına göre dikey geçiş yapılabilecek lisans programları. https://dokuman.osym.gov.tr/pdfdokuman/2024/DGS/tablo2_10052024.pdf Erişim Tarihi: 12.07.2024
- Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi (ÖSYM), (2024b). 2024 Meslek yüksekokulları ile açıköğretim ön lisans programları mezunlarının lisans öğrenimine dikey geçiş sınavı (DGS) kılavuzu. https://dokuman.osym.gov.tr/pdfdokuman/2024/DGS/kilavuz_10052024.pdf Erişim Tarihi: 12.07.2024

- Öney, H. (2016). Gastronomi eğitimi üzerine bir değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 193-203.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *Hospitality Management*, 23, 15-24.
- Sarıışık, M., & Özbay, G. (2015). Gastronomi turizmi üzerine bir literatür incelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264 – 278.
- Sezen, T. S. (2018). *Gastronomi eğitiminin mevcut durumunun analizine yönelik bir araştırma*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Turan, B., & Behremen, C. (2023). Türkiye’de gastronomi ve mutfak sanatları eğitimine yönelik tartışmalar. İçinde H. Altıntaş, M. Mete, N. Bolat Bozaslan (Eds.), *Sosyal ve beşeri bilimlerde uluslararası teori, araştırma ve derlemeler 3* (ss.133-148). Serüven Yayınevi.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (12.Bs.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- 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.
- Yükseköğretim Program Atlası (2024a). Aşçılık programı bulunan tüm üniversiteler. <https://yokatlas.yok.gov.tr/onlisans-program.php?b=30002> Erişim Tarihi: 12.07.2024
- Yükseköğretim Program Atlası (2024b). Gastronomi ve mutfak sanatları (fakülte) programı bulunan tüm üniversiteler. <https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans-bolum.php?b=19024> Erişim Tarihi: 12.07.2024
- Yükseköğretim Program Atlası (2024c). Gastronomi ve mutfak sanatları (yüksekokul) programı bulunan tüm üniversiteler. <https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans-bolum.php?b=29022> Erişim Tarihi: 12.07.2024

AŞÇILIK PROGRAMI ÖĞRENCİLERİNİN MESLEK SEÇİMLERİNDE ETKİLİ OLAN AİLE VE YAKIN ÇEVRE FAKTÖRLERİNİN İNCELENMESİNE DÖNÜK NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Murat ÇUHADAR

Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, muratcuhadar@sdu.edu.tr,
ORCID: 0000-0003-0434-1550

Mehmet Anıl KÜÇÜKYAMAN

Öğr. Gör. Dr., Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, mehmetkucukyaman@isparta.edu.tr,
ORCID: 0000-0003-1379-7998

Öz

Bu çalışmada, aşçılık programı öğrencilerinin meslek seçimlerinde aile ve yakın çevre faktörlerinin etkisi incelenmiştir. Nitel araştırma yöntemi kullanılarak, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Aşçılık Programı'na kayıtlı 15 öğrenciyle derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların meslek tercihleri üzerinde ailelerin ve yakın çevrelerinin etkili olduğu bulgulanmıştır. Ailelerin, öğrencilerin meslek seçimlerini destekleyici ve yönlendirici bir rol üstlendikleri, özellikle küçük yaşlardan itibaren yemek yapma süreçlerine katılımın, aşçılık mesleğine olan ilginin gelişmesinde önemli olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, televizyon ve sosyal medya gibi dışsal kaynaklar, aşçılık mesleği hakkında bilgi edinmede etkili olmuş ve öğrencilerin mesleki tercihlerine rehberlik etmiştir. Mesleki rol modellerin (örneğin aile üyeleri veya ünlü şefler) sınırlı etkisi vurgulanmıştır; ancak aşçılık mesleğinin iş olanakları, kariyer fırsatları ve yaratıcılık içermesi, mesleği cazip hale getiren unsurlar olarak öne çıkmıştır. Sonuçlar, meslek seçimi literatürü ile uyumlu olup, aile ve çevre faktörlerinin aşçılık gibi yaratıcı mesleklerde önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Aşçılık Programı, Meslek Seçimi, Aile, Yakın Çevre, Nitel Araştırma

GİRİŞ

Günümüzde eğitim-öğretim sisteminin gereği olarak bireyler üniversiteye giriş sınavına katılarak geleceklere yönelik meslek seçimini de etkileyen önemli bir adımı gerçekleştirmektedir. Üniversite öğrenimi, bireylerin toplumdaki rollerini oluşturmaya başladıkları dönemdir. Toplumda bireyler genellikle beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılayabilecek bir meslek planlaması içerisinde bulunmaktadır. Son yıllarda giderek rağbet gören meslek grupları içerisinde yer alan aşçılık mesleği, lezzetin sanatla buluştuğu bir meslek olarak hem yaratıcılığı hem de disiplini gerektiren bir alandır. Ön lisans düzeyinde eğitim-öğretim verilen Aşçılık programlarında sağlanan uygulamalı ve teorik eğitim öğretim faaliyetleri ile bu alanda öğrenim gören öğrencilerin bilgi ve beceriye sahip, mesleki açıdan donanımlı bireyler olarak yetiştirmeleri amaçlanmaktadır. Bünyesinde Aşçılık Programı bulunan tüm üniversiteler incelendiğinde, Yükseköğretim Kurulu'nun (YÖK) verilerine göre 2023 yılı itibarıyla 98'i Türkiye'de faaliyet gösteren devlet üniversiteleri bünyesindeki meslek yüksekokullarında; 95'i ise Türkiye'de ve KKTC'de faaliyet gösteren vakıf üniversitelerindeki meslek yüksekokulları ve diğer akademik birimler bünyesinde olmak üzere toplam 193 adet ön lisans düzeyinde öğretim veren Aşçılık programının mevcut olduğu ve aktif bir şekilde öğrenci alımının gerçekleştiği görülmüştür (YÖK Atlas, 2023). Son yıllarda gerek devlet ve gerekse vakıf üniversitelerinde çok sayıda Aşçılık programının açılmış olması, bu programlara olan talebin giderek arttığına işaret etmektedir. Türkiye'nin turizm potansiyeli ve hizmet sektörünün gelişimi, Televizyon ekranlarında yayınlanan yemek yarışmalarının giderek popüler ve ilgi çekici hale gelmesi, dışarıda yemek yeme kültürünün yaygınlaşması ve ev ortamında mutfak sanatlarına duyulan ilginin artması gibi faktörler, Aşçılık programlarına olan ilgiyi arttıran faktörler arasında sayılabilir. Özellikle gastronomi alanında, medya ve popüler kültürün de etkisi büyüktür. Aldemir vd. (2020) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, televizyon yemek programlarının gençlerin meslek seçimlerine olan etkisi incelenmiş ve bu programların gençleri gastronomi alanına yönlendirdiği sonucuna varılmıştır. Richards (2002) tarafından ortaya konan

gastronomi turizmi kavramı, yerel mutfak kültürünün turizm faaliyetlerinde merkezi bir rol oynamasını sağlamakta, bu durum ise aşçılık programlarına olan ilgiyi arttırmaktadır. Bu eğilimler, aşçılık gibi yaratıcı mesleklerin yalnızca kişisel ilgi alanlarıyla değil, aynı zamanda çevresel faktörlerin de etkisiyle şekillendiğini göstermektedir.

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin meslek seçimlerini etkileyen birçok faktörün olduğu görülmektedir. Kampüs fiziksel olanakları, cinsiyet, üniversitenin coğrafi konumu, eğitim kalitesi, mezuniyet sonrası istihdam olanakları, kariyer beklentisi, kazanç, demografik özellikler, cinsiyet aile, yakın çevre ve maliyetler öğrencilerin meslek seçimlerini şekillendiren etmenler arasında sayılabilir (Yamamoto, 2006; Dinç, 2008; Çelik ve Üzmez, 2014; Çatı, İhtar ve Özcan, 2016; Kurnaz, 2019; İçgen ve Geçgin, 2021). Gerçekleştirilen literatür taraması sonucunda, ön lisans düzeyinde öğrenim gören aşçılık programı öğrencilerinin; ortaöğretim düzeyinde ise Mutfak programı öğrencilerinin meslek seçimlerini etkileyen faktörler üzerine yapılan muhtelif çalışmaların olduğu görülmektedir. Anılan çalışmalar genel olarak öğrencilerin demografik özellikleri, kişilik özellikleri, aile ve çevresel faktörler ile meslek seçimleri arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Bu çalışmalardan bazıları şöyle özetlenebilir: Kocabaş ve Akdağ (2019) tarafından yapılan çalışmada, aşçılık öğrencilerinin üniversite seçimini etkileyen faktörler ile demografik özellikleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmada, öğrencilerin demografik özelliklerinin üniversite seçimini kısmen etkilediği sonucuna varılmıştır. Üst Can (2021), aşçılık bölümü tercih nedenleri ile kişilik arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışma sonuçlarına göre, aşçılık öğrencilerinin bölüm tercihini en fazla etkileyen unsurun meslek değerleri olduğu, kişilik özelliklerinden deneyime açıklığın yüksek olduğu ve kişilik özelliklerinin demografik değişkenlere göre farklılaştığı belirtilmiştir. Şahin ve Arman (2014), ön lisans seviyesinde aşçılık eğitimi tercih etme nedenlerini değerlendirmiştir. Çalışmada, öğrencilerin aşçılık mesleğini turizm sektöründeki ihtiyacı karşılamak ve yüksek gelir elde etmek için tercih ettikleri, ayrıca aşçılık mesleğini yapan bir tanıdıklarının olması da mesleği tercih etme nedenlerinden biri olduğu belirtilmiştir. Bu bulgu, aile üyelerinin meslekleri ve sosyal çevrenin öğrencilerin meslek seçimlerini etkileyebileceğini göstermektedir. Işık, vd. (2017), turizm meslek lisesi öğrencilerinin meslek seçimlerini etkileyen faktörleri incelemiştir. Çalışmada, öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun turizm sektörünü ve turizm meslek lisesini isteyerek seçtiği ve yükseköğrenimine turizm ile ilgili bir bölümde devam etmek istediği belirlenmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin %37,2'lik bölümü, turizm meslek lisesini tercih etmelerinde ailelerinden etkilendiklerini belirtmişlerdir. Kurnaz (2019), çalışmasında ön lisans düzeyinde aşçılık; lisans düzeyinde ise gastronomi bölümü öğrencilerinin üniversite tercihlerini yaparken dikkate aldıkları faktörleri araştırmıştır. Araştırmanın örneklemini Türkiye ve Kuzey Kıbrıs'ta aşçılık ve gastronomi bölümlerinde okuyan 1213 öğrenci oluşturmuştur. Araştırma sonucunda örneklem grubunda yer alan öğrencilerin üniversite tercihinde belirledikleri faktörlerin; saygınlık, iş olanakları ve etkinlikler ile fiziksel çevre olduğu belirlenmiştir. İçgen ve Geçgin (2021), Kapadokya Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümünde öğrenim gören on yedi öğrenci ile görüşmeler gerçekleştirmiştir. Gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen bulgulara göre; öğrencilerin mesleği tercih etmesindeki en etkili neden olarak "mesleğin cezbediciliği" olarak ifade edilmiştir. Aynı zamanda bireylerin meslek hakkında bilgilerinin yüzeysel olduğu tespit edilmiştir. Gerçekleştirilen kapsamlı literatür taraması neticesinde, daha önce ön lisans düzeyinde öğrenim gören Aşçılık Programı öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen aile ve yakın çevre faktörlerini inceleyen bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Dolayısı ile bu çalışma, alan yazında görülen bu boşluktan hareketle kaleme alınmıştır. Çalışmanın amacı, aşçılık programı öğrencilerinin meslek seçiminde aile ve yakın çevrenin ne gibi rol oynadığını nitel bir analizle ortaya koymaktır. Nitel araştırma güçlü veri toplama yöntemlerine sahiptir ve zengin sonuçlara ulaşmada araştırmacıya önemli araçlar sağlayabilmektedir (Başkale, 2016). Derinlemesine görüşme, araştırma kapsamına uygun açık uçlu soruların araştırmacı ile katılımcının yüz yüze görüşme sağladığı bir tekniktir (Tekin, 2006). Çalışmanın izleyen bölümleri şu şekilde yapılandırılmıştır: İkinci bölüm olan "Kavramsal Çerçeve", aşçılık mesleği, meslek seçimi ve bu süreçte aile ile sosyal çevrenin rolünü teorik perspektiften ele alarak çalışmanın kuramsal temelini oluşturmaktadır. Üçüncü bölüm olan "Yöntem", çalışmanın nitel araştırma deseni, katılımcı profili, veri toplama süreci ve analiz yöntemi hakkında ayrıntılı bilgi sunmaktadır. Dördüncü bölüm "Bulgular" başlığını taşımakta olup, görüşme verilerinden elde edilen analiz sonuçları detaylı bir şekilde tartışılmakta ve katılımcı ifadeleri doğrudan aktarılmaktadır. Sonuç ve Öneriler bölümü ise

çalışmanın temel bulgularını özetlemekte, okuyuculara yönetsel ve pratik çıkarımlar sunmakta ve çalışmanın sınırlılıklarından hareketle aşçılık meslek seçimine yönelik gelecekteki araştırmalara ve uygulamalara yönelik öneriler sunmaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Meslek, kişinin kimliğinin en önemli kaynağı olup onun etraftan saygı görmesine, başkaları ile ilişki kurmasına, toplumda bir yer edinmesine ve işe yaradığı duygusunu yaşamasına olanak veren bir etkinlik alanıdır (Kuzgun, 2009). Meslek, sadece bir para kazanma, geçim sağlama yolu değil, bunların daha da ilerisinde bir anlam taşıyan kendini gerçekleştirme sürecinin ve iddiasının da en önemli aracıdır. Dolayısı ile meslek seçimi, bireylerin hayatlarında önemli bir dönüm noktası olarak kabul edilebilir. Meslek tercihi, ani bir karardan ziyade bireyin küçük yaşlardan itibaren çevresi ile etkileşimi neticesinde meydana gelen bir süreçtir ve bireyin yaşamı boyunca verdiği en önemli kararlardan biridir. İnsan hayatının üçte biri mesleki etkinlikleri içermektedir (Eryetiş, 2016). Bu tercih(ler) öğrencinin gelecekteki kariyeri, ekonomik güvencesi, kişisel tatmini ve yaşam dengesi üzerinde önemli bir etkiye sahip olmaktadır. Meslek seçimi kişinin yaşamının büyük bir kısmını etkileyen önemli dönüm noktalarından birisi olup çeşitli sorumlulukları beraberinde getirmektedir. Bireyin sadece çalışma alanını değil aynı zamanda o kişinin hayatını ve geleceğini de etkileyen birçok faktörü içermektedir (Kim, 2020). Meslek seçimi, bireylerin hayatlarında önemli bir karardır ve bu süreçte aile ve yakın çevre faktörleri etkili olabilmektedir. Sosyal öğrenme teorisine göre ise bireyler, aile üyeleri veya rol modelleri aracılığıyla mesleki ilgilerini geliştirebilirler. Bandura (1986), bireylerin gözlem yoluyla öğrenme süreçlerinde aile ve sosyal çevrenin güçlü bir etkiye sahip olduğunu belirtmektedir. Özellikle çocukluk döneminde aile içinde mutfak faaliyetlerinde bulunmak, aşçılık gibi uygulamalı alanlara olan ilgiyi tetikleyebilir ve bireyin kendine olan güvenini artırabilir (Whiston & Keller, 2004). Aileden alınan geri bildirimler ve destek, aşçılık gibi sanatsal yönü güçlü mesleklerde bireyin yaratıcılığını ve mesleki bağlılığını pekiştiren faktörler arasında yer alır. Yapılan çalışmalarda, mesleğe yönelme ve meslek seçimiyle ilgili olarak üzerinde durulan önemli değişkenlerden birisinin de aile olduğu belirtilmektedir. Özellikle meslek yüksekokulu öğrencileri, gelecekteki kariyerlerini şekillendirme sürecinde ailelerinin ve yakın çevrelerinin etkilerini yoğun bir şekilde hissedebilmektedir (Kuzgun, 2009). Eğitimciler aileyi ilk ve en etkili eğitim kurumu olarak kabul ederler. Kişiliğinin temelleri ailede atılır. Kültürel değerler ve toplumsal kurallar ailede benimsenir. Her aile genel olarak o ülkenin kültürünü taşısa da sosyo-ekonomik yönden birbirlerinden belirli ayrılıklar gösterirler (Önal, 2012). Meslek seçiminde rol oynayan sosyal etkenler arasında aile ile ilişkili olarak özellikle ana-baba ilişkisi ve ailenin sosyo-ekonomik düzeyi önemli rol oynamaktadır. Aile, kariyer gelişiminin ilk aşamalarında bireyin beceri ve yeteneklerinin farkına varması, belirli meslek dallarına yönelmesi konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle gastronomi, mutfak sanatları, aşçılık gibi pratik ve sanatsal yönü güçlü mesleklerde aile desteği, bireyin mesleki özgüvenini artırmakta ve meslek seçim sürecini doğrudan etkilemektedir (Chae, 2017).

Aşçılık gibi yaratıcılık ve lezzet tutkusunu birleştiren mesleklerin seçimi, bireyin kişisel özelliklerinin yanı sıra çevresel faktörlerin de etkisi altındadır. Savickas (2002) tarafından ortaya konulan kariyer inşası teorisi, bireylerin mesleki tercih süreçlerinde kişisel anlam oluşturma ve sosyal destek faktörlerinin önemine vurgu yapmaktadır. Kariyer inşası teorisine göre bireyler, sosyal çevrelerinde gördükleri meslek modelleri ve ailelerinden aldıkları yönlendirmelerle mesleklerine dair anlam oluştururlar. Bu anlamlandırma süreci, bireyin mesleki tercihlerini şekillendirmekte ve kariyer inşasında güçlü bir temel oluşturmaktadır (Savickas, 2005). Benzer şekilde Mériot (2005), aşçılık mesleğine yönelen öğrencilerin kimlik oluşumunda aile içi deneyimlerin ve sosyal çevreyle olan etkileşimlerin etkisinin oldukça fazla olduğunu ileri sürer. Bu etkileşimler, öğrencilerin mesleki kimliklerini oluşturmalarına ve kariyer yollarını belirlemelerine yardımcı olan kritik bileşenlerden biridir. Aileden gelen geleneksel yemek yapma alışkanlıkları veya sosyal çevreden edinilen mesleki bilgiler, bireyin aşçılık alanındaki kararlarını doğrudan etkileyebilmektedir (Mériot, 2005). Bu bağlamda, bireylerin meslek seçimi sürecinde yalnızca bireysel ilgi ve yetenekleri değil, aynı zamanda çevresel etkenlerin de rol oynadığı görülmektedir. Super (1990), bireyin kariyer gelişimini hem bireysel hem çevresel özelliklerin etkilediğini ifade etmektedir. Bu bireysel özellikler içerisinde; bireyin mesleki değerleri, yetenek alanları, ihtiyaçları gibi özellikler yer alırken çevresel

özellikler içerisinde; aile beklentileri, ana-baba tutumları, akran, medya gibi etmenler yer almaktadır. Tüm bu özellikler, bireyin benlik kavramını oluşturarak onun kariyerine yön vermektedir (Eryılmaz ve Mutlu, 2017). Bu faktörlerin detaylı bir şekilde incelenmesi, açıcılık eğitimi ve meslek seçimi süreçlerinde daha etkili politika ve programların geliştirilmesine olanak sağlayabilir. Açıcılık programı öğrencilerinin meslek seçimleri üzerinde aile ve yakın çevrenin etkisi, kariyer gelişiminde önemli bir yere sahiptir. Kariyer gelişimi teorilerine göre, bireylerin aileden ve sosyal çevreden aldığı destek, mesleki eğilimlerini doğrudan etkileyen faktörler arasında yer almaktadır (Whibbs & Holmes, 2019). Eğitim ortamı, bireylerin meslek seçiminde önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Mesleki eğitim veren kurumlar, öğrencilerin hem teknik becerilerini geliştirmekte hem de kariyer hazırlığı süreçlerinde onlara rehberlik etmektedir. Ailelerin bu eğitim sürecine dahil olması, öğrencilerin mesleki hedeflerine ulaşma konusunda motivasyonlarını artırmaktadır (Işkın vd., 2021). Sosyoekonomik durum da öğrencilerin sahip olduğu sosyal sermayenin bir parçası olarak değerlendirilebilir. Bu sermaye, bireylerin mutfak becerilerini geliştirme ve farklı kültürlerle etkileşime girme olanaklarını şekillendirmektedir (Puentes, 2017). Bireyin kariyer seçiminde aile dışında yakın arkadaşlar, öğretmenler ve rol modeller gibi diğer sosyal etkenlerin de önemli bir rol oynadığı bilinmektedir (Baydeniz, 2023). Özellikle açıcılık gibi kariyerler, sosyal etkileşimlerle öğrenilen ve aktarılan deneyimlerin sonucunda seçilmektedir. Bu anlamda, bireyin etrafındaki kişilerden aldığı geri bildirimler, meslek seçiminde belirleyici olabilmektedir. Bourdieu'nun sosyal sermaye teorisine göre, bireylerin sahip olduğu kültürel ve ekonomik sermaye, kariyer seçimlerinde kritik bir rol oynamaktadır. Puentes'e (2017) göre mutfak sanatları, açıcılık programı öğrencileri için de bu durum geçerlidir. Aileden gelen ekonomik ve kültürel sermaye, öğrencilerin açıcılık mesleğinde farklı mutfak kültürlerini tanıma, yaratıcı becerilerini geliştirme ve mesleki başarı elde etme şanslarını artırmaktadır. Aile, bireylerin ilk sosyal çevresi olup, meslek seçimi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Kuzgun, 2009). Açıcılık programı öğrencilerinin meslek seçimlerinde aile faktörleri çeşitli açılardan etkili olabilir. Bunlar kısaca;

- **Aile Geçmişi ve Kültürü:** Bir ailenin yeme içme kültürü, genç bir bireyin açıcılık mesleğini tercih etme olasılığını artırabilir. Aile büyüklerinden gelen yemek yapma geleneği ve bu alana duyulan ilgi, meslek seçiminde belirleyici olabilir.
- **Ailenin Mesleki Deneyimi:** Eğer bir veya daha fazla aile üyesi açıcılık veya gıda sektöründe çalışıyorsa, bu durum genç bir bireyin bu alana yönelmesinde teşvik edici olabilir. Ailenin mesleki başarısı veya deneyimi, açıcılığı cazip kılabilecek bir faktör olabilir. Ebeveynlerin çocuğunu erken yaşlardan itibaren destekleyecek şekilde kendi kararlarını almasına imkân tanınması, bireyin çocuk yaşından itibaren girişimcilik potansiyeline katkı sağlayabilmektedir (Sözbilir, 2017).
- **Ailenin Tutumu ve Destekleyici Rolü:** Aile üyelerinin meslek seçimine yönelik tutumu ve verdikleri destek, gençlerin açıcılığı seçmelerinde önemli bir motivasyon kaynağı olabilir. Aile tarafından sağlanan maddi ve manevi destek, eğitim sürecini kolaylaştırabilir ve meslek sevgisini pekiştirebilir.

Üniversitelerin Açıcılık programlarında öğrenim gören öğrencilerin meslek seçimlerini şekillendiren diğer önemli faktörlerden biri de yakın çevredir. Yakın çevre faktörleri şu şekilde etkili olabilir:

- **Arkadaşların ve Akranların Etkisi:** Gençlerin arkadaş çevresindeki ilgi alanları ve meslek seçimleri, açıcılık gibi spesifik bir alana yönelmelerinde önemli bir etkidir. Arkadaşların açıcılığı tercih etmesi veya bu mesleği olumlu bir şekilde değerlendirmesi, gençlerin de bu mesleği seçmelerinde etkili olabilir.
- **Okul ve Eğitim Kurumlarındaki Destek ve Bilgi Kaynakları:** Lise ve ortaöğretim düzeyinde otelcilik, açıcılık, mutfak vb. alanlarda öğrenim gören öğrenciler, okullarının veya eğitim kurumlarının sunduğu bilgi ve destek kaynaklarından büyük ölçüde etkilenirler. Uygulamalı eğitim fırsatları, staj imkânları ve sektörle olan bağlantılar, gençlerin meslek seçiminde belirleyici olabilmektedir.

Araştırma konusuna ve amacına yönelik gerçekleştirilen alan yazın taraması neticesinde, daha önce üniversitelerde ön lisans düzeyinde öğrenim gören Açıcılık Programı öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen aile ve yakın çevre faktörlerini inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Üniversitelerin Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümlerinde lisans düzeyinde öğrenim gören öğrencilere yönelik olarak

ise bir çalışma tespit edilmiştir. İçigen ve Geçgin (2021), Kapadokya Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümünde lisans düzeyinde öğrenim gören on yedi öğrenci ile görüşmeler gerçekleştirmişlerdir. Gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen bulgulara göre; öğrencilerin mesleği tercih etmesindeki etkili neden olarak “mesleğin cezbediciliği” olarak ifade edilmiştir. Aynı zamanda bireylerin meslek hakkında bilgilerinin yüzeysel olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada, başta İçigen ve Geçgin (2021) tarafından Kapadokya Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü (Lisans) öğrencilerine dönük gerçekleştirdikleri çalışma olmak üzere; yazın taraması ile ulaşılan ilgili çalışmaların incelenmesi neticesinde oluşturulan aşağıdaki araştırma sorularına yanıtlar aranmış, elde edilen yanıtlar irdelenmiş; ilgili kuram ve literatür ile ilişkilendirilerek yorumlanmıştır.

1. “Aşçılık programın tercih etmeden önce bu program hakkında bilginiz var mıydı?”
2. “Üniversite seçme ve yerleştirme sınav sürecinde Aşçılık programını tercih etmeden önce bu programa ilginiz var mıydı?”
3. “Aşçılık programını tercih etmenizden ailenizde veya yakın çevrenizde seçiminizi etkileyecek idol olarak gördüğünüz biri/birileri var mıydı?”
4. “Aşçılık programını tercihinizden önce, aileniz sizi bu bölümü/programı seçmeye teşvik etti mi? Sizi Aşçılık programına yönlendirme davranışında bulundu mu?”
5. “Bölüm/Program tercihiniz öncesinde aile dışındaki yakın çevreniz (arkadaşlar, akrabalar, komşular vb.) sizi Aşçılık programına yönlendirdi mi, sizi bu bölümü/programı seçmeye teşvik etti mi? Yakın çevreniz sizi Aşçılık Programına nasıl yönlendirdi?”
6. “Bu bölüme/programa araştırma ile mi, yönlendirme ile mi geldiniz?”
7. “Sizce Aşçılık mesleğinin cezbediciliği/cazip yönleri nelerdir?”
8. “Çevrenizdekilere öğrenim gördüğünüz programı tavsiye eder misiniz?”

YÖNTEM

Bu çalışmada Aşçılık Programı öğrencilerinin meslek tercihleri seçimlerinde aile ve yakın çevre bireylerinin etkileri araştırılmıştır. Çalışmada araştırma alanını Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Isparta Meslek Yüksekokulu; araştırmanın örneklemini ise amaçlı örnekleme yolu ile belirlenen Aşçılık Programı öğrencileri oluşturmaktadır. 2023 yılı Yükseköğretim Girdi Göstergeleri (2023 YKS) incelendiğinde, genel kontenjanı 60 kişi olan Isparta MYO 1. Öğretim Aşçılık programına 64 kişi yerleştiği; genel kontenjanı 60 kişi olan Isparta MYO, II. Öğretim Aşçılık programına ise yine 64 kişinin yerleştiği ve her iki programın da % 100’ün üzerinde bir doluluk oranına sahip olduğu görülmüştür (YÖK Atlas, 2023a; YÖK Atlas, 2023b). Örneklem olarak, Türkiye’nin farklı illerinden gelen, genel (düz) lise mezunu ve araştırmaya gönüllü katılım sağlayan öğrenciler seçilmiştir. Bu kapsamda yarı yapılandırılmış görüşme formu yardımı ile öğrencilerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde araştırmacı sorularını pilot çalışma ile akıcı, yalın ve anlaşılır bir şekilde planlayarak soruların anlaşılması veya beklenmedik soruların ortaya çıktığı anlarda düzenlemeleri gerçekleştirerek katılımcıya yöneltir (Polat, 2022). Bu kapsamda farklı şehirlerden Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksekokulu Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Programında kayıtlı 15 öğrenci ile 10 Nisan 2024-15 Mayıs 2024 tarihleri arasında görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen analizler neticesinde, Aşçılık Programı öğrencilerinin mesleği tercih etmesinde etkili olan aile ve yakın çevre faktörlerine ilişkin bulgular irdelenmiştir. Araştırmanın güvenilirliğini, geçerliliğini ve inandırıcılığını sağlamak amacıyla görüşme formu alanında uzman dört farklı araştırmacı tarafından eleştirel bakış açısıyla incelenmiş ve geri bildirimler alınmıştır. Miles & Huberman (1994)’e göre, uzman araştırmacıların değerlendirmeleri arasındaki uyumun yüksek düzeyde olması, güvenilirliğin bir göstergesidir. Araştırma kapsamında hazırlanan görüşme formu, katılımcılara ait demografik bilgiler ve araştırmanın amacına yönelik çeşitli sorulardan oluşmaktadır. Katılımcılarla görüşmelerin yapılabilmesi ve çalışmanın amacı doğrultusunda Etik Kurul 24.04.2024 tarih ve 732769 sayılı kararı ile etik kurul onayı alınmıştır. Ayrıca görüşme öncesi katılımcılardan yazılı ve sözlü onam alınarak görüşmeler kayıt altına alınmıştır. Katılımcılara çalışmanın amacı ile ilgili açıklama yapılarak kişisel verilerinin gizli tutulacağı hakkında bilgi

verilmiştir. Örneklem kapsamında seçilen öğrenciler K1, K2, K3... olarak sıralanmış ve K1 ile K15 arasında kodlanmıştır. Görüşmeler yüz yüze gerçekleşmiştir. Örneklem grubunu oluşturan ön lisans öğrencilerine araştırma konusun amacı ve hazırlanması planlanan içerik hakkında bilgi aktarımı yapılmıştır. Daha sonra görüşme formunda yer alan sorular görüşme yapılan öğrencilere yöneltilmiş ve cevaplar görüşme formunda yer alan cevap kısmına aktarılmıştır. Örneklemi oluşturan öğrenciler görüşme kapsamında ses kayıt cihazına onay vermedikleri için görüşmeler sadece yazılı olarak kayıt altına alınmıştır. Gönüllü katılım formunda çalışmanın herhangi bir aşamasında katılımcının görüşmeden vazgeçebileceği gibi hususlar belirtilmiştir. Katılımcılara isimlerinin anonimleştirileceği, isimlerin doğrudan çalışmada yer almayacağı; çalışmanın amacı ve önemi, literatüre sağlayacağı katkı konularında bilgi aktarımı yapılmıştır. Araştırma, 2024 öğretim yılı bahar döneminde kayıtlı olan on beş Isparta Meslek Yüksekokulu Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Programı öğrencileri ile sınırlandırılmıştır. Araştırmacıların örneklem olarak Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Programı öğrencilerini tercih etmesindeki sebep, araştırmacıların yükseköğretim kurumlarının ilgili programlarında görev almış olmaları ve dolayısı ile program ve öğrencileri konularında deneyim sahibi olmalarıdır. Bununla birlikte zaman ve bütçe sınırlılıkları sebebiyle diğer bölgelerde faaliyet gösteren üniversiteler araştırma kapsamına alınmamıştır. Araştırma verileri 2024 yılı bahar döneminde elde edildiğinden ilgili döneme yönelik fikir verebilmektedir. Üniversiteler bünyesinde lisans düzeyinde öğretim gerçekleştiren Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü öğrencilerinin meslek seçimlerinde etkili olan aile ve yakın çevre faktörlerinin incelenmesine yönelik bir araştırma yapılmasına karşın ön lisans düzeyinde eğitim-öğretim gerçekleştiren Aşçılık programı öğrencilerinin meslek seçimlerinde etkili olan aile ve yakın çevre faktörlerinin incelenmesine yönelik herhangi bir çalışmanın bulunmaması araştırmanın özgün değerini oluşturmaktadır. Araştırma ile aşçılık programı öğrencilerinin meslek seçimlerinde etkili olan aile ve yakın çevre faktörlerinin incelenmesi, belirlenmesi ile ulaşılan bulgular ışığında teorik, pratik çıkarımlara ulaşılması ve nihayetinde ileriye dönük strateji ve önerilerin sunulması sayesinde ilgili alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Görüşmelerdeki veriler özgünlüklerine bağlı kalınarak katılımcıların ifadeleri doğrudan aktarılmıştır.

BULGULAR

Araştırma kapsamında örneklem kümesini oluşturan Aşçılık Programı öğrencilerinden 20 ile 27 yaş aralığındaki 15 kişi (8 Kadın, 7 Erkek) ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Öğrencilerden 10'u birinci sınıf, 5'i ise ikinci sınıfta öğrenim görmektedir. Görüşmeye katılan öğrencilerin "Hatay, Manisa, Muğla, Aydın, Sakarya, İzmir, Zonguldak, Antalya, Mersin, Burdur, Denizli, Afyonkarahisar, Ankara, Kocaeli, Batman" şehirlerden geldiği tespit edilmiştir. Görüşme verileri sonlandığında elde edilen veriler incelenmesi ile en kısa süre olarak 9 dakika 42 saniye, en uzun süre 27 dakika 12 saniye olarak işlenen veriler arasındadır. Tablo 1'de Katılımcılara yönelik demografik özellikler aktarılmıştır.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Katılımcılar	Cinsiyet	Memleket	Yaş	Medeni durum
K1	Kadın	Hatay	24	Bekâr
K2	Kadın	Manisa	22	Bekâr
K3	Erkek	Muğla	21	Bekâr
K4	Kadın	Aydın	27	Bekâr
K5	Kadın	Sakarya	23	Bekâr
K6	Erkek	İzmir	20	Bekâr
K7	Erkek	Zonguldak	25	Bekâr
K8	Erkek	Antalya	24	Bekâr
K9	Erkek	Mersin	22	Bekâr
K10	Kadın	Burdur	24	Bekâr
K11	Kadın	Denizli	22	Bekâr
K12	Kadın	Ankara	26	Bekâr
K13	Erkek	Afyonkarahisar	27	Bekâr
K14	Kadın	Kocaeli	21	Bekâr
K15	Erkek	Batman	26	Bekâr

Tablo 1 incelendiğinde, katılımcıların 20 ile 27 yaş aralığındaki 15 kişiden (8 Kadın, 7 Erkek) oluştuğu görülmektedir. Katılımcılar “Hatay, Manisa, Muğla, Aydın, Sakarya, İzmir, Zonguldak, Antalya, Mersin, Burdur, Denizli, Afyonkarahisar, Ankara, Kocaeli, Batman” şehirlerinden Isparta’ya Aşçılık öğrenimi görmek için gelmişlerdir ve hâlihazırda Isparta ilinde ikamet etmektedirler. Araştırma kapsamında görüşme gerçekleştirilen Aşçılık Programı öğrencilerinin kendilerine yöneltilen sorulara verdikleri yanıtlar izleyen satırlarda sunulmuş, katılımcıların ifadeleri ilgili kuramlar ve literatür ile ilişkilendirilerek yorumlanmıştır.

Ön lisans Aşçılık Programı Hakkında Bilgi Sahibi Olma ile İlgili Katılımcı İfadeleri

Türkiye’de lisans veya ön lisans düzeyinde öğrenim görmek isteyen adaylar, merkezi üniversite sınavına katıldıktan sonra aldıkları puana göre tercihlerde bulunarak üniversiteye yerleşmektedir. Meslek Yüksekokulları bünyesinde yer alan aşçılık ön lisans programını tercih eden öğrenciler, üniversite sınavına katılıp, programa yerleşme şartlarını sağladıktan sonra kayıt şansını elde etmektedir. Görüşme esnasında katılımcılara ilk olarak “Aşçılık programını tercih etmeden önce bu programla ilgili bilginiz var mıydı?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan bazılarının yanıtları özet biçiminde aşağıda verilmiştir;

K1 “Bir bilgim yoktu. İnternet üzerinden baktığım tarifler kadar bilgi sahibiydim.”

K2 bu soruya “evet bilgim vardı. Televizyon bu konuda bana çok önder oldu.”

K3 ise “Çok detaylı olmasa da genel olarak bilgim ve merakım vardı” diyerek cevap vermiştir. K4 “Vardı ve istiyordu. Önceliğim askerlikti fakat nasip olmayınca aşçılığa yöneldim. Yemeklere her zaman ilgim vardı.”

K7 “Az da olsa bilgim vardı. Annem aşçı olduğu için”

K5 “Evet, vardı. Çevremden çalışan bu meslekte olan insanlar vardı. Az çok bilgiliydim.

K14 “Evet vardı, sosyal medya sayesinde bilgilendim.”

K11 “Evet ilgi duyduğum için bazı şeyler araştırmıştım.”

K10 “Evet otelde başka departmanda çalışsam bile gördüğüm kadarı ile yüzeysel bilgim vardı.”

Katılımcıların aşçılık programına yönelik bilgi düzeylerini belirlemek amacıyla yöneltilen soruya verdikleri yanıtlar, meslek tercihi süreçlerinde aile, sosyal çevre, medya ve dijital platformların etkisini gözler önüne sermektedir. Meslek, bireyin yaşamında önemli bir kimlik kaynağı ve kendini gerçekleştirme aracı olarak tanımlanır (Kuzgun, 2009). Bu bağlamda, meslek seçiminde etkili olan çeşitli sosyal faktörlerin öğrenci yanıtlarında açıkça görüldüğü söylenebilir. Aşçılık gibi sanatsal ve yaratıcılık gerektiren mesleklerde özellikle aileden ve sosyal çevreden alınan destek, bireyin mesleki özgüvenini artırarak, meslek seçiminde pozitif bir etki oluşturur (Chae, 2017). Örneğin, K7’nin annesinin aşçı olması, Sosyal Öğrenme Teorisi’nin vurguladığı gibi bireylerin mesleki ilgilerini aile üyeleri veya rol modelleri aracılığıyla geliştirebileceklerini ortaya koymaktadır (Bandura, 1986). Bu bağlamda aile içindeki deneyimlerin, aşçılık gibi uygulamalı alanlarda mesleki tercihleri şekillendiren güçlü bir etkisi bulunmaktadır. Aileden alınan geri bildirimler, bireylerin sanatsal yönü olan mesleklerde yaratıcı potansiyellerini keşfetmelerine ve mesleklerine olan bağlılıklarını pekiştirmelerine katkı sağlar (Whiston & Keller, 2004). K5 ve K7’nin, çevrelerinde aşçılık mesleğinde çalışan bireylerin bulunması dolayısıyla mesleğe dair bilgi sahibi olduklarını ifade etmeleri, Kariyer İnşası Teorisi’ne göre bireylerin sosyal çevrelerinde gördükleri meslek modelleriyle kariyerlerine dair anlam oluşturmalarına yardımcı olan bir süreci yansıtır (Savickas, 2005). K2 ve K14 gibi katılımcıların aşçılık mesleğine dair bilgilerini televizyon ve sosyal medya aracılığıyla elde etmeleri, medya araçlarının gençlerin kariyer planlamalarındaki etkisini göstermektedir. Yetiştirme Kuramı (Cultivation Theory) kapsamında değerlendirildiğinde, televizyon ve sosyal medya gibi dijital kaynakların meslek algısını şekillendirme gücü ön plana çıkmaktadır. Bu etki, genç bireylerin aşçılık gibi yaratıcı mesleklerle yönelik farkındalıklarını artırmakta ve kariyer tercihlerini etkilemektedir. Bu durumda medya, aşçılık gibi belirli mesleklerin cazibesini artırarak gençlerin kariyer yönelimlerinde rol oynayan önemli bir çevresel faktör olarak işlev görmektedir. Öte yandan, K1’in internet üzerinden yemek tarifleri araştırarak sınırlı da olsa aşçılık hakkında bilgi sahibi olması, dijital araçların bireylerin mesleki ilgi alanlarını keşfetme süreçlerinde

giderek önem kazandığını göstermektedir. Savickas'ın Kariyer İnşası kuramı çerçevesinde ele alındığında, bireylerin dijital platformlarda meslekle ilgili içeriklere ulaşmaları, onların bu mesleğe dair ilgi ve bilgi düzeylerini etkileyen sosyal bir süreçtir (Savickas, 2005). Özellikle aşçılık gibi pratik bilgi gerektiren alanlarda internet ve sosyal medya aracılığıyla sağlanan bilgi, öğrencilerin kariyerlerine yönelik farkındalıklarını artırmakta ve mesleki kimlik oluşumlarına katkı sağlamaktadır (Mériot, 2005). Katılımcıların bazıları, aileden veya sosyal çevreden gelen desteklerle aşçılık programına yönelik bir ilgi geliştirdiklerini belirtmiştir. Puentes (2017), aşçılık, mutfak sanatları alanında aileden gelen kültürel sermayenin, bireylerin mesleğe dair bilgi birikimlerini geliştirme, farklı mutfak kültürlerini tanıma ve yaratıcı becerilerini güçlendirme olanaklarını arttırdığını vurgulamaktadır. K3 ve K11'in aşçılığa olan ilgilerini çevrelerinde gözlemledikleri veya araştırdıkları bilgi kaynaklarıyla şekillendirmeleri, bu bağlamda değerlendirilebilir. Aileden veya sosyal çevreden gelen bilgi ve deneyimler, öğrencilerin aşçılık mesleğine yönelik özgüven ve ilgi geliştirmelerine katkı sağlamaktadır (Whibbs & Holmes, 2019). Bu bağlamda, K4 gibi kişisel ilgi ve yeteneklerinin farkında olan öğrenciler, meslek tercihlerinde güçlü bir yönelime sahip olmaktadır. K4'ün aşçılığa olan ilgisi, bireyin kişisel ilgisinin ve sosyal çevreden aldığı desteklerin meslek tercihlerinde nasıl bir güdülenme oluşturabileceğini göstermektedir.

Aşçılık Mesleğine İlgiyi Anlamaya Yönelik Katılımcı İfadeleri

Katılımcılara yöneltilen “Üniversite seçme ve yerleştirme sınav sürecinde Aşçılık programını tercih etmeden önce bu programa ilginiz var mıydı?” sorusuna katılımcılardan bazılarının verdiği cevaplar aşağıda özet olarak verilmiştir.

K5 “İlgim vardı. Mutfağı seviyorum. Evde de yemek yapıyordum. Daha da iletletmek istiyorum.”

K9 “Evet vardı. Turizm otelcilik lisesini seçme amacımda bundan dolayı.”

K10 “İlgim yoktu.”

K11 “Evet vardı. Bu ilgi daha çok pandemide başladı ve Televizyon da çeşitli programları takip ettim”

K12 “Evet ilgim küçüklüğümde beri vardı.”

K14 “Evet aşçılığa ilgim vardı.”

K7 “Bu bölümü ilgim olduğu için seçtim. Çünkü kendi yaptığım yemeği yemeyi severim.”

K3 “Çocukluk hayalimdi hep kendimi en iyi hissettiğim yer mutfaktı.”

K2 “Evet ilgim vardı. Annem mutfağı çok sevdiği için benimle bunun üzerinde fazla çalışma gösterdi. Benim de becerimin olduğunu gösterdi.”

Katılımcıların verdikleri yanıtlar, çoğunluğun mesleğe yönelik bir ilgisinin olduğunu ve bu ilginin genellikle çocukluk dönemine dayandığını ortaya koymaktadır. Özellikle aile içinde yemek yapma deneyimleri ve aile bireylerinin yönlendirmeleri, aşçılık mesleğine olan ilgiyi teşvik edici bir rol oynamaktadır. K2 ve K3 gibi katılımcıların ifadelerinde, çocukluktan itibaren mutfakla iç içe olmanın ve aile bireylerinin desteğinin, mesleki yönelimi nasıl etkilediği görülmektedir. K2, annesinin mutfaka olan ilgisinin kendisini de bu alanda geliştirmesi için cesaretlendirdiğini belirtirken; K3, mutfağı “çocukluk hayali” olarak tanımlamakta ve kendisini en rahat hissettiği yer olarak ifade etmektedir. Bu bulgular, Savickas'ın (2002) kariyer inşası (yapılandırma) kuramı kapsamında, aile rol modellerinin bireyin mesleki ilgilerinin gelişmesinde önemli bir etken olduğunu öne süren görüşleri destekler niteliktedir. Pandemi döneminde aşçılığa olan ilginin artması, K11'in ifadesinde açıkça görülmektedir. K11, bu ilginin pandemi sırasında başladığını ve çeşitli televizyon programlarını takip etmenin ilgisini pekiştirdiğini ifade etmiştir. Bu durum, COVID-19 pandemisi sırasında bireylerin evde daha fazla vakit geçirmeleriyle birlikte yemek yapma gibi mutfak aktivitelerine yönelme eğiliminin arttığını ortaya koyan literatür ile uyumludur. Örneğin, Celorio-Sardà & arkadaşları (2021), COVID-19 sürecinde gıda bilimi öğrencileri ve profesyonellerinin beslenme alışkanlıklarında ve mutfak faaliyetlerinde belirgin bir artış yaşandığını belirtmiştir. Alhusseini & Alqahtani (2020) tarafından

Suudi Arabistan’da yürütölen bir çalışmada ise bireylerin COVID-19 pandemisi sürecinde yemek yapma ve yeme alışkanlıklarındaki değışiklikler incelenmiştir. Çalışma bulguları, bireylerin pandemi döneminde evde daha fazla vakit geçirmesi ile yemek yapma alışkanlıklarının arttığını ortaya koymuştur. Pandemi döneminde artan bu ilginin aşcılık mesleğine yönelime dolaylı bir katkı sağladığı söylenebilir. K5, K7, K9 ve K12 gibi katılımcılar ise aşcılığa olan ilgilerini, yemek yapma sürecine duydukları kişisel ilgi ve mutfakta bulunmaktan aldıkları haz üzerinden ifade etmektedirler. K7’nin, kendi yaptığı yemeği yemekten hoşlanması nedeniyle aşcılığı tercih ettiğini belirtmesi, bireysel tatminin meslek seçimi üzerindeki etkisine işaret etmektedir. Deci & Ryan’ın (1985) Öz Belirleme Kuramı, bireyin içsel motivasyonlarının meslek tercihi üzerinde önemli bir rol oynadığını vurgulamaktadır; diğeri bir anlatımla bireyin bir faaliyeti sadece zevk aldığı ve tatmin sağladığı için tercih etmesi, o meslekte süreklilik sağlama ihtimalini artırmaktadır. Bu durumda, aşcılık gibi yaratıcı mesleklerin bireylerin içsel motivasyonlarını karşılamada etkili olduğu söylenebilir. Öte yandan, K10 gibi mesleğe ilgisinin olmadığını belirten katılımcılar da bulunmaktadır. Bu durum, bazı bireylerin meslek seçiminde pragmatik veya farklı güdülerle karar verebileceğini göstermektedir. Holland’ın Mesleki Kişilik Kuramı (1997), bireylerin meslek seçiminde ilgi ve kişilik uyumunun etkili olduğunu öne sürerken, bazı durumlarda dışsal faktörlerin de karar sürecinde rol oynayabileceğini ifade etmektedir. Sonuç olarak, katılımcıların ifadeleri, aşcılık mesleğine olan ilginin genellikle aile içi deneyimler, erken yaşlardan itibaren mutfakta geçirilen zaman ve pandemi döneminde gelişen yeni mutfak alışkanlıkları gibi çeşitli faktörler tarafından şekillendiğini göstermektedir. Bu bulgular, meslek tercihlerinin aile etkisi, içsel motivasyon ve pandemi gibi çevresel faktörlerle nasıl etkilendiğini açıklayan literatürü destekler niteliktedir.

Aşcılık Mesleğine Yakın Çevredeki Mesleki İdollerin Etkisi ile İlgili Katılımcı İfadeleri

Toplumlarda yakın çevrede mesleki idoller, özellikle gençlerin meslek seçiminde önemli bir rol oynamaktadır. Genellikle aile üyeleri, öğretmenler, akrabalar ya da komşular gibi, bireylerin hayatında önemli bir yere sahip olan kişilerdir. Görüşmecilere yöneltilen “Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşcılık programını seçmeden önce yakın çevredeki mesleki idollerin etkisi?” sorusuna katılımcıların bazılarının yanıtları değıştirilmeden özet olarak aşağıda verilmiştir.

K2 “İdol olarak gördüğüm ailem, annem ve anneannem.”

K6 “Hayır, idolüm yoktu”

K10 “Bir idolüm yoktu ancak iş imkânı olarak olanağı çok olan yerde yaşadığım için meslek olarak seçmek istedim.”

K13 “İdolüm yoktur.”

K14 “Czn Burak, gösterişli yemekler yaptığı için ve yemek yemeği sevdiğim için idolümdür.”

K12 “Hayır idolüm yoktu çünkü ünlü kadınlar erkek şeflere göre daha geride.”

K11 “Hayır. Kendi fikrimle istediğim meslekti.”

Katılımcıların sınırlı bir kısmı, aşcılık mesleğinde rol model olarak gördükleri kişilerin (aile üyeleri, ünlü şefler) meslek seçimlerinde etkili olduğunu belirtmiştir. Literatürde, meslek seçiminde rol modellerin bireyin kararlarını şekillendiren önemli bir faktör olduğu vurgulanmaktadır (Chae, 2017). Rol modeller, bireyin kendini mesleki açıdan nasıl konumlandıracağını anlamasına yardımcı olur ve bu kişilerle kurulan ilişkiler, mesleki tercihlere rehberlik edebilir. Özellikle aşcılık gibi beceriye dayalı mesleklerde, bireyin rol model olarak gördüğü şeflerin mesleki başarıları, öğrencilerin bu alana yönelmesinde önemli bir etken olabilmektedir. İdoller, kendi meslekleri hakkında bilgi ve deneyimlerini paylaşarak, gençlerin meslek seçiminde bilinçli kararlar vermelerine yardımcı olmaktadır. K2’nin “İdol olarak gördüğü” kişiler arasında annesi ve anneannesi gibi aile üyelerinin yer alması, aile ve yakın çevrenin bireylerin kariyer seçimlerinde oynadığı önemli rolü göstermektedir. Sosyal Öğrenme Teorisi’ne göre bireyler, aile üyeleri gibi yakın çevredeki rol modellerini gözlemleyerek meslek ilgilerini geliştirirler (Bandura, 1986). Özellikle aile üyelerinin bu tür pratik ve sanatsal yönü ağır basan mesleklerde rol model işlevi görmesi, bireylerin

mesleğe dair özgüvenlerini artırabilir ve onlara meslekle ilgili pozitif bir bakış açısı kazandırabilir. Whiston ve Keller (2004) de aile içindeki mutfak faaliyetlerinin aşçılık gibi uygulamalı mesleklerde ilgi tetikleyici bir faktör olarak öne çıktığını belirtmektedirler. K14'ün sosyal medya fenomeni Czn Burak'tan etkilenecek onu idol olarak gördüğünü belirtmesi, dijital medyanın gençlerin meslek seçiminde oynadığı modern rolü gözler önüne sermektedir. Bu durum, Cultivation Theory (Yetiştirme Kuramı) ile açıklanabilir; medya aracılığıyla sürekli görülen meslek figürleri, bireylerin bu mesleklere dair algılarını şekillendirebilir ve gençlerin kariyer hedeflerine yönelik motivasyonlarını artırabilir (Önal, 2012). Özellikle aşçılık gibi görsel yönü güçlü bir meslekte, sosyal medya fenomenlerinin bu meslekle ilgili popüler içerikler üretmesi, genç bireyler üzerinde etkili bir rol model işlevi görebilmektedir. K10'un "iş imkânı olan bir yerde yaşadığı için mesleği seçtiğini" belirtmesi, meslek tercihiinde pragmatik etkenlerin de belirleyici olabileceğini göstermektedir. Bu, Savickas'ın Kariyer İnşası Teorisi ile ilişkilendirilebilir; bireyler, çevresel koşullara ve iş fırsatlarına göre kariyerlerine dair anlam oluştururlar (Savickas, 2005). Dolayısıyla, rol model eksikliği bireyin meslek seçimini olumsuz etkilememiş, ancak ekonomik ve çevresel faktörler meslek tercihi sürecine yön vermiştir. K11'in mesleğini "kendi fikriyle seçtiğini" belirtmesi de bu duruma paralel olarak bireyin kendini keşfetme sürecinin bir yansımasıdır. K12'nin, kadınların aşçılık alanında erkek şeflere göre daha geride kaldığını ifade etmesi, gastronomi gibi geleneksel olarak erkeklerin baskın olduğu bir alanda, kadınların meslek idollerini konusunda eksiklik hissetmesine yol açabileceğini göstermektedir. Kadınların özellikle aşçılık mesleğinde daha az temsil edilmesi, bu alanda güçlü kadın rol modellerin eksikliği ile sonuçlanabilmektedir. Bu durum, kadın öğrencilerin meslek seçiminde cinsiyet algısının etkisini hissetmelerine yol açabilir. K12'nin ifadesi, bu bağlamda kariyerlerinde idol eksikliği yaşamalarına neden olabilecek bir sosyal bariyer olarak değerlendirilebilir. Genel olarak değerlendirilecek olursa, katılımcıların meslek tercihlerine yönelik idollere dair görüşleri, meslek seçiminde hem sosyal çevre hem de medyanın etkili olduğunu, ancak bireysel faktörlerin de belirleyici bir rol oynadığını göstermektedir. Aile ve sosyal çevredeki rol modellerin eksikliği durumunda dahi bazı katılımcılar ekonomik faktörlere dayalı kararlar verirken, bazıları da kendi içsel motivasyonlarıyla meslek seçimlerini gerçekleştirmiştir. Bu bulgular, aşçılık programı öğrencilerinin meslek tercihlerinde sosyal etkileşimin yanı sıra bireysel tercihlere de büyük önem verdiklerini göstermektedir. Aile, sosyal çevre, medya ve kişisel tercihler gibi faktörlerin bir arada ele alınması, aşçılık gibi uygulamalı alanlarda meslek tercihi etkileyen unsurların daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayabilir. Bu bulgular doğrultusunda, gençlerin aşçılık alanında daha fazla motive olmaları ve kariyer hedeflerine ulaşmaları için rol model çeşitliliğini artıracak stratejiler geliştirilmesi önerilebilir.

Aşçılık Program Tercihinde Aile Etkisi Hakkında Katılımcı İfadeleri

Aileler, bireylerin yaşamlarının her alanında olduğu gibi, meslek tercihiinde de öneme sahiptir. Bu önem, doğrudan veya dolaylı yollarla gerçekleşebilir. Katılımcıların meslek seçiminde ailelerin etkisini incelemek amacıyla "Aileniz sizi Aşçılık programına yönlendirdi mi? "Bu bölümü/programı seçmeden önce aileniz sizi bu bölüme teşvik etti mi?" sorularına katılımcıların bazılarının verdikleri yanıtlar özet olarak aşağıdaki gibidir.

K1 "Evet, yönlendirdiler. Bu alanda başarılı olduğumu düşünüp beni teşvik ettiler."

K3 "Hayır. İkinci üniversitem olduğu için tam aksine okumama karşıydı."

K11 "Ailem yönlendirmede, kendim istedim. Fakat kararımı desteklediler."

K12 "Hayır ailem yönlendirmede aksine yapamazsın şartlarına dayanamazsın, memur ol dediler fakat daha sonradan ben direttikçe yanımda oldular."

K9 "Hayır etmedi ama tercihime her zaman destek oldular."

K15 "Evet ailemin bana çok desteği oldu ve inandılar."

K10 "Hayır. Tercih ettikten sonra öğrendiler kendimi tercihim."

K14 "Evet, görüşmede aileme artık yük olmamak için önü açık bir meslek seçtiğimi söyledim."

K5 “Kendi düşüncemdi ama annem de destek oldu. Seçmem için yanımda oldu.”

Katılımcıların "Aileniz sizi Aşçılık programına yönlendirdi mi?" sorusuna verdikleri yanıtlar, meslek seçiminde aile desteği ve teşviğinin farklı şekillerde ortaya çıktığını göstermektedir. Katılımcı yanıtları değerlendirildiğinde, ailelerin bazı durumlarda aktif bir yönlendirici rol oynadıkları, bazen de öğrencinin kendi tercihlerine pasif bir destek sundukları görülmektedir. Bu durum, kariyer gelişiminde ailenin rolünü ele alan akademik teoriler çerçevesinde anlamlandırılabilir. K1 ve K15 gibi katılımcıların ifadeleri, ailelerin meslek seçimi sürecinde aktif bir rol oynayarak çocuklarını bu alana yönlendirdiklerini ve desteklediklerini göstermektedir. Sosyal Öğrenme Teorisi'ne göre, bireyler aile üyelerinden aldıkları geri bildirimler ve teşviklerle mesleki eğilimler geliştirebilirler (Bandura, 1986). Bu katılımcıların ailelerinden gördükleri destek, aşçılık gibi yaratıcı yönü ağır basan bir meslek için özgüven kazanmalarında önemli bir etken olmuştur. Whiston & Keller (2004), aileden alınan teşviklerin, bireylerin meslek seçim süreçlerinde mesleki bağlılığı artırıcı bir faktör olduğunu belirtmektedir. Ailelerin öğrenciyi bu alanda yetenekli ve başarılı görerek yönlendirmesi, bireyin bu alanda kendini gerçekleştirme motivasyonunu güçlendirebilir. K11, K9 ve K5 gibi katılımcılar, aşçılık programına yönlendirilmediklerini ancak ailelerinden pasif bir destek aldıklarını ifade etmişlerdir. Bu durumda aileler, çocuklarının kendi tercihlerini yapmalarına izin vererek desteklerini daha dolaylı bir yolla ifade etmişlerdir. Kariyer İnşası Teorisi'ne göre, bireyler sosyal çevrelerinden aldıkları destekle mesleki tercihleri konusunda anlam oluştururlar; bu destek bireylerin kariyer inşa süreçlerinde güçlü bir temel oluşturur (Savickas, 2005). Özellikle K11 ve K5'in ifadeleri, ailelerinin kararlarını kabul etmekle birlikte onları desteklemelerinin, bireylerin kariyer seçimlerinde kendi içsel motivasyonlarıyla hareket etmelerini sağladığını göstermektedir. Bu destek, bireylerin kendi yeteneklerine güven duyarak mesleklerini seçmelerine olanak sağlamış olabilir. K3, K12 ve K10 gibi katılımcılar, ailelerinin aşçılık programına karşı çıktıklarını veya onları bu alana yönlendirmediklerini belirtmişlerdir. K12'nin ailesinin, bu meslekte zorlanacağı gerekçesiyle ona "memur ol" tavsiyesinde bulunması, Bourdieu'nun sosyal sermaye teorisi ile açıklanabilir. Ailenin sosyo-ekonomik ve kültürel beklentileri, bireyin meslek tercihiyle ilgili görüşleri şekillendirebilir (Puentes, 2017). Bu durumda, aile üyeleri bireyi daha geleneksel bir meslek yoluna teşvik ederken, birey kendi isteği doğrultusunda hareket etmeyi tercih etmiştir. Bu gibi durumlar, kariyer gelişiminde bireyin bağımsız karar alma becerisini ortaya koyar ve meslek seçiminde direnç göstermesini sağlar. K14'ün ailesine "artık yük olmamak için önü açık bir meslek seçtiğini" ifade etmesi, bireyin ekonomik koşulların farkında olarak ailesine yük olmamak adına daha iyi iş imkânları sağlayacak bir meslek tercihinde bulunduğunu göstermektedir. Bourdieu'nun ekonomik sermaye kavramı burada açıklayıcı bir rol oynar; ailelerin sosyo-ekonomik durumu, çocukların daha güvenli kariyer tercihlerine yönelmelerini etkileyebilir (Kuzgun, 2009). Ailenin ekonomik desteği veya ekonomik bağımsızlık hedefi, öğrencinin meslek seçiminde pragmatik (faydacı/yararlı) bir yaklaşımı yansıtmaktadır. Genel olarak değerlendirilecek olursa, katılımcıların yanıtları, ailelerin aşçılık mesleği tercihlerinde çeşitli şekillerde etkili olduklarını göstermektedir. Kimi durumlarda aileler çocuklarını bu alana yönlendirmiş ve desteklemiştir; kimi durumlarda ise bireylerin kendi tercihlerine izin vererek pasif bir destek sağlamışlardır. Bazı ailelerin meslek seçiminde daha geleneksel yaklaşımları tercih etmeleri de öğrencilerin kendi tercihleri doğrultusunda bağımsızlık sergilemelerine olanak tanımıştır. Bu durum, meslek seçiminin aile yönlendirmesi, sosyo-ekonomik durum ve bireysel isteklerin bir arada şekillendiği karmaşık bir süreç olduğunu ortaya koymaktadır.

Aile Dışındaki Yakın Çevrenin Program-Meslek İlgisi ve Tercihindeki Etkisine Yönelik Katılımcı İfadeleri

Aile dışında, arkadaşlar, iş arkadaşları, öğretmenler, akrabalar gibi yakın çevremiz, meslek seçimi sürecinde önemli bir role sahip olabilmektedir. Bu kişilerin deneyimleri, tavsiyeleri ve beklentileri bireyin meslek tercihlerini şekillendirebilir. Bireyin yakın çevresinin program ve meslek ilgisi ve tercihindeki etkisine yönelik "Bölüm/Program tercihiniz öncesinde aile dışındaki yakın çevreniz (arkadaşlar, akrabalar, komşular vb.) sizi Aşçılık programına yönlendirdi mi, sizi bu bölümü/programı seçmeye teşvik etti mi? Yakın çevreniz sizi Aşçılık Programına nasıl yönlendirdi?" sorularına katılımcı yorumlarının bazıları aşağıda özet olarak ifade edilmiştir.

K1 “Evet teşvik etti. Olumlu yönde iyi bir geleceğimin olacağını dile getirdiler.”

K2 “Bölümü seçerken aile üyelerim elimi yatkın olduğunu söyleyip bunu seçmemi söylediler.”

K4 “Hayır kimse bana bu mesleği bana önermedi ama söylediğimde bana destek çıktılar.”

K5 “Tamamen bana bıraktılar fakat bu bölümü seçeceğimi duyduklarında çok olumlu baktılar.”

K7 “Yakın çevremden biri, aşçılık okuyacağım dediğimde zaten yemek yapmayı seviyorsun iyi olur demişti.”

K8 “İlahiyat mezunuyum. Bu bölümü okumak istemem ve okuyor olmam çevremde anlamsız kabul edildi.”

K12 “Eniştem alanda yönlendirdi. Onunla hangi mutfak çeşidine yönelmem hakkında fikir alışverişi yaptık.”

K13 “Evet oldu, Aşçılık yapan birkaç aile dostu bu bölüme gelmem için yardımcı oldu.”

K15 “Yakın çevrem beni bu bölümde destekledi.”

Katılımcıların “Bölüm/Program tercihiniz öncesinde aile dışındaki yakın çevreniz sizi Aşçılık programına yönlendirdi mi?” sorusuna verdikleri yanıtlar, meslek seçiminde aile dışındaki yakın çevrenin (arkadaşlar, iş arkadaşları, öğretmenler, akrabalar gibi) önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bu kişiler, bireylerin yeteneklerine dair geri bildirimler sunarak ya da meslek hakkında bilgi sağlayarak öğrencilerin karar alma süreçlerini etkileyebilmektedir. Literatürde, yakın çevrenin meslek seçimi üzerindeki etkisi çeşitli açılardan ele alınmıştır ve bu bulgular bu teorik çerçevelerle uyumlu olarak değerlendirilebilir. K1, K2, K7 ve K13 gibi katılımcıların ifadeleri, yakın çevrelerinin bireylerin yeteneklerini fark edip onları bu alana teşvik ettiklerini göstermektedir. Sosyal Destek ve Kariyer İnşası Teorisi’ne göre, bireylerin yakın çevrelerinden aldıkları destek ve teşvik, onların mesleki tercih süreçlerinde özgüven geliştirmelerine ve kariyerlerine anlam kazandırmalarına yardımcı olur (Savickas, 2005). Örneğin, K2’nin yakın çevresi, bireyin el becerisinin aşçılık için uygun olduğunu dile getirerek ona bu meslekte başarılı olabileceğini vurgulamıştır. Bu durum, bireylerin kariyer seçimlerinde yakın çevreden gelen yapıcı geri bildirimlerin özgüven kazandırıcı bir işlev gördüğünü ve bireylerin kendi yeteneklerini tanımalarına yardımcı olduğunu göstermektedir (Whiston & Keller, 2004). K7’nin ifadesinde de belirtildiği gibi, bireyin yakın çevresinden gelen “yemek yapmayı sevdiği” yönündeki teşvik, mesleki ilgi ve yeteneklerinin fark edilmesine olanak sağlamıştır. Sosyal öğrenme kuramına göre insanlar hayatlarının gidişatında aktif katılımcılardır ve sosyal çevrelerinden gelen geri bildirimler doğrultusunda mesleki ilgi ve eğilimlerini geliştirirler (Bandura, 1986; Bayrakçı, 2013). K13’ün “aşçılık yapan birkaç aile dostunun bu bölüme gelmesi için yardımcı olduğunu” belirtmesi, yakın çevrede mesleki deneyimi olan kişilerin bireylerin mesleki yönelimlerinde nasıl rol model işlevi gördüğünü ve bu yönlendirmelerin karar sürecini etkilediğini ortaya koymaktadır. K4, K5 ve K15 gibi katılımcılar, yakın çevrelerinin meslek tercihlerine doğrudan müdahale etmediğini ancak seçimi desteklediklerini belirtmişlerdir. Bu ifadeler, bireyin bağımsız meslek tercihi yapmasına olanak sağlayan bir sosyal destek işlevini göstermektedir. Kariyer İnşası Teorisi çerçevesinde değerlendirildiğinde, bireyler bağımsız karar alma süreçlerinde pasif destek aldıklarında meslek tercihleri hakkında daha bilinçli ve özgün kararlar alabilirler (Savickas, 2005). Örneğin, K5, yakın çevresinin tercihinin desteklediğini ancak yönlendirme yapmadığını belirtmiştir. Bu, bireyin mesleki tercihinde kendi istek ve yeteneklerini dikkate alarak bağımsız bir karar alma süreci yaşadığını göstermektedir. Whibbs & Holmes (2019), aile dışı yakın çevreden gelen desteğin bireyin mesleki güdülenmeyi artırabileceğini ancak bireyin kendi tercihine dayalı bir karar almasının mesleki bağlılık üzerinde daha güçlü bir etki yarattığını belirtir. K8’in ifadesi, yakın çevresinin aşçılık mesleğini anlamlı bulmadığını ve bu tercihi onaylamadıklarını göstermektedir. K8’in “İlahiyat mezunu” olmasına rağmen aşçılık mesleğini tercih etmesi, sosyal çevredeki bireylerin bu alana dair algıları ve beklentilerinin bireyin tercihiyle örtüşmediğini ifade etmektedir. Toplumsal Normlar ve Meslek Algısı kuramları çerçevesinde, bireyler yakın çevrelerinin beklentileri ve sosyal normlardan etkilenebilir; ancak kendi kariyer tercihlerinde bağımsızlık göstermek, bireyin mesleki kimlik oluşturma sürecinde önemli bir adımdır (Kuzgun, 2009). Bu durum, bireyin sosyal çevresinden gelen eleştiriler ve destek eksikliğine rağmen kendi içsel motivasyonu ile kararını sürdürdüğünü göstermektedir. K12’nin eniştesi ile “hangi mutfak çeşidine yönelmesi gerektiği” konusunda fikir alışverişi yapması, aile dışındaki

çevrenin bireye meslek hakkında bilgi ve yönlendirme sağladığı bir durumu temsil etmektedir. Sosyal Destek Teorisi'ne göre, bireyler mesleki gelişim süreçlerinde yakın çevrelerinden bilgi, fikir ve destek alarak daha bilinçli kararlar verebilirler (Whiston & Keller, 2004). K12'nin eniştesiyle mutfak çeşitliliği üzerine yaptığı fikir alışverişi, bireyin meslek seçiminde daha özellikli bilgi edinmesine olanak sağlamış ve bu da kariyeryolunu daha detaylı planlamasına yardımcı olmuştur. Savickas (2002) de bireyin mesleki tercihinde uzman kişilerden alınan fikirlerin mesleki gelişim süreçlerinde bilgi kazandırıcı bir rol oynayabileceğini belirtir. Genel olarak, katılımcıların ifadeleri, aile dışındaki yakın çevrenin meslek seçiminde farklı şekillerde etkili olduğunu göstermektedir. Olumlu teşvikler, bireyin yeteneklerini tanıma sürecine katkıda bulunarak mesleki özgüveni artırırken, bazı katılımcılar pasif bir destek almış ve kendi kararlarını bağımsız bir şekilde alma şansına sahip olmuştur. Diğer yandan, bireylerin sosyal çevresinden aldığı eleştiriler ve destek eksikliği, bireyin direnç göstermesini ve mesleki bağımsızlığını kazanmasını teşvik edici bir etken olarak değerlendirilmiştir. Bu bulgular, sosyal çevreden gelen destek, teşvik ve bilgi alışverişinin meslek seçimi süreçlerinde önemli bir rol oynadığını göstermekte ve aşçılık gibi uygulamalı mesleklerde bireylerin kariyer yollarını nasıl şekillendirdiğine dair değerli ipuçları sunmaktadır.

Aşçılık Programına Yerleşmede Araştırmanın mı, Yönlendirmenin mi etkili olduğuna yönelik Katılımcı İfadeleri

Bireylerin meslek tercihlerinde ilgi ve tercihlerde araştırmanın hem de yönlendirmenin önemi büyüktür. Ancak hangisinin daha etkin olduğu, bireyin durumuna ve hedeflerine göre değişkenlik gösterebilmektedir. Katılımcılara yöneltilen “Bu bölüme/programa araştırma ile mi, yönlendirme ile mi geldiniz?” sorusuna verilen ifadeler aşağıda özet olarak ifade edilmiştir.

K10 “Araştırarak geldim. Bölümün 1.5 yıllık olup iş yeri eğitimi olduğunu öğrenince şaşırdım.”

K4 “Araştırarak, sosyal medyadan ve belgesellerden.”

K13 “Birilerinin yönlendirmesiyle geldim sektörünün önünün kapanmamasından bahsettiler.”

K8 “Araştırarak geldim.”

K11 “Kendim araştırdım.”

K14 “Evet, babam ve babamın arkadaşı aşçılığı düğünde yemek yapmak zannedip engel olmak istediler.”

K12 “Araştırarak gelmişim bu alandaki öğrenciler önemli bir yere gelmiş aşçıların dediklerini dinledim, okudum.”

K3 “Araştırarak geldim. Hayalim olduğu için hep bilgim vardı. Mesleği yapan arkadaşlarımdan da bilgi aldım.”

K2 “Yönlendirmeye geldim liseden hocalarım anlatıp yönlendirdi.”

K7 “Hem araştırdım hem de akrabalarımdan aşçı olanlar var, onlar tavsiye ettiler”

Katılımcıların “Bu bölüme/programa araştırma ile mi, yönlendirme ile mi geldiniz?” sorusuna verdikleri yanıtlar, aşçılık programına yerleşme sürecinde araştırma ve yönlendirmenin birbirini tamamlayan roller oynayabildiğini ve katılımcıların meslek seçimlerine farklı biçimlerde etki edebildiğini göstermektedir. Yanıtlar, bireysel ilgi ve bilgi edinme çabalarının, çevresel ve sosyal etkilerle birleşerek karar sürecini nasıl şekillendirdiğine dair önemli ipuçları sunmaktadır. Bu bulgular, kariyer teorileri kapsamında değerlendirildiğinde, kariyer kararlarının hem bireysel hem de sosyal öğrenme unsurlarını barındırdığı anlaşılmaktadır. K10, K4, K8, K11 ve K12 gibi katılımcılar, aşçılık programını tercih ederken bağımsız araştırmalar yaptıklarını ifade etmişlerdir. Bu durum, bireylerin meslek seçimi sürecinde bilgiye ulaşma çabası içinde olduklarını ve kendi tercihlerini bilinçli bir temele dayandırmak istediklerini göstermektedir. Super'in (1990) Yaşam Boyu Mesleki Gelişim Teorisi'ne göre, bireyler kariyer tercihlerini kişisel ilgi ve bilgi birikimleri doğrultusunda oluşturduklarında mesleklerinden daha yüksek bir tatmin elde etme eğilimindedir. Örneğin, K10'un programın içeriğini ve eğitim süresini araştırarak meslekle ilgili daha bilinçli

bir karara varması, bireyin kendi bilgi ve farkındalık düzeyini yükselttiğini göstermektedir. Bu tür araştırmacı bir yaklaşım, bireyin mesleki uyumunu artıran ve bilgi temelli bir karar süreci oluşturan önemli bir unsurdur. K13, K2 ve K14 gibi katılımcılar ise aşçılık mesleğine çevrelerinden gelen yönlendirmeler sonucu yöneldiklerini ifade etmişlerdir. Bandura'nın Sosyal Öğrenme Teorisi'ne göre, bireyler sosyal çevreleriyle etkileşim yoluyla mesleki ilgi geliştirebilirler ve çevresel yönlendirmeler, meslek seçiminde etkili bir rol oynayabilir (Bandura, 1986). K13'ün "birilerinin yönlendirmesiyle geldim, sektörün önü açık" ifadesi, yakın çevreden alınan bilgilendirici yönlendirmelerin, bireylerin meslek seçim sürecinde güvendiği rehberler olduğunu ortaya koymaktadır. Benzer şekilde, K2'nin lisede öğretmenlerinin yönlendirmesiyle aşçılık programına ilgi duyması, eğitimcilerin bireylerin meslek tercihlerine olan katkısını vurgulamaktadır. Eğitimciler, bireyin yetenek ve ilgi alanlarına uygun tavsiyelerde bulunarak, gençlerin gelecekteki meslek yolculuğunda kritik bir etki yaratabilmektedir. K14'ün ifadesinde, babasının ve babasının arkadaşının aşçılığı "düğünde yemek yapmak" olarak algılayarak engel olmaya çalışmaları, sosyal çevrenin bazen olumsuz yönlendirmeler yapabileceğini göstermektedir. Bu durum, bireyin çevresindeki sosyal normların ve algıların meslek seçimini sınırlayıcı bir rol oynayabileceğine işaret eder. Bu tür sınırlayıcı sosyal yönlendirmelere rağmen, bireylerin kendi içsel motivasyonları doğrultusunda karar almaları, meslek tercih sürecinde özerkliklerini korumalarına yardımcı olabilir (Kuzgun, 2009). K7 gibi katılımcılar, meslek tercihi sürecinde hem araştırmacının hem de çevresel yönlendirmenin etkili olduğunu belirtmiştir. Bu, bireylerin kariyer seçiminde çoklu bilgi kaynaklarından yararlandığını ve hem bağımsız araştırma hem de güvenilir sosyal etkenlerin karar alma sürecinde önemli rol oynadığını göstermektedir. Krumboltz'un Sosyal Öğrenme kuramına göre, bireylerin kariyer yolculuklarında çevresel etkiler ve kendi bilgi edinme çabaları önemli katkılar sağlar ve bu iki unsur bir araya geldiğinde, meslek seçimi daha bilinçli ve dengeli hale gelir (Krumboltz, 1979). K7'nin hem kendi araştırmalarını yaparak hem de çevresinde aşçılık yapan akrabalarından bilgi alarak meslek tercihinin gerçekleştirilmesi, çok yönlü bir bilgi temeli oluşturarak karar verme sürecini destekleyen bir yaklaşımdır. Genel olarak bakıldığında, katılımcıların yanıtları aşçılık programına yerleşme sürecinde bireysel araştırma ve sosyal yönlendirme gibi farklı etkilerin nasıl bir araya geldiğini göstermektedir. Bu bulgular, bireylerin kariyer seçimlerinde kendilerini destekleyici sosyal çevrelerden faydalandıklarını ve aynı zamanda kendi bağımsız bilgi edinme süreçleriyle kariyer yollarını bilinçli bir temele dayandırdıklarını ortaya koymaktadır. Literatürle uyumlu olarak, aşçılık mesleğinin tercih edilmesinde hem bireysel araştırma hem de sosyal yönlendirme sürecinin etkileşimli bir rol oynadığı anlaşılmaktadır.

Aşçılık Mesleğinin Cezbediciliğine Yönelik Katılımcı İfadeleri

Turizm sektöründe çalışmak ve aşçılık sadece bir meslek değil, aynı zamanda bir tutku, bir sanat ve bir yaşam tarzı olarak ifade edilebilir. Her bireyin ilgi alanları ve hedeflerinin farklılığından kaynaklı, bu yönlerin her birey için aynı derecede önemli olmayabilir. Katılımcılara yöneltilen "Sizce Aşçılık mesleğinin cezbediciliği, cazip yönleri nelerdir?" sorusuna katılımcıların verdiği yanıtlar aşağıda verilmiştir.

K1 "Tanımadığım insanlara yemek sunup beğeni almak mutfakta bulunmak beni cezbediyor."

K7 "Farklı tatlar farklı kültürel yemek yiyecek ve onları yapabilmek."

K5 "Ben yemek çıkarttığımda insanların bu yemeği beğenmesi çok güzel yorumlar yapması."

K15 "Yemek yapmayı sevdiğim için."

K14 "Maaş, kariyer, yurt dışı imkânı ve iş imkânı."

K11 "Yeni tarifler denemeyi, özellikle yemek yemeyi seviyorum ve ilgimi çekiyor. Ayrıca yurt dışı imkânları."

K4 "Kendi restoranımı açarak orada kendi işimin patronu olmayı ve insanlara yemek yapmayı istiyorum."

K9 "Buradan önce sektörde çalıştığımdan dolayı ilerlemek istememden dolayı."

K10 "İş imkânı sağladığı için bu mesleği bölümü seçtim. Yaşadığım yer bu konuda etkili oldu."

K8 “Bu bölümdeyim çünkü yemek yapmayı seviyorum.”

Katılımcıların “Aşçılık mesleğinin cezbediciliği” konusuna verdikleri yanıtlar, aşçılık mesleğinin farklı yönleriyle nasıl cazip hale geldiğini çeşitli açılardan ortaya koymaktadır. Yanıtlar, mesleğin kişisel tatmin, kültürel deneyim, yaratıcılık, ekonomik güvence ve kariyer hedefleri gibi bireysel ve pratik yönlerine olan ilgiyi yansıtmaktadır. Bu bulgular, aşçılık mesleğinin sadece iş imkânlarıyla değil, aynı zamanda bireyin kendini ifade etme ve başkalarına hizmet sunma gibi kişisel değerler üzerinden de cazip bulunduğunu göstermektedir. K1, K5 ve K15 gibi katılımcılar, başkalarına yemek yapıp onların beğenisini kazanmanın aşçılık mesleğini cazip hale getirdiğini belirtmektedir. Bu, kendini gerçekleştirme ve başkalarına katkı sunma ihtiyacını karşılayan bir meslek olarak aşçılığın bireyler üzerindeki çekim gücünü göstermektedir (Kuzgun, 2009). Özellikle K1 ve K5, tanımadıkları insanlardan olumlu geri dönüş almanın, kendilerini motive ettiğini ve mutfakta bulunmayı cazip hale getirdiğini ifade etmektedirler. Bu yanıtlar, mesleki başarı ve tatminin, bireylerin kendilerini değerli hissetme ve sosyal etki yaratma istekleriyle bağlantılı olduğunu göstermektedir. K7 ve K11’in ifadeleri, aşçılık mesleğinin farklı kültürel yemekler yapabilme ve yeni tarifler deneyebilme imkânı sunmasını cezbedici bir özellik olarak gördüklerini ortaya koymaktadır. Savickas’ın Kariyer İnşası Teorisi’ne göre bireyler, mesleklerinde anlam bulduklarında ve yaratıcılıklarını ortaya koyabildiklerinde daha tatmin olurlar (Savickas, 2005). Bu katılımcılar için aşçılık, farklı kültürel lezzetleri keşfetme ve mutfakta yaratıcı olma fırsatını sunan bir meslek olarak öne çıkmaktadır. K7’nin “farklı tatlar ve kültürel yemekler” ifadesi, bireyin kültürel çeşitliliğe duyduğu ilgi doğrultusunda aşçılık mesleğinde kendine uygun bir alan bulunduğunu işaret etmektedir. K14, K10 ve K11 gibi katılımcılar, aşçılık mesleğinin sunduğu maaş, kariyer ve yurtdışında istihdam olanakları gibi ekonomik ve mesleki fırsatları cazip bulmaktadır. K10 ve K14’ün ifadeleri, mesleğin sağladığı iş bulma ve uluslararası çalışma fırsatlarının, aşçılığı pratik bir tercih haline getirdiğini göstermektedir. Özellikle K14, aşçılık mesleğinin maaş, kariyer ve yurt dışı çalışma olanakları açısından cazip olduğunu vurgulamaktadır; bu da bireylerin ekonomik ve profesyonel güvence sağlayan kariyer fırsatlarına yönelimini desteklemektedir. K9, aşçılık mesleğini tercih etmesinde önceki sektörel deneyiminin etkili olduğunu belirtmiştir. Bu ifade, mesleki deneyim ve aşçılık sektöründeki potansiyel ilerleme imkânlarının, bireyleri aşçılık alanında kariyer yapmaya teşvik ettiğini göstermektedir. K9’un daha önce sektörde çalışmış olması, bireyin aşçılık alanında profesyonel ilerleme potansiyeli görmesini sağlamış olabilir. Mesleki deneyim, bireylerin kariyer hedeflerine yönelik daha bilinçli seçimler yapmalarına olanak tanır ve sektörde daha ileri bir pozisyona gelme motivasyonunu artırır. Sonuç olarak, katılımcıların yanıtları, aşçılık mesleğinin bireysel ilgi alanlarını tatmin etme, yaratıcılığı ve kültürel keşfi teşvik etme, ekonomik güvence sağlama ve bağımsızlık sunma gibi geniş bir çekim alanına sahip olduğunu göstermektedir. Meslek, bireylerin hem kendilerini ifade etmelerine olanak tanımakta hem de ekonomik güvence ve kariyer gelişimi vaat etmektedir. Bu durum, aşçılığın sadece teknik becerilere dayanan bir iş olmanın ötesine geçerek, kişisel tatmin ve sosyal etki sağlama yönüyle zengin bir kariyer seçeneği sunduğunu ortaya koymaktadır.

Aşçılık Programını Tavsiye Etmeye Yönelik Katılımcı İfadeleri

Gerçekleştirilen görüşmeler kapsamında katılımcı öğrencilere “Çevrenizdekilere öğrenim gördüğünüz Aşçılık programını/bölümünü tavsiye eder misiniz?” sorusu yöneltilmiş, elde edilen yanıtların bazıları değiştirilmeden aşağıda verilmiştir.

K1 “Bu bölümü tavsiye ederim. Yemek yapmayı seven bir insan için terapi kaynağı.”

K11 “Evet, kendi açımdan çok keyif aldığım bir bölüm ve iş ayrıca önü açık.”

K14 “Evet, tavsiye ederim fakat kendini bilen düzenli, tertipli, iş yapacak adam olması lazım.”

K8 “Bu bölümü çevremdekilere kesinlikle tavsiye ediyorum. Güzel sofralar aileyi sevdiklerini bir araya getireceğini düşünüyorum”

K6 “Evet, tavsiye ederim. İş imkânı fazla ve aynı zamanda zevkli olduğunu düşünüyorum.”

K3 “Bu bölümü kesinlikle tavsiye ederim.”

K10 “Ederim çalışma disiplini varsa ancak yoğun stres ve çalışma disiplini yoksa asla etmem.”

K13 “Çevremdekilere tavsiye edeceğim gelir odaklı bir bölüm.”

K12 “Evet tavsiye ediyorum fakat içinde aşçılık mesleğine karşı ateş varsa.”

K2 “Evet kesinlikle ederim eğer tavsiye edeceğim kişi mutfakla arası iyiye onun da gelip öğrenmesini isterim.”

K15 “Bu bölümü tavsiye ederim. Yemek yapmayı seven bir insan için terapi kaynağı.”

Katılımcıların “Çevrenizdekilere Aşçılık bölümünü/programını tavsiye eder misiniz?” sorusuna verdikleri yanıtlar, aşçılık mesleğinin kişisel ilgi, iş disiplini, çalışma koşulları ve mesleki tatmin gibi farklı faktörlere göre cazip veya sınırlayıcı olabileceğini göstermektedir. Yanıtlar, aşçılık mesleğini tavsiye etme konusunda öğrencilerin genel olarak olumlu bir yaklaşım sergilediklerini, ancak mesleği önerirken belirli kriterlerin sağlanması gerektiğini düşündüklerini ortaya koymaktadır. K1 ve K15 gibi katılımcılar, aşçılık programını “yemek yapmayı seven” ve mutfakta olmaktan keyif alan kişilere tavsiye etmektedir. Aşçılığın sadece bir iş değil, aynı zamanda kişisel bir terapi aracı olarak görülmesi, mesleği bir yaşam tarzı olarak gören bireyler için cazip hale getirmektedir. Bu durum, bireylerin aşçılığı sadece ekonomik bir uğraş olarak değil, aynı zamanda kişisel gelişim ve ruhsal rahatlama aracı olarak deneyimlediklerini göstermektedir. K11 ve K6 gibi katılımcılar, aşçılık mesleğinin önü açık ve iş imkânlarının geniş olması nedeniyle tavsiye edilebilir olduğunu belirtmiştir. Bu tür ifadeler, aşçılığın yalnızca sanatsal bir meslek olmaktan ziyade, aynı zamanda güvenli bir kariyer sağlama potansiyeli taşıdığını vurgulamaktadır. Aşçılık mesleğinin sunduğu geniş iş imkânları, bireylerin bu alanı tercih etmelerini destekleyici bir faktör olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca, K13’ün “gelir odaklı bir bölüm” olarak tanımlaması, mesleğin maddi güvence arayan bireyler için de cazip bir kariyer alternatifi sunduğunu göstermektedir. K14 ve K10, aşçılık mesleğini önerirken belirli kişisel niteliklerin ve çalışma disiplini gerekliliğinin altını çizmektedir. K14’ün “kendini bilen, düzenli ve tertipli” bir yapıya sahip olunması gerektiğini belirtmesi ve K10’un “çalışma disiplini yoksa tavsiye etmem” ifadesi, aşçılık mesleğinin yoğun çalışma temposuna ve disiplin gerektiren bir yapıya sahip olduğunu vurgulamaktadır. Bu durum, aşçılık mesleğinin her birey için uygun olmayabileceğini ve başarılı olmak için belirli kişilik özellikleri gerektirdiğini göstermektedir. Bu ifadeler, aşçılık mesleğini seçenlerin yalnızca teknik bilgiye değil, aynı zamanda iş disiplinine ve öz düzenlemeye sahip olmalarının önemini ortaya koymaktadır. K12’nin aşçılık mesleğini ancak “içinde aşçılık mesleğine karşı bir ateş” varsa tavsiye edeceğini ifade etmesi, bu alanda tutku ve özverinin gerekliliğini vurgulamaktadır. Aşçılık, yaratıcı bir meslek olduğu kadar, bireyin sürekli olarak kendini geliştirmesini ve mesleğine adanmışlık göstermesini gerektirmektedir. K12’nin bu ifadesi, aşçılık mesleğinin yalnızca beceriye değil, aynı zamanda tutkuya dayalı bir meslek olduğunu ve bu tutkunun mesleki tatmin için kritik olduğunu göstermektedir. K8, aşçılık mesleğinin “güzel sofralarla aileyi bir araya getirme” gibi sosyal bir yönüne dikkat çekmiştir. Bu ifade, aşçılığın bireyin ailesi ve sosyal çevresi üzerinde de olumlu bir etki yaratan bir meslek olarak değerlendirildiğini göstermektedir. K8’in bu yorumunda, aşçılık mesleğinin sosyal bağları güçlendiren bir yönü olduğu vurgulanmakta ve yemek yapmanın bir araya getirme, kaynaşma ve paylaşma işlevleri olduğu ifade edilmektedir. Bu, aşçılık mesleğinin toplumsal açıdan da anlamlı bir alan olduğunu göstermektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde, katılımcıların yanıtları, aşçılık programını tavsiye etme noktasında farklı kriterlerin öne çıktığını ortaya koymaktadır. Mesleğin cazip yönleri arasında iş imkânlarının genişliği, kişisel tatmin, mesleki tutku ve sosyal bağları güçlendirme gibi faktörler yer almaktadır. Ancak bazı katılımcılar, aşçılığı her birey için uygun bir meslek olarak görmemekte ve önerirken belirli özelliklerin (disiplin, düzen, tutku) varlığını şart koşmaktadır. Bu durum, aşçılık mesleğinin kişisel ilgi ve disiplini birleştiren, aynı zamanda ekonomik ve sosyal açıdan faydalar sunan çok yönlü bir meslek olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Katılımcıların bu yorumları, aşçılık mesleğini seçmek isteyen bireylerin yalnızca kariyer hedeflerine değil, aynı zamanda kişisel özelliklerine de uyumlu bir seçim yapmaları gerektiğini vurgulamaktadır.

SONUÇ

Bu çalışmada Otel, Lokanta ve İkrâm Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Programı öğrencilerinin meslek tercihleri üzerinde aile ve yakın çevre faktörlerinin etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında farklı şehirlerden gelen Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksekokulu Otel, Lokanta ve İkrâm Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Programında kayıtlı 15 öğrenci ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bulgular, ailenin ve yakın çevrenin bireylerin meslek seçimi üzerinde çok önemli bir rol oynadığını, özellikle de çocukluk döneminden itibaren yemek yapma süreçlerine dahil olmanın ve sosyal çevreden gelen pozitif geri bildirimlerin mesleki ilgi gelişimini teşvik ettiğini göstermiştir. Özellikle aileden gelen geleneksel yemek yapma alışkanlıkları ve sosyal çevreden edinilen mesleki bilgiler, öğrencilerin aşçılık alanındaki kararlarını doğrudan etkilemiştir. Bu durum, Bandura'nın (1986) Sosyal Öğrenme Teorisi'ne uygun olarak, bireylerin gözlem yoluyla öğrendiklerini ve aile ile çevrenin etkisini vurgulamaktadır. Aynı zamanda, medya ve sosyal medya gibi dışsal kaynakların da meslek seçim sürecine önemli bir şekilde katkı sunduğu ortaya konmuştur. Bu bulgular, kariyer gelişim teorileri ve sosyal öğrenme teorisi ile uyumlu olup, ailenin ve yakın çevrenin bireylerin geleceğine yön verme konusundaki belirleyici etkisini destekler niteliktedir. Bourdieu'nun Sosyal Sermaye Teorisi bağlamında değerlendirildiğinde, yakın çevrenin bireylerin kariyer kararlarına rehberlik eden önemli bir etken olduğu görülmektedir. Bu durum, aşçılık gibi yaratıcı ve beceriye dayalı mesleklerde, mesleki idollerin ve rol modellerin de bireyler üzerindeki etkisini artırmaktadır. Görüşme gerçekleştirilen öğrenciler, genel olarak meslek seçiminde ailelerinden ve sosyal çevrelerinden destek aldıklarını belirtmiştir. Özellikle K7'nin annesinin aşçı olması ve K2'nin annesinin mutfaka olan ilgisinin kendisini de bu alanda geliştirmesi için cesaretlendirmesi, sosyal öğrenme teorisinin mesleki ilgilerin gelişimi üzerindeki etkisini açıkça göstermektedir. Bu bulgular, Whiston & Keller (2004) tarafından yapılan çalışmalarda da desteklenmiştir; aile içi mutfak faaliyetlerine katılımın aşçılık gibi yaratıcı mesleklerde mesleki ilgiyi artırdığı vurgulanmıştır. Ayrıca, pandemi sürecinin de bazı öğrencilerin aşçılık mesleğine ilgisini artırdığı (örneğin K11) görülmektedir. Bu durum, COVID-19 pandemisi sırasında evde daha fazla zaman geçirmenin, mutfak faaliyetlerine yönelik ilgiyi artırdığını belirten Celorio-Sardà & arkadaşları (2021) gibi çalışmaları destekler niteliktedir. Çalışmanın bir diğer önemli bulgusu ise öğrencilerin büyük bir kısmının mesleğin cazibesini iş olanakları ve kariyer fırsatları ile ilişkilendirmesidir. Özellikle aşçılık mesleğinde yaratıcı yönlerin baskın olması, bireylerin kendilerini ifade etmelerine ve mesleki tatmin sağlamalarına olanak tanımaktadır. Öğrenciler, aşçılık mesleğinin sunduğu yurtdışı fırsatları ve kariyer gelişim olanaklarının da tercih sebebi olduğunu belirtmiştir. Bu bulgular, turizm ve gastronomi sektörlerinde nitelikli iş gücüne olan talebin artmasının, bu programlara olan ilgiyi artırdığını göstermektedir.

Bu çalışmanın bulguları, öğretim kurumları ve politika yapıcılar için çeşitli yönetsel ve pratik çıkarımlar sunmaktadır. Öncelikle, aşçılık programı öğrencilerinin meslek seçim sürecinde aile ve çevrenin etkisinin olduğu göz önüne alınarak, bu süreçte ailelerin daha aktif şekilde dahil edilmesi gerektiği düşünülmektedir. Meslek okulları ve üniversiteler, öğrencilerin ailelerine meslekler ve kariyer olanakları hakkında daha fazla bilgi sunarak bu süreçte ailelerin destekleyici rolünü artırabilirler. Ayrıca, meslek tanıtımlarında televizyon ve sosyal medya gibi etkili kanalların kullanımı artırılmalıdır. Gençlerin medya aracılığıyla mesleklere dair bilgi sahibi olması, onların meslek tercih süreçlerinde daha bilinçli kararlar vermesine katkı sağlamaktadır. Bu nedenle, medya kampanyaları ile aşçılık gibi yaratıcı mesleklerin tanıtılması, gençlerin bu mesleğe yönelimlerini teşvik edebilir. Bu çalışmanın bulguları, benzer şekilde yapılan Türkçe ve İngilizce literatürle de uyum içindedir. Örneğin, Üst Can (2021) aşçılık bölümü öğrencilerinin bölüm tercihini en çok meslek değerlerinin etkilediğini belirtirken, bu çalışmada da aile ve çevrenin teşvik edici rolü vurgulanmaktadır. Bu bulgular, çalışmamızda gözlemlenen sosyal çevrenin ve aile desteğinin etkisini destekler niteliktedir.

Bu araştırma da diğerleri gibi bazı sınırlılıklara sahiptir. İlk olarak, araştırma sadece Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta MYO Aşçılık Programı öğrencileri ile gerçekleştirilmiş ve 15 öğrenci ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Bu durum, bulguların genellenebilirliğini sınırlamaktadır. Bir diğer sınırlılık, nitel araştırma yöntemine dayalı verilerin toplanmasında, katılımcıların kendilerini ifade etme biçimlerine ve sorulara verdikleri yanıtların doğruluğuna olan bağımlılıktır. Görüşmeler esnasında kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, katılımcıların sorulara verdikleri cevapların tam anlamıyla

açık ve doğru bir şekilde aktarılmasını sağlayamayabilir. Ayrıca, görüşmelerin yazılı olarak kaydedilmesi, bazı önemli detayların kaçırılmasına ya da yanlış anlaşılmasına yol açmış olabilir. İleriye yönelik araştırmalarda, çalışmanın sınırlılıklarını aşmak adına daha geniş ve çeşitli bir örneklem kullanılması önerilmektedir. Ayrıca, daha fazla katılımcı ile yürütülecek nicel araştırmalar, sonuçların genellenebilirliğini artırabilir. Bunun yanı sıra, meslek seçiminde etkili olan diğer faktörlerin (örneğin kişisel ilgi, kariyer beklentileri, iş olanakları) de detaylı bir şekilde ele alınması, aile ve yakın çevrenin bu etkenlerle nasıl bir etkileşim içerisinde olduğunu anlamak açısından faydalı olabilir. Ayrıca, öğrencilerin mezun olduktan sonraki kariyer gelişim süreçlerine yönelik boylamsal çalışmalar yapılması, aile ve çevre etkisinin meslek seçimi sonrası kariyer yolundaki devamlılığını araştırmak için önemlidir. Ek olarak, rol modellerin meslek seçimindeki etkisini daha ayrıntılı incelemek üzere ileri araştırmalar yapılması önerilmektedir. Bu, özellikle sosyal medya fenomenleri ve ünlü şeflerin meslek tercihine olan etkilerini daha iyi anlamamıza katkı sağlayabilir. Bunun yanında, gelecekte yapılacak araştırmalarda cinsiyet faktörünün aşçılık mesleğine olan etkisinin de detaylı bir şekilde incelenmesi, kadın ve erkek öğrencilerin meslek seçim süreçlerindeki farklılıkların anlaşılmasına katkı sağlayabilir. Son olarak, medya, sosyal medya ve popüler kültürün aşçılık mesleğine yönelik etkilerini inceleyen çalışmaların artırılması, öğrencilerin bu mesleği tercih etme süreçlerini daha iyi anlamamıza yardımcı olabilir. Medyanın, özellikle genç bireylerin meslek seçimleri üzerindeki etkisini araştırmak, kariyer rehberliği ve eğitim politikalarına yeni bakış açıları kazandırabilir.

KAYNAKÇA

- Aldemir, T., Işkın, M., ve Şengel, Ü. (2021). TV Yemek Programlarının Popüler Kültür Algısı ve Gençlerin Eğitim-Meslek Seçimlerine Etkileri. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(12), 971-986.
- Alhusseini, N., & Alqahtani, A. (2020). Covid-19 Pandemic's Impact on Eating Habits in Saudi Arabia. *Journal of Public Health Research*, 9(3), 1868. <https://doi.org/10.4081/jphr.2020.1868>
- Arslan, E., Güripek, E., ve İnce, C. (2017). Kişilik ve Meslek Seçimi İlişkisi: Turizm Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Kesit Akademi Dergisi*, 3(11), 200-217.
- Bandura, A. (1986). Social Foundations Of Thought And Action: A Social Cognitive Theory. *Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall*.
- Başkale, H. (2016). Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenirlik ve Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23-28.
- Baydeniz, E. (2023). Customer Mistreatment of Local Restaurants in the Context of Gastronomy Tourism. *Istanbul Business Research*, 52(3), 593-623.
- Bayrakçı, M. (2013). Sosyal Öğrenme Kuramı ve Eğitimde Uygulanması. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* (14), 198-210.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In: J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for The Sociology of Education*. (241-258). New York, NY: Greenwood Press.
- Celorio-Sardà R, Comas-Basté O, Latorre-Moratalla ML, Zerón-Rugero MF, Urpi-Sarda M, Illán-Villanueva M., & (2021). Effect of Covid-19 Lockdown on Dietary Habits and Lifestyle of Food Science Students and Professionals from Spain. *Nutrients*. 13(5):1494. <https://doi.org/10.3390/nu13051494>
- Chae, H.S. (2017). The Effects of Major Selection Motivation on Career Efficacy and Major Satisfaction of College Students Majoring in Culinary Art and Foodservice Management. *Culinary Science ve Hospitality Research*. 123(5), 34-47. <https://doi.org/10.3390/info11090444>
- Çatı, K., İştah, E., ve Özcan, H. (2016). Üniversite Tercihlerine Etki Eden Faktörlerin İncelenmesi: Türkiye Geneline Bir Alan Araştırması, *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 6(2), 163-177.
- Çelik, N., ve Üzmez, U. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Faktörlerin Değerlendirilmesi: Çağrı Merkezi Hizmetleri Örneği. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi*, 2(1), 94-105.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior. *New York, NY: Plenum*.

- Dinç, E. (2008). Meslek Seçiminde Etkili Faktörlerin İncelenmesi: Meslek Yüksek Okulu-Muhasebe Programı Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (16), 90-106.
- Eryetiş, M. V. (2016). Meslek Seçimi ve Mesleki Rehberlik. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, (44).
- Eryılmaz A., ve Mutlu T. (2017). Yaşam Boyu Gelişim Yaklaşımı Perspektifinden Kariyer Gelişimi ve Ruh Sağlığı. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*. 9(2): 227-249. doi: <https://doi.org/10.18863/pgy.281802>
- Holland, J. L. (1997). Making Vocational Choices: A Theory of Vocational Personalities and Work Environments (3rd ed.). Odessa, FL: *Psychological Assessment Resources*.
- Işık, C., Tırak, L., ve Çapan, O. (2017). Turizm Meslek Lisesi Öğrencilerinin Meslek Seçimlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi. *Mesleki Bilimler Dergisi (Mbd)*, 6(1 (Düzeltilme), 16-26.
- Işkın, M., Şengel, Ü., ve Aydın, N. (2021). The Effects of Student Expectations on The Profession Choice: A Research on Culinary Students, *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 4(1), 75-84. <https://doi.org/10.33083/joghat.2021.59>
- İçigen, M., ve Geçgin, E. (2021). Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Öğrencilerinin Meslek Seçimlerinde Etkili Olan Aile ve Yakın Çevre Faktörlerinin İncelenmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (9), 391-414. <https://doi.org/10.21733/ibad.839391>
- Kim, J.S. (2020). The Effects of Major Selection Motivations on Dropout, Academic Achievement and Major Satisfaction of College Students Majoring in Foodservice and Culinary Arts. *Information*. 11(9): 444. <https://doi.org/10.3390/info11090444>
- Kocabaş, M., ve Akdağ, İ. (2019). Aşçılık Programı Öğrencilerinin Demografik Özellikleri ile Üniversite Seçimleri Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 6(36), 1082-1090. <https://doi.org/10.26450/jshsr.1179>
- Kurnaz, A. (2019). Üniversite Seçimini Etkileyen Faktörler: Aşçılık ve Gastronomi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 612-627. <https://doi.org/10.33206/mjss.479737>
- Kuzgun, Y. (2009). *Meslek Seçimi ve Danışmanlığı*. (3.Basım). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Mériot, S. (2005). Nostalgic Cooks: Another French Paradox. *Brill NV, Leiden*, The Netherlands.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). Qualitative Data Analysis: *An Expanded Sourcebook*. (2nd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Book.
- Önal, G. (2015). Müzik Bölümünde Okuyan Öğrencilerin Aile Profilleri ve Meslek Tercihlerinde Ailenin Rolü: Kırıkkale Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Örneği. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 27-43.
- Polat, A. (2022). Nitel Araştırmalarda Yarı-Yapılandırılmış Görüşme Soruları: Soru Form ve Türleri, Nitelikler ve Sıralama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 161-182. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227335>
- Puentes, J. (2017). Delineating Cultural Boundaries and Debunking the Myth of the “Classless” Kitchen. *Humanity & Society*, 41(4), 482-504. <https://doi.org/10.1177/0160597617733625>
- Richards, G. (2002). Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption? In A.M. Hjalager & G. Richards (Eds.), *Tourism and Gastronomy* (pp. 3-20). London: Routledge.
- Savickas, M. L. (2002). Career Construction: A Developmental Theory of Vocational Behavior. In D. Brown (Ed.), *Career Choice and Development*, 149-205. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Savickas, M. L. (2005). The Theory and Practice of Career Construction In. D. Brown ve R. W. Lent (Eds.), *Career Development and Counseling: Putting Theory and Research to Work* (42-70). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Sözbilir, F. (2017). Yetişme Sürecinde Ailenin Tutumu, Mesleki Yeterlilik ve Yenilikçiliğin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkisine Bölgesel Farklılıklar Açısından Bir Bakış: Artvin ve Kahramanmaraş Karşılaştırması. *Karadeniz Araştırmaları*, 14(56), 83-104.
- Super, D.E. (1990) A Life Span, Life-Space Approach to Career Development. In: *Career Choice and Development*, 2nd ed. (Eds D Brown, L Brooks): 197–261. San Francisco, Jossey-Bass.
- Şahin, T., ve Arman, A. (2014). Ön lisans Seviyesinde Aşçılık Eğitimini Tercih Etme Nedenlerinin Değerlendirilmesi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (41), 0-6.

- Tekin, H. H. (2006). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme. *İstanbul University Journal of Sociology*, 3(13), 101-116.
- Üst Can, Ç. (2021). Aşçılık Bölümü Tercih Nedenleri ile Kişilik İlişkisi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1122-1137. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.757>
- Whibbs, R., & Holmes, M. (2019). Food Network's Food-Career Frenzy? An Examination of Students' Motivations to Attend Culinary School. *Canadian Food Studies La Revue Canadienne Des études Sur l'alimentation*, 6(2), 101-116.
- Whiston, S. C., & Keller, B. K. (2004). The Influences of The Family of Origin on Career Development: A Review and Analysis. *The Counseling Psychologist*, 32(4), 493-568. <https://doi.org/10.1177/0011000004265660>
- Yamamoto, G.T. (2006). University Evaluation-Selection: A Turkish Case. *International Journal of Educational Management*, 20(7), 559-569.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- YÖK Atlas (2023). Aşçılık Programları Bulunan Tüm Üniversiteler (Yüksekokul). <https://yokatlas.yok.gov.tr/onlisans-program.php?b=30002> [Erişim Tarihi: 20.09.2024]
- YÖK Atlas (2023a). Yükseköğretim Girdi Göstergeleri (2023 YKS). Isparta MYO, Aşçılık (N.Ö.) <https://yokatlas.yok.gov.tr/onlisans.php?y=112552693> [Erişim Tarihi: 20.09.2024]
- YÖK Atlas (2023b). Yükseköğretim Girdi Göstergeleri (2023 YKS). Isparta MYO, Aşçılık (İ.Ö.) <https://yokatlas.yok.gov.tr/onlisans.php?y=112571875> [Erişim Tarihi: 20.09.2024]

Araştırmacıların Katkı Oranı

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkıda bulunmuştur.

Çıkar Çatışması

Bu çalışmada potansiyel bir çıkar çatışması yoktur.

Etik Onay

Alan araştırması için Üniversite Etik Kurulunun 24.04.2024 tarih ve 732769 sayılı kararı ile etik kurul onayı alınmıştır.

ATIKSIZ MUTFAK UYGULAMA PROSESLERİNDE GIDA GÜVENLİĞİ

Fügen DURLU ÖZKAYA

Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları fugen.ozkaya@hbv.edu.tr

Aysun YILMABAŞAR

Yakın Doğu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
aysun.yilmabas@neu.edu.tr

ÖZET

Dünya nüfusunun giderek artması ile gıda maddelerine duyulan ihtiyaç bu duruma paralel şekilde artmaktadır. Açığa çıkan beslenme ihtiyacı ve artan gıda talebine karşılık gıda israfı tüm dünyada acil önlem alınması gereken bir sorun olmaktadır. İnsan tüketimi için üretilen gıdanın gıda tedarik zinciri boyunca birçok nedenle insan tüketiminden çıkarak israfa dönüşmesi her geçen gün artarak dünyanın ciddi bir problemi haline almıştır. Günümüzde bu kapsamda hem ulusal hem de uluslararası düzeyde gıda israfını önleme faaliyetleri gerçekleştirilmektedir. Özellikle ülkeler hem endüstriyel hem de hane halkı düzeyindeki mutfaklarda gıda atıklarını önleme ve dönüştürme çabaları kapsamında bir dizi yeni ve yan ürün olarak atıkların değerlendirilmesi faaliyetlerini gerçekleştirmektedirler. Günümüzde hem ulusal hem de uluslararası olarak gerçekleştirilen gıda israf ve atığını önleme faaliyetleri giderek artmakta buna paralel olarak toplumlar gerek endüstriyel gerekse de hane halkı düzeyindeki mutfaklarda gıda atıklarını önleme ve dönüştürme çabaları kapsamında bir dizi yeni ve yan ürün olarak atıkların değerlendirilmesi faaliyetlerini gerçekleştirmektedirler. Çalışmada tedarik zincirinin son iki aşaması olan dağıtım ve tüketim aşamasında meydana gelen gıda kaybı kavramı üzerinde durulmuştur. Özellikle çalışmanın alanı mutfaklardaki yiyecek akış sürecinde hazırlık ve pişirme aşamalarında açığa çıkan gıda atıklarını önleme için hangi uygulamaların gerçekleştirildiği ve gıdaların gıda atık kategorilerine girmemesi için yapılan proseslerde olası gıda güvenliği risklerinin değerlendirilmesidir.

Bu amaçla literatür taraması yapılarak ulaşılan deneysel atıksız mutfak uygulamaları incelenmiştir. Buradan hareketle atıksız mutfak uygulama kapsamındaki proseslerde olası gıda güvenliği riskleri ile enerji israfını vurgulamak, sürdürülebilir gıda sistemlerinin çevresel ve sosyal ekonomik boyutlarına katkı koymak açısından önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: gıda atığı, atıksız mutfak uygulamaları, gıda güvenliği, sürdürülebilir gıda sistemleri

GİRİŞ

Küresel gıda sistemleri dünya genelinde yaklaşık olarak 7.6 milyar insan ve onların hayvanları beslemektedir. Sistemin her ne kadar çevre, sağlık ve sosyoekonomik gıda ihtiyaçlarını karşılayarak çalıştığı sanılsa da günümüzde gıda güvenliği ve gıda güvencesi riskleri gibi zorluklarla karşı karşıya kalınmaktadır. Mevcut gıda sistemlerinin çevresel ve sosyal sorunları birbiriyle yakından ilişkili, birbirlerini etkilemektedirler (Sünnetçioğlu ve Özkök: 2021).

İnsan ve çevre ilişkisi ele alındığında, insanların çevre üzerindeki en büyük etkisi gıda üretim ve tüketim süreçlerinde çıkmaktadır. Dünyada mevcut gıda tedarik sistemleri hali hazırda enerji ve yer üstü su kaynaklarını oldukça büyük kısmını kullanmaktadır. Bu kapsamdan bakıldığında doğal sistemlerin yenilenebilirlik imkanlarını koruyarak devamlılığını sağlamak artan dünya nüfusu için gıda üretim ve tüketim sistemlerinin çevresel, ekonomik ve sosyal tahribatını hafifletmek önemlidir (Durlu Özkaya ve Üner, 2021).

2050 yılında dünya üzerinde insan nüfusunun 9 milyar olacağının öngörülmesiyle orantılı olarak, açığa çıkacak beslenme ihtiyacı ve gıda talebine olacak artışa karşılık gıda israfı dünya genelinde acil önlem alınması gereken önemli bir sorundur (Karakaş, 2021; Özen ve Karaca, 2021). BM Gıda ve Tarım örgütü (FAO) Dünya üzerinde her yıl üretilen toplam gıda miktarının 1,3 milyar tonunun ekonomik karşılığı 990

milyar dolar olan 1/3 gıdanın israf edildiğini bildirmektedir (FAO,2019). Bu duruma karşın küresel olarak 795 milyon yani her 8 kişide 1 kişinin yetersiz beslendiği ve açlıkla mücadele ettiği bildirilmektedir (FAO,2023).

Gıda tedarik zincirindeki beş aşama, gıdayı insan kullanımına uygun hale getirmektedir. Fakat bu zincirin her aşamasında gıda, üretim amacı olan insan tüketiminden çeşitli nedenlerle çıkmakta ve günümüzde küresel bir sorun halini alarak gıda israfını oluşturmaktadır. Halbuki "*Dünya Gıda Güvenliği ve Beslenme Durumu 2020*" raporuna göre tüm dünyada tahmini olarak %25,9 oranında gıda güvencesizliği yaygınlaştığı ve yaklaşık olarak 2 milyar insanın bu sorunu orta ve ciddi düzeyde yaşadığı belirtilmektedir (FAO, 2020). Gıda güvensizliği yaşayan hanelerin bu durumu hafifletmek ve mücadele edebilmek üzere gıda bankalarına başvurdukları destek aldıklarını bu bağlamda Amerika Birleşik Devletleri'nde hizmet veren gıda bankası sayısının geçmiş yıllara nazaran %19 artış gösterdiği ifade edilmektedir (Durna, 2020).

Çalışmada tedarik zincirinin son iki aşaması olan dağıtım ve tüketim aşamasında meydana gelen gıda kaybı kavramı üzerinde durulurken, özellikle çalışma alanımız mutfaklarda yiyecek akış sürecinde hazırlık ve pişirme aşmalarında açığa çıkan gıda atıklarını önlemek için hangi uygulamaların gerçekleştirildiği ve gıdaların gıda atık kategorilerine girmemesi için yapılan proselerde olası gıda güvenliği risklerinin değerlendirilmesidir. Bununla birlikte çalışma, bu proseler için harcanan su ve enerjinin gelecek nesillerde düşünülerek optimum seviyede kullanımına dikkat çekmek, diğer yandan sınırsız kullanılan bu kaynakların oluşturacağı olumsuz çevresel sorunların önüne geçmek açısından önem arz eder.

Bu kapsamda sürdürülebilir bir gıda tedarik zincirinin oluşturulması gıda güvencesi ve gıda güvenliğini sağlayacak temel bir koşul olarak görülmektedir. Gıda güvencesi ve gıda güvenliği beslenme ihtiyacının gerekli koşullar göz önünde bulundurularak temin edilmesi, bununla birlikte çevre sağlığı içinde önem arz eder (Sünnetçioğlu ve Özkök:2021).

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Gıda Atığı

Gıda atığı, insan tüketimi için amaçlanan ancak nihai olarak tüketilmeyen gıda tedarikindeki tüm yenilebilir malzemeler olarak tanımlanır. Çalışma kapsamında daha spesifik olarak; tüketicinin elinde bulunan, başka türlü yenebilecek, bağışlanabilecek veya saklanabilecekken [örneğin, dondurularak veya konserve olarak] bunun yerine atılan yiyeceklerdir (Block, Vallen & Auistin, 2022).

Gıda atıkları, satış, taşıma, depolama, hazırlama, pişirme ve servis sürecinde ortaya çıkan çiğ ya da pişmiş, çöpe atılmış veya çöpe atılmak istenen katı veya sıvı fazdaki hayvansal ve bitkisel kökenli organik ayrışabilen maddelerdir (FMI, 2023).

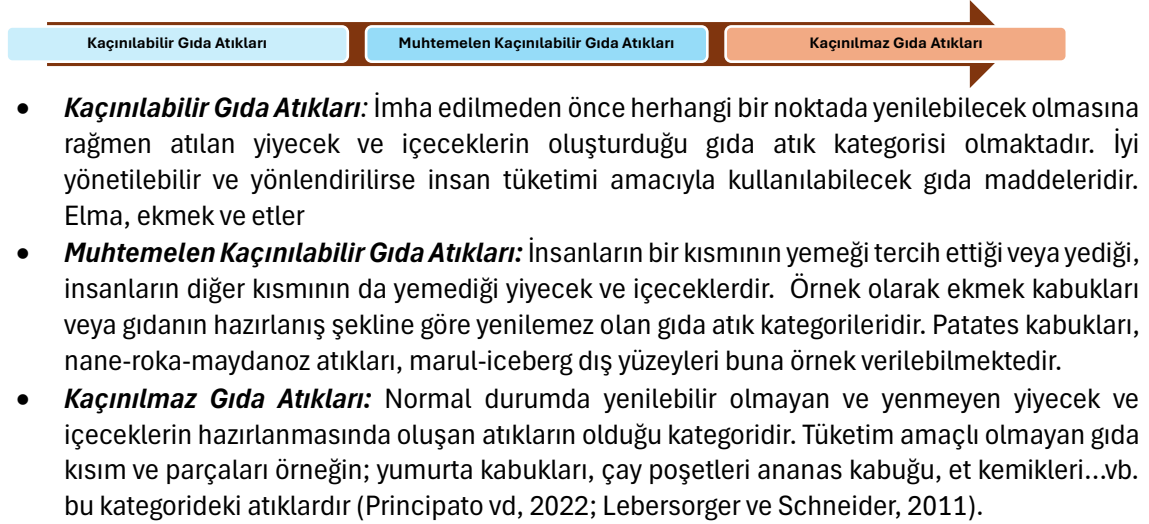
Gıda atığı gıda tedarik zinciri boyunca insan tüketimi için hazırlanmış ürünün niceliksel ve niteliksel olarak azalmasını ifade etmekle beraber hem insan tüketimine uygun hem de kaliteli gıdaların bozulmadan önce veya bozulması sebebiyle tüketilemeden gerek ihmal gerekse de bilinçli bir karar sonucunda atılmasını ifade etmektedir (Tahmaz & Aksoy, 2022).

Rusya' da ticari gıda hizmeti sektöründe gıda atığı sorununu ölçmek ve çözüm önerileri getirmek amaçlı yapılan bir araştırmada; gıda atığı oluşumunda %45 insan faktörünün rol oynadığı açıklanmaktadır. Tam da bu doğrultuda mutfak personellerinin yetenekleri önem kazandığı ve personellerin gerçekleştirdiği yanlış uygulamaların, [yiyeceğe zarar veren yetersiz kesim ve pişirme becerileri, tabaklama becerileri] gıda kaybına yol açabileceği aktarılmaktadır (Flimanau & Ermolaev, 2021).

Gıda üretim ve tüketim süreçlerinin çevre üzerindeki önemli olumsuz etkisinden biri olan gıda kaybı ve gıda atıkları tüketici ve üreticilerin ortak sorumluluğundadır. Tüketilmeyerek israf olan her bir gıda aslında tüketilen her bir gıdanın çevre üzerinde olumsuz etkisini artırmaktadır (Güler ve Benli, 2021). Sürdürülebilir gıda sistemlerinin üretim tedarik süreçlerine ek olarak nihai ürünün tüketim sürecinde konuyu gıda kaybı çerçevesinde ele alarak sürdürülebilirlik anlayışı ile değerlendirmek önemlidir (Durlu Özkaya ve Üner, 2021).

Gıda atıklarını azaltmanın anahtarını tüketici davranışlarını değiştirerek, aşağıda belirtilen kategoriler eşliğinde azaltılabilecek *ürünleri* belirlemek olduğunu ifade eden The Waste and Resources Action Programme (WRAP, 2020) Şekil 2’de Gıda Atık Kategorilerini aktarmaktadır.

Şekil 1. Gıda Atık Kategorileri



Gelinen nokta da AB Çevre Koruma ajansı geliştirdiği gıda geri kazanım hiyerarşisi (Food Recovery Hierarchy) ile israf edilen gıdaları yönetmeyi hedeflemektedir. İnsan tüketimi için besleyici ve güvenli gıdanın geri kazanımı (food recovery) gıda zincirinde tarım ve hayvancılık, balık üretim ve tedarik zincirlerinden çığ, yarı işlenmiş ve işlenmiş gıdaların alınmadığı takdirde atılacak veya israf olacak gıdanın ücretli-ücretsiz olarak alınmasıdır. Takiben bu gıdaların geri kazanılması, güvenli ve besleyici gıdanın insan tüketimi içinde yeniden dağıtılması gerekmektedir (re- distribution). Depolanması, güvenli bir şekilde işlenmesi ve güvenli bir şekilde gıda ihtiyacı olanlara dağıtılmasıdır.

Şekil 2’de Gıda Geri Kazanım Hiyerarşisi yer almaktadır. (EPA, 2017).

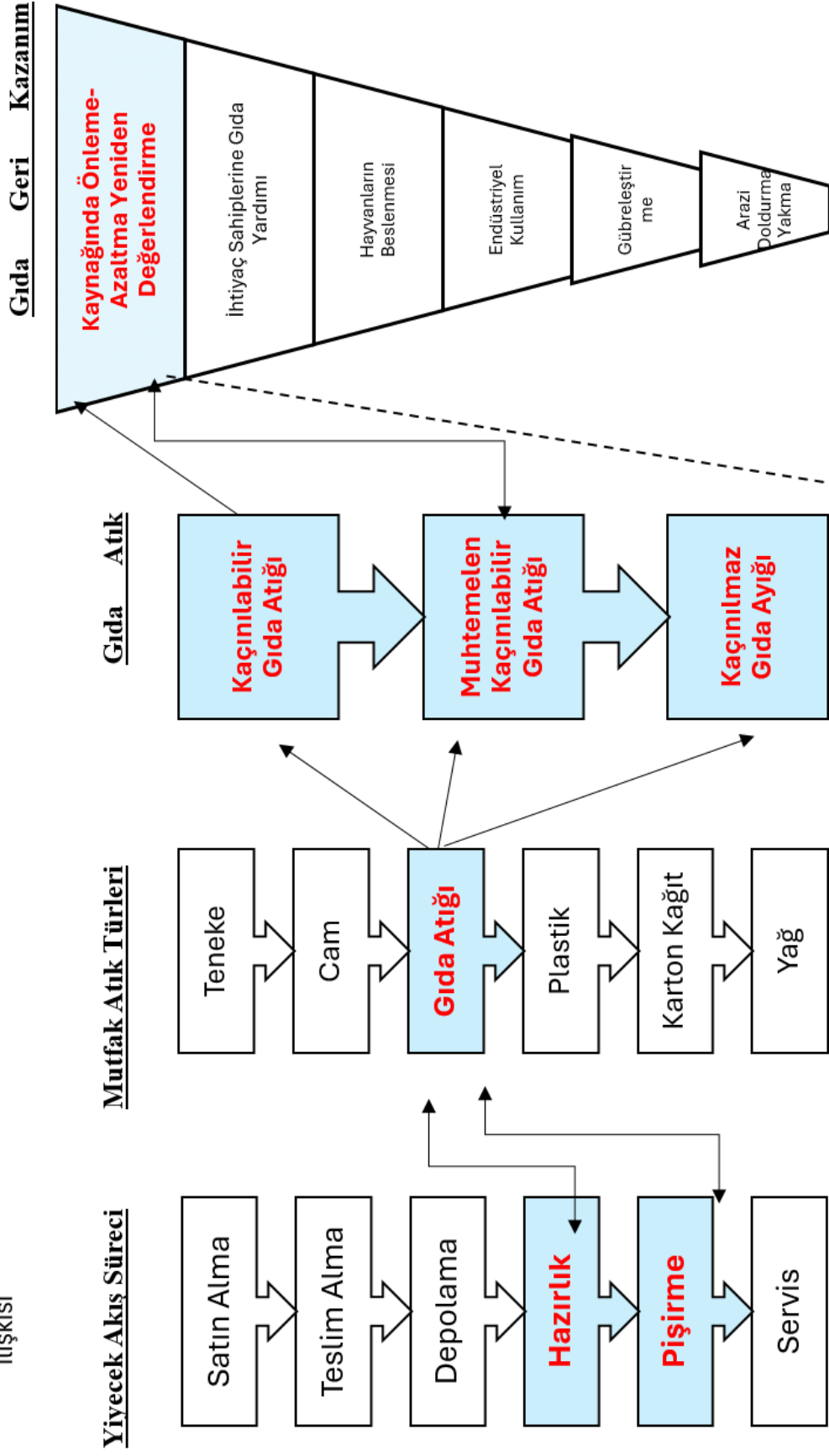


Kaynak: (Epa, 2017a)Food Recovery Hierarchy. <https://www.epa.gov/sustainable-management-food/food-recovery-hierarchy>.
Son Erişim Tarihi: 12.03.2023

Şekil 2’i incelediğinde gıda geri kazanım hiyerarşisinde en üst kısım gıda fazlası oluşumunun daha kaynağındayken azaltılması aşaması olmakla beraber, diğer bir ifade ile boşa harcanan yiyeceklerin öncelikle önlenerek daha sonra güvenli bir şekilde yönlendirilerek toplum, çevre ve ekonomi için en iyi faydayı sağlayan aşamanın yönetilmesidir.

Çalışmada gıda geri kazanım hiyerarşinin ilk basamağı olan gıda atığını önleme ve azaltma basamağı göz önüne alınarak hane mutfakları veya ticari mutfaklarda hazırlık ve pişirme süreçlerinde gerçekleşen gıda atıklarını önleme doğrultusunda ne tür uygulamalara başvurulmakta ve bu uygulama proseslerinde olası gıda güvenliği risklerin neler olabileceğinin ortaya konulması hedeflenmektedir.

Şekil 3. Yiyecek akış sürecinde hazırlık ve pişirme esnasında oluşan gıda atığı, kategorileri ve gıda atık hiyerarşisindeki en üst basamakla ilişkisi



Kaynak: Tahmaz, G. S. (2022). Ticari Mutfaklarda Gıda Atıklarının Önlenmesine Dair Deneysel Bir Çalışma, Yayınlanmış Doktora Tezi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara

YÖNTEM

Çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Bu amaçla literatür taraması yapılarak ulaşılan deneysel atıksız mutfak uygulamaları incelenmiştir. Ek olarak gastronomi alan uzmanlarından gıda atığını önleme hususunda görüşleri alınmış ve sözlü kaynak olarak derlenmiştir. Çalışmanın amacı atıksız mutfak uygulama kapsamındaki proseslerde olası gıda güvenliği riskleri ve bu esnada oluşan olası enerji israfına dikkat çekmektir. Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, olayların ve algıların doğal ortamında bütüncül ve gerçekçi bir şekilde ortaya konmasına yönelik nitel sürecin izlendiği bir yöntem olarak tanımlanabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2021:37). Çalışmanın amacı kapsamında doküman incelemesi yoluyla ulaşılabilen akademik tez ve makaleler taranmıştır. Öncelikle yapılan atıksız mutfak uygulamaları ortaya konulmuştur. Literatür taramasında toplanan bilimsel bilgi çerçevesinde uygulamalar esnasında herhangi bir yanlış prosesin yaratacağı olası gıda güvenliği riskleri belirtilmiştir. Ek olarak atıksız mutfak uygulamaları kaygısıyla gerçekleştirilen proseslerde olası su, elektrik gibi enerji israfına da dikkat çekmek çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

BULGULAR

Atıksız Mutfak uygulamaları ve Olası Gıda Güvenliği Riskleri

Tablo1. Atıksız Mutfak Uygulama Örnekler

MUHTEMELEN KAÇINILABİLİR / KAÇINILMAZ GIDA ATIKLARI KATEGORSİ	Atık Ürün Türleri	Atıksız Uygulama/ Yeniden Kullanım/ Sıfır Atık Örnekleri	Yeni Ürün	Atfı Tahmaz, G. S. (2022). Ticari Mutfaklarda Gıda Atıklarının Önlenmesine Dair Deneysel Bir Çalışma, Yayımlanmış Doktora Tezi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
	Patates Kabukları	Patates kabuklarının fritözde C° derin yağda kızartılması	Patates Kabuğu Kızartması	
	Kereviz, Havuç, K. Soğan kabukları Kereviz sap ve yeşillikleri	Tüm atıkların parçalayıcıdan geçirilmesi, split üzerinde tabak ısıtıcıda 40-45C°, 4 saat kurutulur	Sebze baharatı/çeşni	
	Kabak-Patates-Havuç kabukları, Kabak içi, kök ve sapları, Havuç kökleri, Pırasa yaprakları	Tüm atıkların parçalayıcıdan geçirilmesi, yumurta-un-tuz baharatla yoğrulması, derin yağ da 2 dk. pişirme	Sebze kök, sap, kabuk Mücveri	
	Bal kabağı çekirdeği ve kabukları	Çekirdekler temizlenip kurutulur Kabuklar ince şekilde kıyılır, unlanarak fritözde derin yağda kızartılır.	Hediyelik/çerez Kabuklardan Çorbalara garnitür	
	Roka sap-kök	Yıkama-kaynayan suda blanche edilmesi, buzlu suya alınması, işlem iki kez tekrarlanır. Tekrar yıkama işleminden sonra zeytin yağ ile blenderden çekilir (Limon suyu, nar ekişi, tuz karabiber) Hazırlanan karışımın boneli tel süzgeçte süzdürülerek ikinci ürünün çıkarılması	Ürün1: salata sosu Ürün2: Roka yağı	
	Hamur kesim artıkları	Erişte boyutlarında kesim	Çorbalara garnitür	
	Hamsi balık kılçığı	Kılçıkların unlanarak tencerede derin yağda kızartılması	Balık kılçığı cipsi	

Tablo 1’de gerçekleştirilen deneysel uygulama örneklerinin ışığında önemli ve bir o kadar birincil düşünülmesi gereken noktanın gıda güvenliği olduğunu vurgulamak gerekmektedir.

Gıda güvenliği gıdalarda oluşabilecek kimyasal, fiziksel, biyolojik ve her türlü zararlıının bertaraf edilmesi için alınan önlemlerin bütünüdür (Artık, Şanlıer ve Sezgin, 2022). Koç ve Uzman (2015) Gıda güvenliğini sağlıklı ve kusursuz gıda üretimi hedefinde, gıdaların üretim, işleme, saklama ve dağıtımında gerekli kurallara uyarak önlemlerin alınması olarak ifade etmektedirler. Gıda güvenliğini gıdalara istenmeyen ve sağlığa zararlı etkenlerin bulaşının önlenmesi, bu etkenlerin elimine edilmesi, olası zararlıların üreme ve yayılmasını durdurarak uygun bir şekilde etkisiz hale getirilmesi şeklinde 4 temel prensibe dayandırır (Koç ve Uzman, 2015).

Gıda maddelerinin güvenilirliğini etkileyecek ve insan sağlığını tehdit edebilecek birçok kimyasal madde gıdanın üretim zinciri boyunca gıda ile kontamine olabilmektedir. Gıda hijyenin sağlanması hazırlanacak gıda ham maddesinin satın alınmasından başlayarak dikkat edilmesi gerekli bir süreçtir.

Durlu Özkaya ve Cömert (2008), gıdalarda risk oluşturabilecek başlıca etkenleri: Bakteriler, küfler, viral ajanlar, parazitler ve hayvanlar(kemirgen-böcek) gibi *biyolojik etkenler*; kalıntılar (antibiyotikler), endüstriyel kimyasallar, ağır metaller ve radyoaktif izotoplar gibi *kimyasal etkenler*; kirlilik, metal ve cam tozları gibi de *fiziksel etkenler* olarak incelemektedirler. Bununla beraber gıdalarda mikrobiyal gelişimi etkileyen faktörler olarak da *gıdanın yapısı* (besin içeriği- PH'ı- mikrobiyal yükü); *gıdaya uygulanan ön işlemler* (dondurma-kurutma-nemlendirme-ısıtma işlemi); *gıdayı işleme teknikleri* (işleme – saklama- koruma – depolama yöntemleri); *çevresel koşullar* (sıcaklık- ışık- bağıl nem) gösterilmektedir. Gıdalarda risk oluşturabilecek bu etmen ve faktörler ışığında insan sağlığını tehdit eden gıda kaynaklı *intoksikasyonlar* ve *enfeksiyonlar* yaşanabilmektedir (Durlu Özkaya ve Cömert, 2008; Bjelajac ve Filipovic, 2020).

Çalışmadaki atıksız mutfak uygulamaları incelendiğinde; meyve ve sebze kabuklarının sebze köklerinin yeni ürün geliştirme doğrultusunda yaygın kullanıldığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda olası bir pestisit kalıntısı riski de öngörülmelidir.

Pestisitler insanlar, memeliler, kuşlar, balıklar, yararlı böcekler ve doğal çevre için toksik etkilere sahip, insan ve hayvan sağlığı açısından çağımızın önemli problemi olarak karşımıza çıkmaktadır (Akyüz ve Kasap, 2017). Fungusit, herbisit ve insektisit türü pestisitler dünya çapında geniş ölçüde kullanılırken bunların arasından *S-triazin* grubu ve *Organofosfor* (OPPs) pestisitlerinin endokrin sistem fonksiyonlarını yıkıma uğratarak kanser riskini arttırdığı bilinmektedir (Akdoğan vd, 2012).

Meyve ve sebze kabuklarının işlenmesinden önce olası pestisit kalıntılarının yok edilmesi için yıkama ve ozanla yıkama teknikleri uygulamalar arasındadır (Acaoglu, Ömeroğlu ve Çapur, 2018).

Özellikle meyve ve sebze kabukları ile yapılan atıksız mutfak uygulamalarında, olası pestisit kalıntısının göz önünde bulundurulması gıda güvenliği ve insan sağlığı açısından önemlidir. Tüm elma kullanılarak yapılan elma sirkesine göre sadece elma kabuğu kullanılarak üretilen elma sirkelerinde olası eksik ve yetersiz uygulama prosesi söz konusu ise, pestisit kalıntısının sadece elma kabukları ile yapılan elma sirkesinde, bütün elmadan yapılan sirkeye oranla daha yüksek çıkmasını mümkün kılacaktır.

Diğer sebze kabuklarından yapılan baharat ve sos ürünlerinde de gerek yıkama işlemiyle pestisit arındırmada gerekse uygulanan ısıtma işlem ve dondurma yöntemi kullanılarak yapılan kurutma yöntemleri gibi ön işlem aşamalarındaki olası gözden kaçan proseler karşısında gelişebilecek pestisit kalıntısı problemleri, mikrobiyal faktörler ve gıda maddelerinde oluşabilecek olası duyu analizi problemleri göz önünde bulundurulmalıdır.

Mikroorganizmalar denizlerin en derininden gökyüzünün en üst tabakalarına kadar yayılmış durumdadırlar. Starter, Saprofit mikroorganizmalar (gıdalarda bozulmaya yol açan), patojen mikroorganizmalar (zehirlenme ve enfeksiyonlara yol açan) ve inert (ne faydalı ne faydasız) organizmalar olarak dört grupta incelenebilir (Durlu Özkaya ve Cömert, 2008). Toprak mikroorganizmaların yaşaması ve gelişmesi için gerekli oksijen, su, hava, karbon, azot, mineraller içermektedir. Gıdaya mikroorganizmaların bulaşma kaynaklarından birisi de topraktır. Karmaşık ve dinamik bir biyolojik sisteme sahip olan toprağın bir gramında bulunan bakteri sayısının 10 milyar ve tür sayısının binlerce olabileceği tahmin edilmektedir (Başkaya ve Kocabaş, 2016). Toprak kaynaklı mikroorganizmalar kök-toprak, bitki kökleri ve toprak

bileşenleri ile etkileşim halindedirler (Karapire ve Özgören, 2013). Patates toprakla birebir temas eden önemli bir kök bitkidir. Kabuklu patates ve patates kabuklarından yapılan cips uygulamalarında, patates kabuklarının çok iyi bir şekilde temizlenip toprağından arındırılması, topraktan gelebilecek mikroorganizmaları uzaklaştırmak için birtakım işlemlere ihtiyaç duyulmaktadır ve uygulama öncesi hassas temizlik ihtiyacı gerektirir. Tüm bunları yaparken, patates kabuğundan elde edilecek cipsin yaratacağı katma değer ile temizlerken harcanan su arasında önemli bir denge kurmak, su israfının önüne geçmek de gözden kaçırılmamalıdır.

Aynı şekilde havuç, kereviz pancar gibi kök bitkilerin bu kapsamda kullanımı sırasında yetersiz hijyen uygulamaları, gıdalarda toprak kaynaklı mikrobiyal gelişmelere neden olabileceği öngörülerek böyle bir durumda olası gıda güvenliği riskleri değerlendirilmelidir.

Tablo 1’de derlenmiş uygulamalara ek olarak, literatür taramalarından ve sözlü kaynaklarda birçok farklı atıksız mutfak uygulamaları gözlemlenmiştir. Aşağıda Tablo 2’de verilen örneklerde; oluşan gıda atıklarının çok yönlü şekilde renklendirici, süsleme veya yeni ürün üretimi olarak kullanıldığı görülebilmektedir.

Tablo2. Literatür taramaları ve sözlü kaynaklardan derlenen atıksız mutfak uygulama örnekleri

MUHTEMELEN KAÇINILABİLİR / KAÇINILMAZ GIDA ATIKLARI KATEGORSİ	Atık Ürün Türleri	Atıksız Uygulama/ Yeniden Kullanım/ Sıfır Atık Örnekleri	Yeni Ürün	Atrfı
	Ekmek	Fırında ısıt işlem uygulayarak kızartılması	Ktır kruton ekmek / Galeta unu	(Çırışoğlu ve Akoğlu, 2021)
	Et	Etin sinir, yağ kısımlarının kıyma çekiminde kullanılması	Kıyma	
	Sebze kabukları		Sebze Suyu/ Salata/ Stok/Çorba/ Meze	
	Portakal Kabuğu		Meyve Suyu / Marmelat	
	Limon Kabuğu	Limon kabukları 3 kez haşlanır, bal ve şekerle pişirilir.	Reçel	Sözlü Kaynak; (Doğan, 2023)
	Portakal Kabuğu	Limon kabukları 3 kez haşlanır, fırında fanlı kurutma yapılır. Portakal kabuğu 3 kez haşlanır, fırında fanlı kurutma yapılır, sonra çikolata ile benmari usulü kaplanır	Çay	
	Can Erikleri	Erikler püre haline getirilerek, dondurulur	Bayram Şekeri	
	Bira malt posasından	Ekmek ununa malt unundan %5, %10, %20 oranlarda eklenerek malt enziminden faydalanma	Erik Ekşisi	
	Sebze (domates patates, patlıcan) Kabuklarından	30 C° de 2 saat kurumaya bırakılır	Ekmek	Sözlü Kaynak; (Doğan, 2023)
	Sebze yaprakları (Kereviz/Pıras)		Sos / Baharat	
	Sebze ve Meyve		Meze/ Sos	(Ceyhan Sezgin & Ateş, 2020), (Kaya, 2022)
	Elma Kabuk ve çekirdekleri	Etil alkol bileşimi ile yavaş usul ev tipi üretim. 2lt cam kavanoza 600 gr elma kabuğu, %2,5 bulgur, %2.5 Şeker, %2 tuz, 100ml sirke ile 20C° etil alkol fermentasyonuna bırakılmış, her gün karıştırılmıştır. Kabukların dibe çökmesiyle 170 ml sirke eklenerek 28C° asidik asit fermentasyonu ve sirke anası oluşumu beklenmiştir.	Elma Sirkesi	(Tangüler Vd, 2021)

Ananas Kabukları	Ananas kabukları, 25 °C'lik bir <i>inkübasyon</i> sıcaklığında aerobik koşullar altında 7-10 gün boyunca <i>Saccharomyces cerevisiae</i> ile işlenir ve enzimatik olarak sakarifiye edilip, fermente edilir. <i>Bu alkol ortamı</i> , <i>Acetobacter aceti</i> tarafından asetik asit fermentasyonu için tohum ortamı olarak kullanılır. %5 asetik asit konsantrasyonu elde etmek için 32 °C'de 30 günlük bir süre boyunca bekletilir.	Sirke	(Sindhu vd, 2019)
Yumurta Kabukları	%75'lik etil alkolle sterilize edilip, -18C° de saklanır. Küf-maya sayımı, salmonella var/yok testleri uygulanır. Toz haline getirilir.	Kurabiye	(Zerek, 2021)
Yumurta Kabukları	Yumurta kabukları 2 yemek kaşığı sirkeli suda 2 saat bekletilir, ılık suda bekletilmiş kuru kayası, kuru incir ve yumurta kabukları blendırdan geçirilir ve ceviz eklenir.	Yumurta Kabuğu macunu	(Sevinç, 2020)
Patates Kabukları	Doldurucuda kurutulup, öğütücüde un haline getirilir. Patates kabuğu unları 500 um'luk elekten geçirilerek üretim aşamasına kadar -4C° saklanır. 2-4-6-8-10gr/100gr buğday ununa olarak kullanılmıştır.	Patates Kabuğu ilaveli Buğday Cipsi	(Durmaz, 2019)
Karides kabukları		Karides kabuğu sosu	(Girgin vd, 2022)

Atıksız mutfak uygulamaları kapsamında gerçekleştirilen yaygın uygulama ekmeklerin kırı kruton veya galeta unu olarak değerlendirilmesidir. Ekmeğin içinde nem oranının yüksek olması pH değerinin 5'in üzerinde olması bozulmalara uygun ortam hazırlayabilmektedir. Ekmeğin değerlendirilmek üzere depolanması sırasında nişasta kristalizasyonu sebebiyle var olan nem miktarı dahada artabilmekte ve *Rhizopus Stolonifer* isimli ekmeğin küf gelişebilmektedir. Ek olarak pişirilmiş ekmeğin dondurulması ve çözündürülmesi esnasında oluşan buz kristalleri ekmeğin tarafından emilmektedir. Bu durumda da ekmekte maya ve bakterilerin gelişimi için uygun su aktivitesi değerleri ortaya çıkmaktadır (Akdemir, 2021). Bunlara ek olarak, bazen ekmeğin yapının yüksek mikrobiyal yüke sahip olma ihtimali ve pişirildikten sonra da ölmemiş miktarda küf sporu içermesi olasılıkları risk yaratabilecektir. Fırının yetersiz hijyen koşulları veya personelin yetersiz hijyen koşulları da gıdaları bozulmaya açık hale getirebilmektedir. Dolayısı ile, sayılan bu faktörler ışığında ekmeğin derin dondurucudan çıkarıldıktan kısa süre içerisinde tüketilmesi ile küf gelişiminin önüne geçilmeli ve gıda güvenliği risklerinin elimine edildiğinden emin olunmalıdır.

Tablo 2' de gerçekleşen farklı bir uygulamada yumurta kabukları değerlendirmeye alınmış ve kurabiye ile yumurta kabuğu macunu üretilmiştir. Yumurta kabuğu bulanabilen dışkı, toz, çamur, altlık ve kan gibi bakteri ve mantarların çoğaltımına neden olan materyaller barındırabilmektedir (Durmuş vd, 2007; Doğruer vd, 2015). Yumurtanın yüksek mikrobiyolojik kontaminasyon oranlarına sahip olması, hijyenik kalitesinin düşük olduğunu ifade etmekte, bu da halk sağlığı ve gıda güvenliği açısından tehlikeler meydana getirebileceğini gözler önüne sermektedir (Erkan vd., 2008). İnsanlarda gıda kökenli enfeksiyon kaynakları arasında yumurta oldukça önemli yer tutmaktadır. Enfeksiyonlara neden olan etkenler arasında *Salmonella Enteritidis* başta olmak üzere *Campylobacter Jejuni* ve *Escherichia Coli* sayılabilmektedir. Yumurta kabuğunda bu etkenlerin bulunması ve kontamine olmuş yumurta kabuğunun tüketilmesi önemli sağlık sorunlarını beraberinde getirecektir. (Aydın vd., 2007). Atıksız mutfaklar kapsamında yapılan

uygulamalarda yumurta kabuklarından yeni ürün geliştirme ve yumurta kabuklarının kalsiyum etkisinden faydalanma çabası görülmektedir. Yumurta kabuklarının atıksız mutfak uygulamasında olası eksik veya yetersiz alkol sterilizasyonu sonucu kabuk aracılığı ile gıda güvenliği ve insan sağlığını tehdit edebilecek kontaminasyon veya patojen mikroorganizma risklerine karşı dikkatli olunmalıdır. Sterilizasyon sürecindeki alkol oranının ve alkol de bekletilme süresinin yumurta kabuğuna bulaşmış herhangi bir Salmonella riskinin ortadan kaldırılması açısından çok dikkat edilmesi gerekliliği önemle vurgulanmalıdır. Kullanılan kabuğun Türk Gıda Kodeksi Yumurta ve Yumurta Ürünleri Mikrobiyolojik Kriterlerine uygun düzeyde olması önerilmektedir.

Tablo 2’ de ortaya konulan bir diğer uygulama da karides kabuklarından sos elde edilmesidir. Kabukların içi misafire tabaklanırken dışı sos olarak değerlendirilmek üzere prosese tabi tutulur. Kabuklular içerisinde karideste, yengeç ve istakozla oranla daha fazla mikrobiyal bozulma gerçekleşmektedir. Karideslerin avlanma sonrasında derhal işlenip dondurulması mikrobiyal gelişimin önüne geçmek adına hassas bir noktadır. İşleme sürecinde zamanın iyi kullanımı bozulma için koşulların oluşumunu engeller (Akdemir, 2021). Avlandıktan uzun süre sonra işleme tabi tutulması ve dondurucuya gönderilmesi, sonrasında çıkartılıp işlemde geçirilmesi, sosunda sağlığı tehdit edecek durumlar yaşanmasına neden olabilecektir

Gıdalara uygulanan ön işlemler (ısıl işlem- kurutma- nemlendirme-dondurma) ve gıdayı işleme teknikleri (gıdayı işleme yöntemi-saklama ve koruma -depolama koşulları) gıdada olası mikrobiyal gelişimler açısından dikkat edilmesi gereken noktalardır. Bu yöntemlerin bazıları mikroorganizmaları öldürmeyi hedeflerken bazıları da ortam koşullarını uygunsuz hale getirmekte ve gelişmelerine ve çoğalmalarına neden olabilmektedir. Bu süreçte yapılacak işlemlerin yetersizliği olası bir gıda güvenliği riskine sebebiyet vermemelidir.

Gıda atıklarını dönüştürmede kullanılan araç ve gereçlerin evlerde ve işletmelerde varlığı atığın önlenmesi ve dönüşümü noktasında oldukça önem kazanmaktadır. *Vakum Makinası* ile ihtiyaç fazlası ürünün vakumlanıp dondurulması veya *Blast Chiller makinası* ile pişirilen gıdanın hızlı bir şekilde soğutularak daha uzun süreli kullanımı ve gıdanın raf ömrü açısından önemli olabilmektedir (Kaya, 2022; Principato vd, 2018). Fakat bu doğrultuda gerek vakumlayarak gerekse hızlı soğutma işlemi ile derin dondurucuda ürünün saklanması ile ortaya çıkacak enerji sarfiyatı ön görülmelidir.

Yiyecek içecek sektöründeki işletmeler diğer işletmelere göre metre kare başına neredeyse beş kat enerji kullandığı bildirilmektedir. Özellikle restoran işletmelerinde enerji kullanımının çoğu yiyecek hazırlama, pişirme, bekletme, depolama da tüketilmektedir. Bu durum tasarruf ve sürdürülebilirlik kapsamında ele alındığında restoranların faturalarında yapacağı %10-20 arası enerji ve su tasarrufu sera gazı emisyonlarını azaltabilmektedir (Özata ve Akkaya, 2021).

Gıda atıklarından elde edilebilecek katma değerli toz ürünler kapsamında konu değerlendirildiğinde karşıma kıymetli birçok işlevsel bileşik çıkmaktadır.

Atık olabilecek gıdaların işlenmesinden oluşan yan ürünler aynı zamanda polisakkaritler, enzimler, lezzet bileşikler, pigmentler, polifenoller, uçucu yağlar, besinsel lifler, antioksidan ve renklendiriciler gibi katma değerli işlevsel bileşiklerin elde edilmesinde kullanılabilmektedir. Bu bağlamda gıda atıklarından değerli toz ürünlerin elde edilmesi proseslerin de termal işleme dayanması ve kullanılan püskürtmeli veya dondurarak kurutma yöntemlerinde her bir gıdanın özelliğine göre tercih yapılması, kurutma işlemi sonrası üretilen toz ürünlerin rehidrasyon özelliğinin iyileştirilmesi oldukça önem arz etmektedir (Özdemir vd., 2021). Atık gıdalarda işlevsel bileşiklerin elde edilmesi noktasında ürün özelliklerine göre proseslerin seçimi gıda güvenliği açısından önemlidir.

Narenciye kabuklarının yeni bir ürün olarak işlenmesi esnasında güneş ve mikro dalgada kurutma tekniklerine tabi tutulması sonucu kabuklarda pektin ve antioksidan aktive değerlerinde azalma oluşabilecektir (Uysal, 2019). Meyve sebze kabuklarına ısıl işlem uygulamalarında flavonoid yapılarında değişim ve azalmalar görülebilecektir (Çapanoğlu ve Boyacıoğlu, 2009). Bu değişimler gıdalarda duyusal analiz ve gıda güvenliği açısından da göz önünde bulundurulmalıdır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsanların gelecek nesilleri de düşünerek beslenme ihtiyaçlarını karşılayabilecek yeterli, güvenli ve besleyici gıdaya ekonomik ve fiziksel olarak erişebilmesi için tüm dünyanın ekolojik önlemler alması gerekmektedir.

Gıda atıklarının önlenmesi ve geri dönüşümü kapsamında en önemli konulardan biri olan gıda güvenliği ve gıda mevzuatlarına uyum, atıksız mutfak uygulamaları tartışmalarında arka planda kalmaktadır. Mutfaklarda öncelikli adım güvenli gıda üretimidir. Atıksız mutfaklar yaratılırken gerek atık gıdaların saklanma sürecinde gerekse üretim aşamasında olası riskler öngörülmesi, bertaraf edilmeli ve risk oluşturabilecek üretim sonlandırılmalıdır.

Gıda kökenli hastalık risklerini en aza indirmek halk sağlığı ve aile sağlığını korumak adına aşağıda tüketiciler tarafından uygulanması için önerilere yer verilmiştir;

1. Tüketiciler satınalma süreçlerini çok iyi yönetmeli, aşırı satınalma ve istiflemekten kaçınılmalıdır.
 - Gıda malzemelerini ihtiyaç fazlası alıp, bekleme süresinde onların yapılarında değişimlere neden olmak veya fazla alınan gıdanın gerek vakumlama yöntemi kullanılarak gerekse de dondurucuda saklama yöntemleri kullanılarak raf ömrünü uzatma çabaları sonucunda farklı bir israf olan enerji israfına düşmemek önemli olacaktır.
 - Ürünlerin vakumlanıp dondurulması raf ömürlerinin uzatılması açısından faydalı uygulamalardır. Bunu yaparken satın alma sürecinin çok iyi yönetilmesi, aşırı satınalma ve istiflemekten kaçınmak kâr zarar hesabının dengeli yapılmasına ve enerji israfının da önüne geçilmesine etken olacaktır.
2. Atık olarak nitelendirebileceğimiz bütün ürünleri yeni ürüne dönüştürmede seçici davranılmalıdır.
 - Yapılan çalışma kapsamında öncelikle belirtilmesi ve dikkat çekilmesi gereken nokta; Bütün atık olarak kabul edilecek ürünleri farklı bir ürüne dönüştürmeli miyiz? Olmalıdır. Her atık üründen yeni bir ürün elde edilmeli mi? Bu doğrultuda atık gıdanın yeni ürüne dönüştürülmesi sürecindeki proseslerin herhangi bir sebeple yetersiz kalması durumunda gıda kaynaklı olası herhangi bir patojen mikroorganizma riskinin her daim göz önünde bulundurulması gerekmektedir.
 - Yine uygulamalar incelendiğinde gıda kabuk ve kök değerlendirmelerinin ön planda olduğu görülmektedir. Özellikle havuç patates gibi kök bitkilerin yeni ürün haline dönüştürülmesi aşamasında uygulanan ön temizleme ve derin temizleme işlemlerinde kullanılan su israfının değerlendirilmesi ve yapılan yeni uygulamanın katma değer dengesinin iyi kurulması gerekmektedir. Gıda israfı noktasında çabalarırken, önemli bir diğer israf çeşidi olan su israfına yakalanmamak önemli olacaktır.

Satın almalarda tüm bunlar gözetilerek, satın almaları gerçekleştirmek, ürünleri de bu doğrultuda değerlendirip kullanmak, gıda atığını önleme ve enerji israfları açısından vurgulanması gereken bir noktadır. Uygulanabilir bir satınalma sisteminin gıda atığını önleme basamağında ilk koşul görülmesi sorunun çözümüne bütün bir şekilde katkı sağlayacaktır. Unutulmamalıdır ki gıda geri kazanım hiyerarşisinde yer alan aşamalarda gıda atıklarını yakma veya oksijensiz bırakarak bertaraf etme noktasında da doğaya önemli oranda karbondioksit salınımı gerçekleşmektedir. Bu doğrultuda karbon ayak izinin olumsuz etkileri de göz önünde bulundurulmalıdır.

Beyan

Bildirinin tüm yazarlarının bildiri süresince verdiği katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKLAR

Acaoğlu, B., Ömeroğlu, Y.P., Çopur, U.E. (2018). Gıda İşleme Süreçlerinin Pestisit Kalıntıları Üzerine Etkisi ve İşleme Faktörleri. *Gıda ve Yem Bilimi – Teknoloji Dergisi*, 19, 42-54.

- Akdemir, S.C. (2021). *Gıdalarda Bozulma*. Durlu Özkaya, F., Coşansu, S., Ayhan, K. (Eds), *Her Yönüyle Gıda* 3. Baskı, 436, Sidas yayıncılık
- Akdoğan, A., Divrikli, Ü., Elçi, L. (2012). Pestisitlerin Önemi ve Ekosisteme Etkileri. *Sidas Medya, Akademik Gıda Dergisi*. 10(1).125-132. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akademik-gida/issue/55824/764714> Son Erişim: 12.04. 2023
- Akyüz, G., Kasap, İ. (2017). Elma Yetiştiriciliğinde Kullanılan Bazı Pestisitlerin Kalıntı Etkileri. *ÇOMÜ Ziraat Fakültesi Dergisi*. 5(1), 115-118. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/335514> Son Erişim: 12.04. 2023
- Artık N., Şanlıer, N. ve Sezgin Ceyhun, A. (2022). *Gıda Güvenliği ve Gıda Mevzuatı*. (Genişletilmiş 4. Bs) Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydın, N., Akan, M., Sareyyüpoğlu, B., Tel, Y.O. (2007). Bazı Bakteriyel Patojenlerin Yumurta Kabuğundan Panetrasyonu. *Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*. 54, 39-42 <http://vetjournal.ankara.edu.tr/en/download/article-file/776327> Son Erişim: 12.04. 2023
- Başkaya, Y. Ve Kocabaş, A. (2016). Kahraman Maraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi. 19(4), 393-398.
- Bjelajac, Z., Flipovic, A.M. (2020). The Role of The Media in The Affirmation of The Culture of Food Safety. *Economics of Agriculture*, 67(2), 609-622
- Block, L., Vallen, B., ve Austin, P.M. (2022). Food waste (mis)takes: The role of (mis)perception and (mis)estimation. *Current Opinion in Psychology*, 46(101327). <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101327>. [https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352250X22000392#:~:text=\(Mis\)estimation%20of%20food%20consumption,-Misestimation%20of%20appropriate&text=In%20short%2C%20consumers%20buy%20too,misestimation%20of%20food%20consumption%20quantities](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352250X22000392#:~:text=(Mis)estimation%20of%20food%20consumption,-Misestimation%20of%20appropriate&text=In%20short%2C%20consumers%20buy%20too,misestimation%20of%20food%20consumption%20quantities).
- Bölükbaşı, R., Sarıkaya, G.S., Yazıcıoğlu, İ. (2021). Türk Televizyon Yemek Programlarında Gıda İsrafı ve Sürdürülebilirlik Davranışının Analizi. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 24, 100336.
- Ceyhun Sezgin, A. ve Ateş, A. (2020). “Otel İşletmelerinde Gıda İsraf Boyutunu Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (4), 3489-3507
- Çapanoğlu, E., Boyacıoğlu, D. (2009). Meyve ve Sebzelerin Flavonoid İçeriği üzerine İşlemenin Etkisi. *Akademik Gıda*. 7(6), 41-46. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1189464> Son Erişim: 12.04. 2023
- Çirioğlu, E. ve Akoğlu, A. (2021). “Restoranlarda Oluşan Gıda Atıkları ve Yönetimi: İstanbul ili Örneği”. *Akademik Gıda*, 19(1), 38-48
- Doğruer, Y., Telli, N., Telli, E.A., Kahraman A.H., Güner, A. (2015). Pastörize Sıvı Yumurta ile Kabuklu Yumurtanın Bazı Kalite Özellikleri Bakımından Kıyaslanması. *Eurasian Journal of Veterinary Sciences*. 31, 3, 177-183. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/228534> Son Erişim: 12.04. 2023
- Durlu Özkaya, F. ve Cömert, M. (2008). Gıda Zehirlenmelerinde Etken Faktörler. *Türk Hijyen ve Deneysel Biyoloji Dergisi*. 65(3), 149-158.
- Durlu Özkaya, F. Ve Üner, H. (2021). Sürdürülebilirlik felsefesi ve sürdürülebilir gastronomi. Durlu Özkaya, F., Özkök, H., Sünnetçioğlu, A. ve Sünnetçioğlu S. (Eds.), *Sürdürülebilir Gastronomi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Durmaz, A. (2019). *Evsel Atık Patates Kabuğunun Derin Yağda Kızartılmış Buğday Cipsinde Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Gümüşhane Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Ana Bilim Dalı.
- Durmuş, İ., Yenice, E., Demirtaş, E.Ş. (2007). Yumurta Anormallikleri. *Tavukçuluk Araştırma Dergisi*. 7(1). 66-71. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/419829> . Son Erişim: 12.04. 2023
- Durna, D. (2020). Amerika Birleşik Devletleri’nde Gıda Bankacılığı Uygulaması. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*. 20(47), 2148-9424. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/spcd/issue/57081/528597>
- Epa, (2017a). Food Recovery Hierarchy. <https://www.epa.gov/sustainable-management-food/food-recovery-hierarchy>. Son Erişim Tarihi: 12.03.2023
- Erkan, E.M., Vural, A. Güran, Ş.E. (2008). Diyarbakır ili’nde Satışa Sunulan Köy ve Market Yumurtalarının Hijyenik Kalitesi Üzerine Bir Araştırma. *Dicle Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*. 1(1), 11-16. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/308128> Son Erişim: 12.04. 2023

- FAO, Food and Agriculture Organization (2020). Dünyada Gıda Güvencesi ve Beslenem Drum Raporu. <https://www.fao.org/3/ca9692en/online/ca9692en.html> Son Erişim Tarihi: 12.03.2023
- FAO. (2019). Food and Agriculture Organization. Food waste: "Key facts on food loss and waste you should know!". https://twosides.info/includes/files/upload/files/UK/Myths_and_Facts_2016_Sources/18-19/Key_facts_on_food_loss_and_waste_you_should_know-FAO_2016.pdf Son Erişim Tarihi: 10.03.2023
- FAO (2023'a). Food and Agriculture Organization of the United Nations Global Initiavetive on Food Loss and Waste. <https://www.fao.org/3/i7657e/i7657e.pdf> Son Erişim Tarihi: 10.03.2023
- Flimanau, V. & Ermolaev, V.A. (2021). A Sleeping Gaint? Food Waste in The Food Service Sector in Russia. *Journal of Cleaner Production*. 297,126705 <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652621009252>
- FMI. (2023). Food Marketing Institute. Food Waste Reduction Allience. <https://foodwastealliance.org/>. Son Erişim Tarihi: 10.03.2023
- Girgin, C. A., Üzüm, Ş.N., Yılmaz, E., Sünnetçioğlu, A. (2022). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Gıda İsrafi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*. 6(3), 744-764.
- Heng, Y., Hause, L. (2022). Consumers' perceptions and behavior toward food waste across countries *International Food and Agribusiness Management Review*. 25(2), 2022; DOI: 10.22434/IFAMR2020.0198 <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/253329> Son Erişim: 12.04. 2023
- <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ksudobil/issue/25010/264070> Son Erişim: 12.04. 2023
- https://jag.journalagent.com/turkhijyen/pdfs/THDBD_65_3_149_158.pdf Son Erişim: 12.04. 2023
- <https://www.proquest.com/openview/ff484ee0da00324f97c29775ec997c26/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1696335> Son Erişim: 12.03. 2023
- <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652616301536?via%3Dihub>
- <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1878450X21000354>
- Karakaş, E. (2021). Akıllı tarım ve sürdürülebilirlik. Durlu Özkaya, F., Özkök, H., Sünnetçioğlu, A. ve Sünnetçioğlu S. (Eds.), *Sürdürülebilir Gastronomi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karapire, M. ve Özgören, H. (2013). Doğada Yararlı Mikroorganizmalar arasındaki Etkileşimler ve Tarımsal Üretimde Önemi. *Türk Bilimsel Derleme Dergisi*. 6(2), 149-157. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/417868> Son Erişim: 12.04. 2023
- Kaya, E. (2022). *Sürdürülebilir Mutfak Uygulamalarına Bir Örnek: Ankara Fine Dining Restoranlarında Gıda Atıkları*. Yüksek Lisans Tezi. Başkent Üniversitesi.
- Koç, G. Ve Uzmay, A. (20159). Gıda Güvencesi ve Gıda Güvenliği: Kavramsal Çerçeve, Gelişmeler ve Türkiye. *Tarım ve Ekonomi Dergisi*. 21(1), 39-48.
- Lebersorger, S., Schneider, F. (2011). Discussion on The Methodology for Determining Food Waste in Household Waste Composition Studies. *Waste Mangement*. 31, 1924-1933. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0956053X11002650?via%3Dihub>
- Murad, M. (2016). Reycling, Recovering and Preventing "Food Waste": Competing Solutions for Food System Sustainability in The United States and France. *Journal of Cleaner Production*. 26, 461-477.
- Özata, E. ve Akkaya, A. Sürdürülebilir restoran faaliyetleri. Durlu Özkaya, F., Özkök, H., Sünnetçioğlu, A. ve Sünnetçioğlu S. (Eds.), *Sürdürülebilir Gastronomi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Özdemir, E.E., Görgüç, A., Gençdağ, e., Yılmaz, F.M. (2021). Püskürtmeli Kurutma ve Donrurarak Kurutma Yöntemlerinin Temelleri ve bu yöntemlerle Gıda Atıklarından Toz Ürünlerin Üretimi. *The Journal of Food*. 46(3), 583-607. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gida/issue/61205/863571>
- Özen, N. D. ve Berkay Karaca, O. (2021). Sürdürülebilir gıda üretimi. Durlu Özkaya, F., Özkök, H., Sünnetçioğlu, A. ve Sünnetçioğlu S. (Eds.), *Sürdürülebilir Gastronomi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Pricipato, L., Pratesi, A.C., Second, L. (2018). Towards Zero Waste: an Explatory Study on Restaurant Manger. *Intrenational Journal of Hospitality Mangement*. 7, 130-137. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431917306138#bib0210>

- Principato, L., Giovanni, M., Alessio, D.E., Carlo, A.P. (2021). The Household Wasteful Behaviour Faremework: Asystematic Review of Consumer Food Waste. *Industrial Marketing Management*. 93, 641-649. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0019850119308600>
- Sevinç, E.K. (03.03.2020).3 Şeften Sıfır Atık Tarifler: Atıksız Mutfak Doğru Alışverişle Başlar. *Hürriyet*. <https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/hurriyet-pazar/atiksiz-mutfak-dogru-alisverisle-baslar-41458101>
- Sindhu, R., Gnansounou, E., Rebello, S., Binod, P., Varjani, S., Thakur, S.I., Nair, B.R., Pandey, A.(2019). Conversation of Food and Kitchen Waste to Value-Added Products. *Journal of Environmental Management*, 241, 619-630. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S030147971930204X>
- Sözlü Kaynak. Doğan, H. (2023). Şef, Ekşi Mayanın Peşinde Kitap yazarı.
- Sözlü Kaynak: Yavi, A. (2023). Arkeolog, Yemek Kültürü Yazarı, Slow Food, Yağmur Böreği Bir Dünya Börek Kitap yazarı
- Sünnetçioğlu, A. ve Özkök F. (2021). Sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi. Durlu Özkaya, F., Özkök, H., Sünnetçioğlu, A. ve Sünnetçioğlu S. (Eds.), Sürdürülebilir Gastronomi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şahin, K.S., Bekar, A.(2018). Küresel Bir Sorun "Gıda Atıkları": Otel İşletmelerindeki Boyutları. *Journals of Tourism and Gastronomy Studies*.6(4), 1039-1061. DOI: 10.21325/jotags.2018.347
- Tahmaz, G. S. & Aksoy, M. (2022). Gıda İsrafı, Gıda Kaybı ve Gıda Atığı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2022, 10 (2), 944-956
- Tahmaz, G. S.(2022).*Ticari Mutfaklarda Gıda Atıklarının Önlenmesine Dair Deneysel Bir Çalışma*, Yayımlanmış Doktora Tezi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Tangüler, H., Mert, H., İlman, F., Yücel, B., Gençtürk, S. (2021). Elma Atıklarından Elma Sirkesi Üretimi Üzerine Bir Araştırma. *Niğde Ömer Halis Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*. 10(1), 132-139 <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/927562>
- Uysal, B. M. (2019). *Limon ve Portakal Kabuklarının Sıcak Hava, Mikrodalga ve Sızak Hava- Mikrodalga Kombinasyonu ile Kurutulması*. Yüksek Lisans Tezi. Pamukkale Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Ana Bilim Dalı
- WRAP (2020) The Waste and Resources Action Programme. <https://wrap.org.uk/resources/guide/waste-prevention-activities/food> Son Erişim Tarihi: 17.03.2023
- Zerek, E. (2021). *Yumurta Kabuğu Tozu Eklenmiş Kurabiyelerin Bazı Besinsel ve Kalite Özelliklerinin Belirlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Medipol Üniversitesi, Beslenme ve Diyetetik Ana Bilim Dalı.
- Zero Waste Scotland. (2017). Surplus Food Redistribution Guide. https://www.zerowastescotland.org.uk/sites/default/files/RES_Food%20Redistribution%20Guide_final.pdf Son Erişim Tarihi: 15.03.2023

BIB GOURMAND RESTORAN ŞEFLERİNİN YEMEK HAZIRLAMA SÜREÇLERİ VE HİZMET YAKLAŞIMLARI

Zübeyde Nur ÇELİK

Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD, E-posta: 235283008@kocaeli.edu.tr,
Orcid Numarası: 0009-0004-5911-2792

Selda KARAHAN

Dr., Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD, E-posta: seldakarahan82@gmail.com,
Orcid Numarası: 0000-0001-7598-5732

Dilek DÜLGER ALTINER

Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, E-posta: dilek.dulger@kocaeli.edu.tr,
Orcid Numarası: 0000-0002-7043-2883

ÖZET

Bu çalışmada, Michelin Rehberi'nde yer alan Bib Gourmand derecesine sahip restoranlarda çalışan şeflerin yemek hazırlarken önem verdikleri kriterleri değerlendirmek ve hizmet yaklaşımlarına yönelik ortak değerlerini incelemek amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında, İstanbul'daki Bib Gourmand restoranlarında görev yapan dört şefle yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş ve toplanan veriler betimsel analiz tekniğiyle incelenmiştir. Çalışmanın bulgularına göre; şeflerin yemek hazırlama süreçleri ve sundukları hizmetlere yönelik öne çıkan 6 ana tema; mevsimsellik, yenilikçi yaklaşım, yerel ürün kullanımı, sadelik ve lezzet dengesi, operasyonel süreç yönetimi ve kişiselleştirilmiş deneyim olarak belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda; gastronomi sektöründe çalışan şefler, sektör çalışanları ve akademik araştırmalar için öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Michelin Rehberi, Bib Gourmand, İstanbul

ABSTRACT

This study aims to evaluate the criteria that chefs working in restaurants with Bib Gourmand status in the Michelin Guide consider important while preparing food and to examine their common values regarding service approaches. Within the scope of the research, in-depth semistructured interviews were conducted with four chefs working in Bib Gourmand restaurants in Istanbul, and the collected data were analyzed using descriptive analysis techniques. According to the findings of the study, six main themes that stand out in the chefs' food preparation processes and the services they provide have been identified: seasonality, innovative approach, use of local products, simplicity and balance of flavor, operational process management, and personalized experience. Based on the results obtained, recommendations have been presented for chefs working in the gastronomy sector, industry professionals, and for future academic research.

Keywords: Gastronomy, Michelin Guide, Bib Gourmand, İstanbul

GİRİŞ

Gastronomi, bir toplumun yemek kültürünü şekillendiren normlar, inançlar, değerler ve sosyal kuralları kapsayan dinamikleri incelemekte ve yiyecekleri multidisipliner bir yaklaşımla ele almaktadır (Uçuk, 2023). Rekabetçi mutfak kültürünün gelişimi ve restoran rehberlerinin yaygınlaşması, literatürde mutfak yaratım sürecine dair farkındalığın artmasına yol açmıştır (Öztürk, 2024). Menü planlaması, yiyeceklerin hazırlanması, pişirilmesi, servisi ve saklanması süreçlerinde verimliliği artırarak maksimum fayda sağlamaktadır (Rızaoğlu, 1991). Mutfak, hem problem çözmeye odaklanan bir çalışma alanı hem de

sürecin sonunda estetik, yenilikçi ve çeşitli ürünlerin sunulmasının beklendiği bir disiplindir (Bulut & Zencir Ciftci, 2024). Geleneksel tarifler, şeflere yenilikçi fırsatlar sunarak mevcut statüleri içinde yeni amaçlar ve işlevler keşfetmelerine olanak tanımaktadır. Yeni malzemeler, şeflerin geleneksel tarifleri yeniden düşünmelerine ve tasarımlarına olanak tanımakta; bu da yaratıcı sunumlara katkıda bulunmaktadır (Thi Kim Vu vd., 2024).

Dünya çapında etkili olan restoran derecelendirme sistemleri, işletmeler arasındaki prestij ve rekabeti etkilemektedir (Bertan & Alkaya, 2018). Avrupa'daki şeflerle yapılan bir çalışmada, yaratıcı süreçlerde açıklığın yenilikçilik ve işbirliği açısından olumlu etkiler sağladığı, ancak bunun bazen rekabetçilik ve bireysel yaratıcılığı tehdit edebileceği belirtilmiştir (Braun & Ihl, 2013). Bu sektördeki yenilikler, farklı disiplinlerin iş birliğini ve önceden planlı bir yaklaşımı gerektirmektedir. Ayrıca, bu kurumlar, yeniliklerin zamanla rekabet üstünlüğünü kaybettirmesi riskine karşı sürekli olarak süreçlerini geliştirmek zorundadır (Fernández-Pérez De La Lastra vd., 2020).

Ancak, değerlendirme süreci her zaman açık kriterlere dayanmadığından, yiyecek-içecek sektöründe kalitenin satın alma öncesinde tespit edilmesi zor bir süreçtir. Bu nedenle, değerlendirme sürecinin üçüncü taraf kuruluşlar tarafından daha geniş kapsamlı ele alınması gerekmektedir (Jost, 2023). Michelin Rehberi, tüketiciler için önemli bir kaynak olup, en güvenilir üçüncü taraf değerlendirme kuruluşlarından biri olarak kabul edilmektedir (İbiş vd., 2022). Bu araştırmanın amacı, Michelin Rehberi'nde yer alan Bib Gourmand derecesine sahip restoranlarda görev yapan şeflerin yemek hazırlama süreçlerinde önem verdikleri kriterleri ve hizmet yaklaşımlarındaki ortak değerleri incelemektir. Bu bağlamda, şeflerin mesleki yaklaşımlarının sektöre, restoran yönetimine ve tüketici algısına olan etkilerini anlamak önemlidir (Presenza & Messeni Petruzzelli, 2019).

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Michelin Rehberi, dünya çapında gastronomi alanında önemli bir referans kaynağıdır (Vinh Hoa & May, 2021). Michelin, 1891 yılında kurulan bir lastik üretim şirketi olarak, 1900 yılında tanıtılan Kırmızı Rehber ile zengin sınıfın şoförlerine lastiklerini pazarlamak amacıyla bir tanıtım aracı geliştirmiştir (Gehrels vd., 2006). Michelin Rehberi Fransa'nın ilk baskıları, şehirler arası seyahat, otel bulma ve araç sürücülerine araç yardımı sağlama konusunda rehberlik yapmıştır (Olson, 2010).

Michelin Rehberi, restoranları çeşitli ödüllerle değerlendirir; bu ödüller arasında 'Michelin Plate', 'Bib Gourmand' ve 'Michelin Yıldızları' bulunmaktadır. Uluslararası düzeyde en tanınmış ödül, 'Michelin Yıldızları'dır. Her yıldız, rehberin orijinal anlamını yansıtmakta; bir yıldız, restoranın ziyaret edilmeye değer olduğunu, iki yıldız dolambaçlı bir yolculuğun gerekliliğini, üç yıldız ise sunulan deneyimin yolculuğun tüm aşamalarını karşıladığını ifade etmektedir (Castillo-Manzano & Zarzo, 2023). Türkiye'de, 2023-2024 itibarıyla bir restoran iki Michelin Yıldızı, on bir restoran ise bir Michelin Yıldızı almıştır; ancak, henüz üç yıldızlı bir restoran bulunmamaktadır (Andaş & Yakut Ayman, 2024).

Gastronomik başarıların geniş kitlelere nasıl ulaştığı ve bu değişimin gastronomi dünyasında yarattığı etkiler incelendiğinde, gastronominin daha erişilebilir hale gelmesi ve restoranların değerlendirilmesinde daha çeşitli kriterlerin benimsenmesi dikkat çekmektedir (Barrère, Bonnard & Chossat, 2010). Michelin Rehberi'nin yıldızları, 1936 yılından bu yana değişmeyen belirli kriterlere göre verilmektedir; bu kriterler arasında kullanılan ürünlerin kalitesi, lezzet ve pişirme teknikleri, şefin yaratıcılığı, hizmetin ücretle orantısı ve hizmetin istikrarlı bir biçimde sunulması yer almaktadır (Bilge vd., 2021).

Michelin Rehberi'nde yer alan şeflerle yapılan görüşmeler, yeni menülerin geliştirilmesi ve ticarileştirilmesinin önemini vurgulamaktadır. Ayrıca, mutfak yenilikleri, restoranın genel başarısı için önemli bir belirleyici olarak öne çıkmaktadır. Ancak, Bib Gourmand derecesine sahip bir şef, yenilikleri "şubenin daha az önemli bir yönü" olarak nitelendirmiştir (Braun & Ihl, 2013). Rehberde yer alan restoranlarda servis edilen yemekler, kaliteli malzemeler ve uzun pişirme süreleri gerektiren ayrıntılı süreçler ile mutfak teknikleri kullanılarak hazırlanmaktadır (Moreno-Gené vd., 2023). Michelin Rehberi,

kaliteli restoranlar için en etkili lezzet ölçütü olarak görülmekte ve birçok ünlü şef tarafından bir otorite olarak kabul edilmektedir (Lane, 2013).

Rehber, bağımsız ve titiz değerlendirmeleri ile tanınmaktadır. Reklam almaması, güvenilirliğini artırmış ve rehbera saygın bir imaj kazandırmıştır (Marlin, 2010). Gwendal Poullennec, 2018 yılından bu yana Michelin Kırmızı Rehberi'nin uluslararası gelişim ve işbirliği direktörlüğünü yürütmekte olup, şirketin ilerlemesine önemli katkılarda bulunmuştur. Şef Paul Bocuse'un vefatının ardından, işletmesinin puanının üç yıldızdan iki yıldıza düşmesi üzerine Poullennec, *"Paul Bocuse kesinlikle bir simgedir; ancak Michelin yıldızları bir tavsiyedir ve amaçları alakalı, ilgili ve dürüst olmalıdır. Kuruluşlar eşit şartlarda değerlendirilmeli ve Michelin yıldızları miras alınmamalı, hak edilmelidir."* şeklinde bir açıklamada bulunmuştur (Romanchuk vd., 2022).

Birçok şefin hayali, Michelin Rehberi'nde yer almak olsa da, bu başarıya ulaşan restoranların ve şeflerin ortak noktaları tam olarak bilinmemektedir. İsimsiz müfettişler her yıl anonim değerlendirmeler gerçekleştirmektedir. Başarı kriterlerinin tanımlanması ve ölçülmesi, oldukça zorlu bir süreç olarak görülmektedir (Olaru, 2023). Müfettişler genellikle, catering sektöründe ve karşılaştırmalar yapmada geniş bir deneyime sahip bireylerdir. Eski şarap sorumlularının işe alınması tercih edilmektedir; zira bu kişiler, çok benzer görünen iki ürün arasındaki ince farkları tanımaya alışkındır. Bu müfettişler, kaliteyi tanımakla kalmayıp, yemek kombinasyonlarını değerlendirme becerisine de sahiptirler (Marlin, 2010). Michelin Yıldızlı restoranların şeflerinin büyük çoğunluğunun menü oluşturma sürecinde yöresellik, mevsimsellik ve sürdürülebilirlik ilkelerine bağlı kaldığı ve kalite ile yaratıcılığa önem verdiği gözlemlenmektedir (Çavuş & Nazik, 2022).

Bir araştırma, genel nüfusun nispeten küçük bir bölümünün Michelin yıldızlı restoranları deneyimleme ayrıcalığına sahip olmasına rağmen, Michelin Rehberi'nin etkisinin toplumun tüm katmanlarına yayıldığını ortaya koymuştur. Bu restoranlar genellikle lüks restoran segmentinde yer almaktadır (Kiatkawsin & Sutherland, 2020). Michelin Rehberi'nde yer alan restoranların rehbera dahil edildikten sonra ziyaretçi sayısında ciddi artışlar yaşadığını gözlemlemiştir; buna karşın orta düzeyde ilgi gören restoranların tamamen dolduğu gözlemlenmiştir (Chiang & Guo, 2021). Başka bir çalışmada, Michelin'in 2017 yılında Seul'un Kore baskısını yayımlamasının, kaliteli restoranlarda dışarıda yemek yiyenlerin sayısında bir artışa yol açtığı ortaya konulmuştur (Ryu, 2020).

Bib Gourmand kategorisi, 1950 yılında Rehber'e dahil edilerek uygun fiyatlarla kaliteli yemek sunan restoranları ifade etmek amacıyla kullanılmaya başlanmıştır (Bilge vd., 2021). Bib Gourmand ödülü, fiyat-performans dengesi yüksek restoranları ödüllendirmektedir (Bertan & Alkaya, 2018). Bu restoranlar için belirli bir standardizasyon mevcut değildir. Ancak, bu işletmelerin ortak özelliği, tüketiciler tarafından kolaylıkla tüketilebilen ve genellikle evde hazırlanabileceği düşünülen yemekler sunmasıdır. Michelin Yıldızlı restoranlara kıyasla daha uygun fiyatlarla hizmet veren bu işletmeler, müşterilerde memnuniyet duygusu uyandırmaktadır (İbiş vd., 2022). Bu kategori, makul fiyatlarla gastronomik kalite sunan restoranların artan popülaritesini yansıtarak gastronomi alanında kitlesel tüketimin gelişimini göstermektedir. Paris ve Londra'daki Michelin Rehberi'ne dahil restoranların 2009-2010 yıllarında bu kategoriye olan ilgisi, genel bir eğilimi işaret etmektedir.

Ayrıca, bu durum Michelin'in felsefesinde bir değişimi ifade etmekte ve bazı üst düzey şeflerin lüks segmentten ve orta konfor segmentinden ayrılarak daha "standart" yiyecekler sunma amacını güttüğünü göstermektedir (Leone, 2020). Restoranların Michelin derecelerinin yükselmesi veya düşmesi durumunda, bu değişimin fiyatlara da yansdığı bildirilmiştir. Ayrıca, restoranlar Michelin derecesi almadan iki yıl önce bile, diğer restoranlara göre fiyatlarını artırmaktadır (Bertan & Alkaya, 2018). Kore'de gerçekleştirilen bir çalışmada, Bib Gourmand derecesine sahip restoranlardaki yemek deneyiminde lezzetin önemli bir rol oynadığı vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, yemek memnuniyetinin hijyen ve temizlik, yemek kalitesi, sunum, hizmet profesyonelliği, menü çeşitliliği, fiyat, atmosfer, porsiyon miktarı ve personelin tutumu gibi çeşitli niteliklerle doğrudan ilişkili olduğu bulunmuştur (Do, 2020).

Çin'de Michelin ödüllü restoranların temsilcileriyle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler, bu restoranların tanıtım stratejilerini ortaya koymuştur. Bu stratejiler, yerel ürünler, tarifler ve pişirme tekniklerini kullanarak kültürel bilgi birikimini aktarmayı ve bölgesel mutfağı çeşitli tüketicilere tanıtmak amacıyla yerel ve küresel unsurları bir araya getirmeyi içermektedir (Huang vd., 2024). İspanya'da yapılan bir araştırma, daha az ayrıcalığa sahip restoranların (Bib Gourmand ve bir Michelin yıldızına sahip olanlar) operasyonel verimlilik konusunda en fazla endişe duyduğunu ortaya koymaktadır. Bu restoranların temel kaygısı, verimli bir şekilde varlıklarını sürdürebilmektir. Daha fazla ayrıcalığa sahip restoranlar ise müşteri memnuniyetine odaklanmakta ve verimliliği ikincil bir öncelik olarak görmektedir. Ancak, pazarda rekabet edebilmek için asgari düzeyde verimliliği koruma gerekliliği devam etmekte olup, bu restoranların maliyetleri azaltmaya yönelik stratejilerin yanı sıra gelir artırma stratejilerine de önem verdiği vurgulanmaktadır (Fernández-Pérez De La Lastra vd., 2020).

Büyük restoranların daha düşük yiyecek maliyeti oranı, tedarikçilerle sahip oldukları güçlü pazarlık gücü ile açıklanmaktadır. Personel maliyet oranındaki farklılıklar belirgin olmasa da, büyük restoranlar, işlerin daha iyi dağıtılması ve çalışanların boş saatlerini daha verimli kullanmaları sayesinde genel olarak daha yüksek bir verimlilik sergilemektedir (Moreno-Gené vd., 2023). Bangkok'ta Bib Gourmand ödülü alan restoranlar üzerine yapılan bir çalışmada, tüketicinin restoranla olan ilişkisini en az etkileyen faktörün fiyat olduğu; en fazla önem verdiği unsurun ise yemeğin tadı ve kalitesi olduğu bildirilmiştir. Ayrıca, hizmetin sunum şeklinin, hizmete gösterilen ilgi ve uygun personel sayısının da dikkate alınması gerektiği belirtilmiştir (Piansiripinyo, 2021).

YÖNTEM

Michelin Rehberi'nin 2022 yılında Türkiye'ye girmesiyle birlikte, bu alanda yapılan çalışmalar sınırlı kalmıştır. Bib Gourmand derecesiyle ödüllendirilen restoranlarla ilgili literatürde, yemek hazırlama süreçleri ve hizmet yaklaşımlarına yönelik ortak değerlerin ele alındığı bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bib Gourmand restoranlarının uygun fiyatlarla yüksek kaliteli hizmet sunması, bu mekanların tüketiciler için Michelin yıldızlı restoranlara kıyasla daha erişilebilir olmasını sağlamaktadır. Bu nedenle, bu restoranlarda sunulan hizmet yaklaşımlarının incelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir.

Bu doğrultuda, tanımlayıcı araştırma modeli ve durum çalışması deseniyle tasarlanan bu araştırmanın amacı, Michelin Rehberi'nde Bib Gourmand derecesi ile ödüllendirilen restoranlarda çalışan şeflerin yemek hazırlama, pişirme ve menü planlama süreçlerindeki deneyimlerini inceleyerek ortak yönlerini ortaya koymaktır. Araştırma sorusu, *"Michelin Rehberi'nde Bib Gourmand derecesine sahip restoranlarda çalışan şefler, yemek hazırlama süreçlerinde ve restoran hizmetlerinde hangi kriterlere önem vermektedir?"* şeklinde belirlenmiştir. İstanbul'un Michelin bölgesine dahil edilmesiyle birlikte, günümüzde 105 restoran rehberine girmiş ve bunlardan 12'si Michelin yıldızı almıştır.

Ayrıca, 24 restoran Bib Gourmand ödülüne sahipken, 69 restoran da seçili restoranlar arasında yer almaktadır (Michelin Guide, 2024). Araştırmanın örneklem çerçevesini, 2024 yılında Michelin Rehberi'nde Bib Gourmand derecesine sahip İstanbul'daki toplam 16 restoranın şefleri oluşturmaktadır. Görüşmelerde amaçlı örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Yürütülen çalışma kapsamında, Michelin Rehberi'nde Türkiye'nin en fazla restorana sahip şehri olan İstanbul'da, araştırmaya katılmayı kabul eden 4 restoranın şefleriyle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu yöntem, araştırmacının karmaşık konuları daha derinlemesine anlamasına ve yeni bilgi üretmesine olanak sağlayacak ek sorular sormasına imkân tanımaktadır.

Araştırma kapsamında yapılacak görüşme soruları, Çavuş ve arkadaşları (2022) ile Üner'in (2024) çalışmalarından esinlenerek hazırlanan bir form temel alınarak oluşturulmuştur. Görüşme formunun içerik geçerliliğini değerlendirmek amacıyla gastronomi alanında uzman akademisyenler ve şeflerle yapılan ön değerlendirme sonucunda, forma son şekli verilmiştir.

Görüşmeler, araştırmacılar tarafından 12 Eylül - 24 Eylül 2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin her biri, katılımcıların uygunluk durumlarına göre ortalama 20 ila 40 dakika arasında

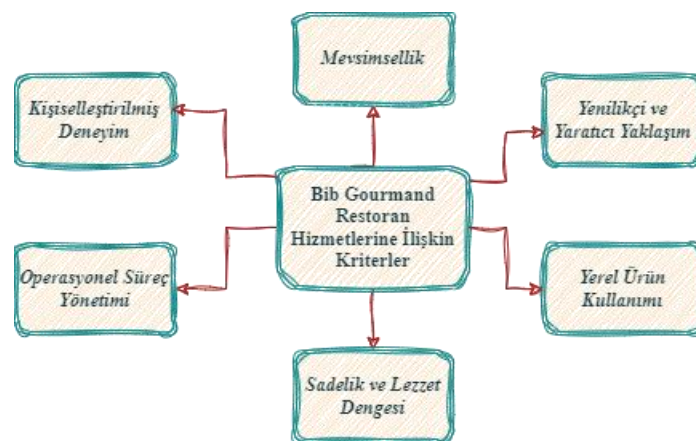
sürmüştür. Her bir şefle yapılan görüşmeler, önceden belirlenen görüşme soruları çerçevesinde gerçekleştirilmiş olup, katılımcıların deneyimlerine ve cevaplarına bağlı olarak ek sorularla derinleştirilmiştir. Tüm görüşmelerde katılımcılardan izin alınarak ses kaydı alınmış ve daha sonra veriler metin haline getirilmiştir. Görüşmelerden önce tüm katılımcılar araştırma hakkında bilgilendirilmiş, kimlik bilgileri gizli tutulmuş ve verilerin yalnızca bu araştırma kapsamında kullanılacağı taahhüt edilmiştir.

Toplamda dört restoran şefiyle yapılan görüşmeler sonucunda veri toplama süreci tamamlanmıştır. Görüşmelerin ardından, araştırmacılar tarafından veriler metne dökülmüş ve analiz için hazır hale getirilmiştir. Görüşmeler yoluyla elde edilen veriler betimsel analize tabi tutulmuştur. Bu analizde veriler yoluyla elde edilen bilgilerin düzenlenerek ve yorumlanarak okuyucuya sunulması amaçlanmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2013). Analizde öncelikle, görüşme metinleri birkaç kez okunmuş ve tekrar eden, anlamlı olduğu düşünülen anahtar ifadeler ve kavramlar kodlanmıştır. Kodlamalar sonrasında ise benzer özellikler taşıyan ifadelere yönelik kategoriler belirlenmiş ve bu kategoriler doğrultusunda ana temalar oluşturulmuştur (Gökçe, 2006; Dinçer & Özdemir, 2013). Araştırmanın güvenilirliği ve geçerliliği, görüşme sorularının etik kurul onayından geçirilmesi ve oluşturulan temalar için uzman görüşü alınmasıyla tamamlanmıştır.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Bib Gourmand derecesine sahip restoranlarda çalışan şeflerin deneyimlerine ilişkin yapılan derinlemesine görüşmelerin betimsel analizi sonucunda, şeflerin yemek hazırlama süreçlerinde öne çıkan altı ana tema belirlenmiştir. Bu temalar, şeflerin yemek pişirme, menü planlama ve hizmet sunma yaklaşımlarını yansıtarak, restoranların başarısını şekillendiren temel faktörleri ortaya koymaktadır. Belirlenen temalar şunlardır: **mevsimsellik**, şeflerin taze ve yerel ürünleri mevsimsel olarak kullanma konusundaki hassasiyetlerini; **yenilikçi ve yaratıcı yaklaşım**, geleneksel tarifleri modern yorumlarla birleştirerek özgün yemekler yaratma çabalarını; **yerel ürün kullanımı**, yerel üreticilerden temin edilen malzemelerle gastronomi deneyimini zenginleştirme stratejilerini; **sadelik ve lezzet dengesi**, yemeklerin sunumunda aşırıya kaçmadan lezzet dengesinin korunmasına verilen önemi; **operasyonel süreç yönetimi**, mutfak içindeki verimliliği ve organizasyonu sağlamak için uygulanan yöntemleri; ve **kişiselleştirilmiş deneyim**, misafirlere özgün ve özel bir deneyim sunma amacını taşımaktadır. Bu temalar üzerine oluşturulan model, Şekil 1’de gösterilmektedir.

Şekil 1: Bib Gourmand Restoran Hizmetlerine İlişkin Kriterler



Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Bib Gourmand restoran şefleriyle yapılan görüşmelerde, yemek hazırlama ve hizmet süreçlerinde en fazla öne çıkan konular arasında mevsimsel ve taze ürün kullanımı, sunulan yemeklerin pişirme, hazırlık ve sunum süreçlerinde yeniliklerin takip edilmesi ve yaratıcı bir yaklaşımla hareket edilmesi, ürünlerin yerel üreticilerden temin edilmesine özen gösterilmesi, organik ve doğal ürün kullanımına dikkat edilmesi, yemeklerde ve menünün hazırlanmasında az çeşit kullanarak sadelik ve lezzet dengesinin sağlanması,

operasyonel süreçlerin yönetiminde mutfak ve servis uyumunun sağlanması ile standart ürün sunumu ve misafirlerin kişisel beslenme tercihleri doğrultusunda kişiselleştirilmiş hizmet sunulması gibi unsurlar yer almaktadır.

Yapılan kodlamaların sadeleştirilmesi doğrultusunda, Şekil 1’de belirtilen ana temalar oluşturulmuştur. Aşağıdaki Tablo 1’de, şeflerin mevsimsellik, yenilikçi ve yaratıcı yaklaşım, yerel ürün kullanımı, sadelik ve lezzet dengesi, operasyonel süreç yönetimi ile kişiselleştirilmiş deneyim gibi belirlenen temalar hakkında görüş bildirdiği, yapılan kodlamalarla sistematik bir şekilde sunulmuştur.

Tablo 1: Bib Gourmand Restoran Şeflerinin Görüşlerine Yönelik Yapılan Kodlamalar

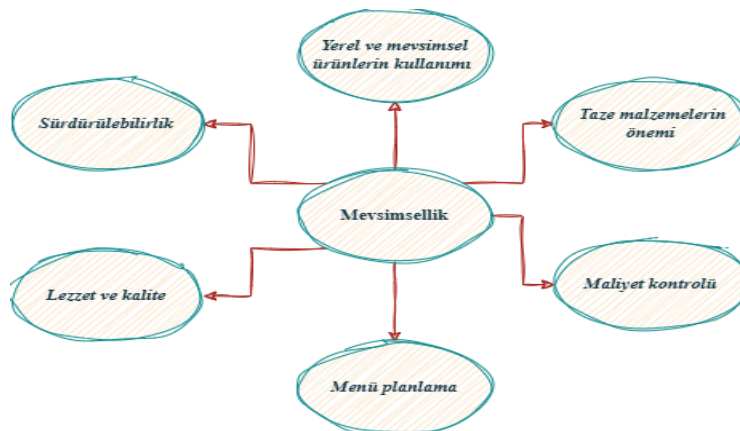
TEMALAR	KODLAMALAR
Mevsimsellik	K1, K2, K3, K4
Yenilikçi ve Yaratıcı Yaklaşım	K1, K2, K3, K4
Yerel Ürün Kullanımı	K1, K2, K3
Sadelik ve Lezzet Dengesi	K1, K2, K3
Operasyonel Süreç Yönetimi	K2, K3, K4
Kişiselleştirilmiş Deneyim	K2, K3, K4

Şeflerin yapılan görüşmeler doğrultusunda katkı sağladıkları temalar, Bib Gourmand restoranların mutfak süreçlerindeki yaklaşımlarının ve hizmet anlayışının anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Verilerin analizi sonucunda ortaya koyulan bilgiler, Bib Gourmand restoranlarının hizmetlerine yönelik ortak değerleri ve ayrıca şef görüşleri doğrultusunda bireysel farklılıkları da gösterebilmektedir. Böylelikle elde edilen bilgiler doğrultusunda restoranların başarı kriterlerine yönelik çıkarımlar yapılmıştır.

Mevsimsellik

Bib Gourmand derecesine sahip restoranlarda çalışan şeflerin görüşlerine göre, bu restoranlarda hazırlanan yemeklerde mevsiminde üretilen taze malzemelerin kullanımı büyük bir önem taşımaktadır. Tüm katılımcı şefler, menülerini mevsimsel ürünlere göre planlamakta ve mevsimi sona eren ürünleri menüden çıkararak yeniden düzenleme yapmaktadırlar. Bu doğrultuda, hem maliyetlerin kontrol altında tutulması hem de üretilen yiyeceklerin taze ve lezzetli olmasını sağlamak hedeflenmektedir. Restoranlarda sunulan ürünlerle, lezzet açısından en yüksek kaliteyi sağlamak ve hem çevresel hem de ekonomik sürdürülebilirliğe katkıda bulunmak amaçlanmaktadır. Şekil 2’de, "Mevsimsellik" ana teması ve bu temaya bağlı alt temalar yer almaktadır.

Şekil 2: Mevsimsellik İle İlgili Alt Temalar



“Mevsimsellik” temasına yönelik şef görüşmelerinden yapılan üç örnek alıntı aşağıda yer almaktadır:

“Tariflerde mevsimsel faktörleri göz önünde bulunduruyoruz. Çünkü mevsimsel olmayan ürünü kullandığınız zaman tabağa da çok yansıyor. Lezzeti değişiyor, tadı değişiyor. Kalite ürünün kalitesi düştüğü

için hizmet ettiği yani tabağa koyduğunda hizmet ettiği şeyi karşılamıyor. O yüzden mevsimsellik bizim için önemli.” K2

“Menümüzde mevsiminde olmayan bir ürün kullanmıyoruz. Çiftlik haricinde organik pazara gidiyoruz. Ürünleri kendimiz seçerek alıyoruz. Balık için uzun süredir çalıştığımız yer var ve bize taze balık buluyor. Gelen üründen bu anlaşılıyor. Kötü ürün göndermemesinin sebebi başta bahsettiğim güven ilişkisinin olması.” K3

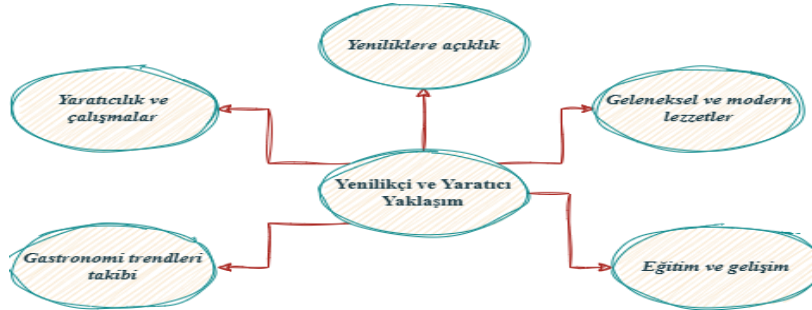
“Bizim aslında menü değişimimizin en büyük sebebi o şeyin mevsiminin bitmesi. Biz mevsimsel ürünler kullandığımız için bir mevsim bittiğinde bizim elimizden de çıkmak zorunda kalıyor. Karides mesela. Örneklemek de isterim. Karides sezonu doğru düzgün karides bulamadığımız için karidesli risotto çıkarttık menüde. Onun yerine patlıcanlı domatesli risotto koyduk gibi bir şey yani. Tabii ki tamamen dediğim gibi mevsimsel ürünlerin çeşitliliğinin azlığı ve çokluğu ile alakalı bir şey.” K4

Yenilikçi ve Yaratıcı Yaklaşım

Bib Gourmand derecesine sahip restoranlarda çalışan şeflerin görüşlerine göre, bu restoranlarda hazırlanan yemeklerde mevsiminde üretilen taze malzemelerin kullanımı büyük bir önem taşımaktadır. Tüm katılımcı şefler, menülerini mevsimsel ürünlere göre planlamakta ve mevsimi sona eren ürünleri menüden çıkararak yeniden düzenleme yapmaktadırlar.

Bu doğrultuda, hem maliyetlerin kontrol altında tutulması hem de üretilen yiyeceklerin taze ve lezzetli olmasını sağlamak hedeflenmektedir. Restoranlarda sunulan ürünlerle, lezzet açısından en yüksek kaliteyi sağlamak ve hem çevresel hem de ekonomik sürdürülebilirliğe katkıda bulunmak amaçlanmaktadır. Şekil 3'te, “Yenilikçi ve yaratıcı yaklaşım” ana teması ve bu temaya bağlı alt temalar yer almaktadır.

Şekil 3: Yenilikçi ve Yaratıcı Yaklaşım İle İlgili Alt Temalar



“Yenilikçi ve yaratıcı yaklaşım” temasına yönelik şef görüşlerinden yapılan üç örnek alıntı aşağıda yer almaktadır:

“Yemek hazırlama sürecinin yeni teknikler ve bunları uygulama konusunda çok istikrarlıyız, çünkü belli başlı şeylere, yani pişirme tekniklerine, üretim tekniklerine bağlı kalmadan sürekli yeni bir şeyler deneyip, yeni teknikler deneyip menüyü o şekilde uyguluyoruz. Bunun için de olabildiğince araştırıyoruz. Çünkü her gün mutfakta, yani gastronomik açıdan her gün yeni bir teknik yürütülüyor, yeni bir şey yapılıyor.” K2

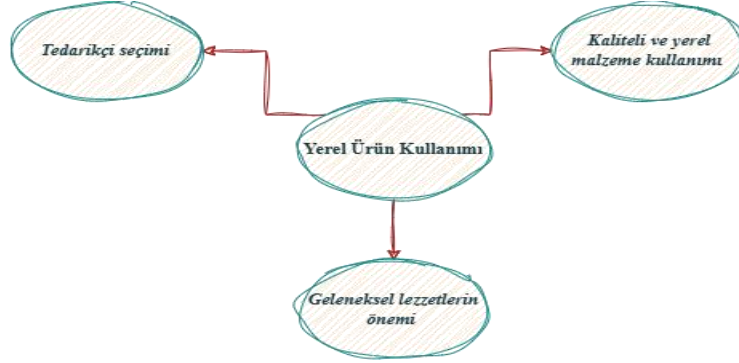
“Çok genç ve yeniliklere açık bir ekibimiz var. Karides deyince aklımıza tereyağlı bir karides gelir, biz karides tartar yapıyoruz ve hiç ısıtma işlem uygulamadan asitte pişiriyoruz. Türk mutfağının modernleşmesi gerektiğine inanıyorum. Çok zengin bir mutfagımız var. Özünden kopmadan bunu gerçekleştirebiliriz. Bu anlamda cesur bir mutfagız.” K3

“Çok okuyoruz, çok video seyrediyoruz. Bir video grubumuz var. Herkes kendi gördüğü, kendinin beğendiği ilginç şeyleri yapıyoruz. Ve biz şöyle açık bir mutfagız. Yeri geldiğinde birisi ben bunu denemek isterim dediğinde o maliyeti göze alıp onu mutlaka ona denetiyoruz. Çünkü hangi tariften ne çıkacağını bilmiyoruz. Çok güzel bir şey de çıkıyor olabilir. Dolayısıyla ona açığız.” K4

Yerel Ürün Kullanımı

Bib Gourmand derecesine sahip restoranlarda çalışan şeflerin görüşlerine göre, restoranların menülerinde sunulan yemeklerin mutfak kültürünü yansıtan geleneksel lezzetlere yer verilmesine özen gösterilmektedir. Hangi mutfak kültürüne yönelik hizmet veriliyorsa, o mutfakların özgün değerinin korunması amacıyla malzemelerin kaliteli ve yerel olması tercih edilmekte, böylelikle sürdürülebilirliğe katkı sağlanması hedeflenmektedir. Bu doğrultuda, görüşmelere katılan şeflerin çoğu, tedarikçi seçerken coğrafi işaretli ürünleri veya orijinal organik ürünleri bulabilecekleri yerel tedarikçilerle çalıştıklarını belirtmektedir. Şekil 4'te, “Yerel ürün kullanımı” teması ve bu temayla ilişkili alt temalar yer almaktadır:

Şekil 4: Yerel Ürün Kullanımı İle İlgili Alt Temalar



Aşağıda, şeflerin temayla ilgili olarak dile getirdiği bazı görüşlere dair alıntılar yer almaktadır:

“Alışverişimin çoğunu kendim ve yerel üreticilerden ve coğrafi bölgelerinden almaya özen gösteriyorum. Zamanındaki her şeyi sunmaya çalışıyorum. Orjinaline sadık kalarak pişirme yapıyorum. Girit mutfağı da bildiğiniz gibi dünya beslenme piramidinin en üstünde yer alıyor. Giritli ailenin bir ferdi olarak mutfağımı da bu reçetelere göre oluşturdum.” K1

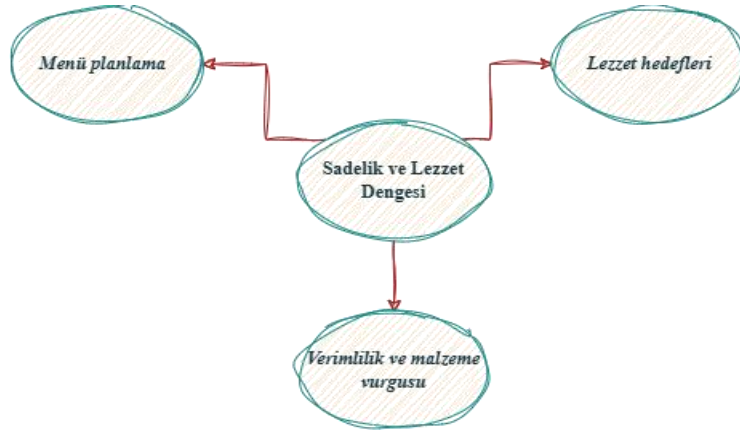
“Burada kullandığımız ürünlerin bir kısmı İtalya'dan yerel ürünler. Tedarik zinciri ile geldikleri için çoğu ürün oranın kendi şartlarına uygun olarak ve zamanında üretilmiş ve sezon dışı da olsa aslında mükemmel kalitede olan ürünler. Menü değişimlerinde zaten aşağı yukarı menünün sezonun dışında kalan şeyleri çıkarıp yerine o sezonda olan şeyleri kullanıyoruz.” K2

“Ürünlerimizi iyi yerlerden almaya özen gösteriyoruz. Örnek verecek olursam, baharatlarımızı Mardin'den getiriyoruz. Çünkü Mardin'in baharatları çok iyi. Toz kimyon almıyoruz onun yerine kimyon tohumu alıp kendimiz çekiyoruz. Daha güvenilir ve lezzet olarak çok daha iyi. Hatay'dan tuzlu yoğurt getiriyoruz, en iyisi orada çünkü. Denizli'den yanık yoğurt getiriyoruz. Denizli'ye özgü bir ürün ve menüde coğrafi işaretli ürünleri kullanmayı seviyoruz. Bunun gibi birçok örnek var. Tedarikçiler konusuna gelecek olursam en dikkat ettiğimiz konu güvenilirlik.” K3

Sadelik ve Lezzet Dengesi

Michelin rehberinde yer alan Bib Gourmand restoranlarındaki şefler, menülerin genellikle sade bir şekilde planlandığını ve yemeklerin çoğunlukla az sayıda malzemeden oluştuğunu belirtmektedirler. Bu restoranlarda çalışan şeflerin çoğu, restoranlarında lezzet açısından yoğun, sade, rafine ve tatmin edici ürünler hazırlamayı amaçlamaktadır. Katılımcı şefler, bu yaklaşım ile mutfakta hem verimliliğin artmasını sağladıklarını hem de temelde kullanılan malzemenin lezzetini ön plana çıkarabildiklerini ifade etmektedirler. Şekil 5'te, “Sadelik ve lezzet dengesi” teması ile ilişkili belirlenen alt temalar yer almaktadır:

Şekil 5: Sadelik ve Lezzet Dengesi İle İlgili Alt Temalar



Belirlenen temaya ilişkin şef görüşlerinden yapılan üç örnek alıntı aşağıda sunulmuştur:

“Benim mutfağımda ve soframda ağır soslu sunumlar yok. Menüümü zaten oldukça sakın ve sade ve orjinal tatları sunmak üzere tasarladım. Gereksiz detaylara yer vermeden sadece kaliteli malzemenin öne çıktığı bir deneyim sunmak istedim. Her tabakta doğal lezzetlerin hissedilmesine özen gösteriyorum.” K1

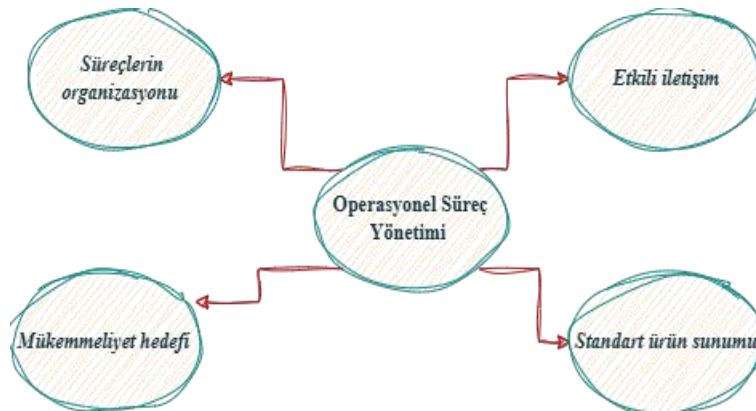
“Bizim menümüz mümkün olduğunca sade, düz ve rafine bir menü. Basitlik en mükemmeldir felsefesine dayanarak sunum tabaklamayı ona göre yapıyoruz. Basitleştirmeye çalıştıkça o aslında komplike olmaya başlar.” K2

“Şu an menümüzün en sade halindeyiz. Benimde en sevmediğim şey çok çeşitli olan menülerdir. Küçük bir mutfağımız var ve emin olmadığımız hiçbir yemeği menüye dahil etmiyoruz.” K3

Operasyonel Süreç Yönetimi

Bib Gourmand derecesine sahip restoranlarda çalışan şefler, operasyonel sürecin doğru yönetilmesinin, çalışanlar arasındaki verimli etkileşimin ve standart ürün sunumunun önemine değinmiştir. Bib Gourmand restoranlarında mutfak ve serviste; malzemelerin temin edilmesi, yemeklerin hazırlanması, servis ve atık yönetimine kadar gerçekleşen tüm süreçler uyumlu ve planlı bir şekilde organize edilmektedir. Restoranlarda etkili iletişim ile tüm çalışanların sorumluluklarını en iyi şekilde yerine getirmesi için çalışılmakta ve hem lezzet hem de operasyonel açıdan mükemmelliğe odaklanılmaktadır. Bu doğrultuda, standart ürün sunumuna verilen önem ile müşterilere tutarlı bir deneyim yaşatılması, memnuniyetlerinin artırılması ve restoranın genel kalitesinin yükseltilmesi hedeflenmektedir. Şekil 6’da, “Operasyonel süreç yönetimi” teması ile ilişkili belirlenen alt temalar yer almaktadır:

Şekil 6: Operasyonel Süreç Yönetimi İle İlgili Alt Temalar



Tema hakkında şeflerin ifadelerinden yapılan alıntılar aşağıda yer almaktadır:

“Operasyonel Aşamada mutfağın genelinin içine dahil olduğu bir süreç başlıyor. Üretimini yapıp, tadımı yapıp, deneyip, ondan sonra da bunu nasıl sunabileceğimizi düşündüğümüz bir sürece dönüyor. Orada da işte tabaklamadan sunumuna, işte ürün tedarikinden üretim sürecine kadar bütün her şeyi menüyü planlarken “Nasıl kolaylaştırabiliriz? Nasıl basitleştirebiliriz ve bunu basitleştirirken ne kadar mükemmel şekilde sunabiliriz?” şeklinde ilerliyor süreç.” K2

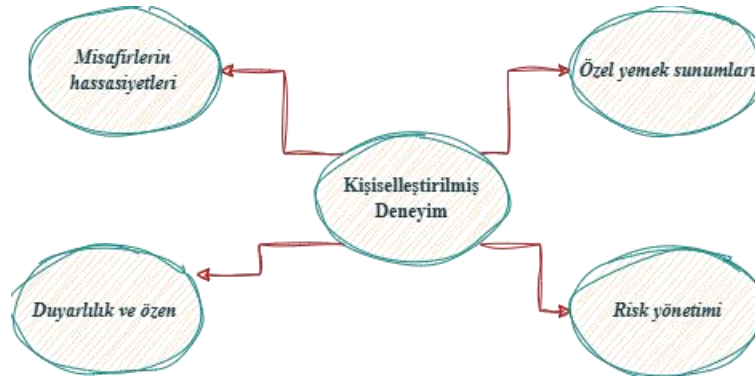
“Masaya sunan garsonun tabağı çok iyi anlatması gerek. Misafirin sorduğu her soruya yanıt verebilmeli. Biz bu yüzden yeni menüye geçerken garsonlara yaptığımız demo haricinde de onları sıra sıra mutfağa alıp yapım aşamalarını da gösteriyoruz. Hangi ürünün nereden geldiğini, nasıl pişirdiğimizi biliyorlar, bu süreçte hakimler.” K3

“Yemeklerimizi sunarken öncelikle bütün tabakların aynı kalitede çıkmasına önem veriyoruz. Biz de kalite standardımızı yüksek tutmaya çalışıyoruz. Yani iki tane tabağı yan yana koyduğumuzda aynı tabak copy paste yapmış kadar birazcık hastalıklı bir tabak yapımız var. Öncelikle tabağın temizliğine, sıcak olmasına, en başlangıçtan söyleyeyim soslarımızın taze olmasına bunlara dikkat ediyoruz.” K4

Kişiselleştirilmiş Deneyim

Bib Gourmand restoranların şefleri ile yapılan görüşmelerde, misafirlerin beslenmeye yönelik hassasiyetlerine önem verildiği ve bu doğrultuda özel yemek sunumlarının hazırlandığı ifade edilmiştir. Bu bağlamda, belirli gıdalara alerjisi olan veya çölyak gibi özel durumları bulunan misafirlerin gereksinimlerine duyarlı davranıldığı belirtilmektedir. Ayrıca, eğer bir müşteri özel bir istekte bulunuyorsa, onun talebine uygun tabak hazırlandığına yönelik görüş bildirilmiştir. Bu yaklaşım sayesinde hem risk almaktan kaçınılmakta hem de misafir memnuniyeti ve sağlığı ön planda tutulmaktadır. Şekil 7’de, “Kişiselleştirilmiş deneyim” teması ve bu temayla ilişkili alt temalar yer almaktadır:

Şekil 7: Kişiselleştirilmiş Deneyim ile İlgili Alt Temalar



Temayla ilgili olarak şeflerin görüşlerine dair alıntılar aşağıda yer almaktadır:

“Buraya gelen her misafirin; yemesinden, oturmasından kalkana kadar olan süreçte mükemmel olarak ayrılmasını istediğimiz için, özellikle yemek deneyimi yaşamak isteyenlere, eğer varsa bir problemi, işte alerji, gluten intoleransı ya da bir diyeti. Bunu masaya oturdukları anda ilk başta sorarak bunları öğrenip menü üzerinden onlara yardımcı olmaya çalışıyoruz.” K2

“Gluten hassasiyeti olan bir misafir geldiği zaman ona yönelik yemekler yapıyoruz. Bunun da dereceleri var. Çölyak hastası olabilir veya gluten intoleransı olabilir. Bazı çölyak hastaları çapraz bulaşmayla dahi bazı reaksiyonlar gösterebilir.

Dikkat gerektiren bir konu. Çölyak hastası bir misafirimiz geldiği zaman, onlara özel yaptığımız tereyağı ve hiçbir çapraz bulaşma olmayacak şekilde kızarttığımız glutensiz ekmekleri gönderiyoruz. Laktoz intoleransı olan bir misafirimize bitkisel süttten yaptığımız tatlımız var ve menümüzdeki her ürünü bu hassasiyetine göre yorumlayabiliyoruz. Bu gibi durumlarla çok fazla karşılaştığımız için menü planlarken bunları da göz önünde bulunduruyoruz.” K3

“Özellikle alerjen listesine çok dikkat ediyoruz. Bizim mutlaka her menü değişiminde alerjen listesi de yenilenir. Çünkü buna çok önem veriyoruz. Bir misafirin buradan asla bir ambulansla çıkmasını tercih etmediğimiz için özellikle çölyak hastalarını kabul etmiyoruz. Restoranımıza kendi onay vermediği sürece. Çünkü çok büyük bir risk.”K4

SONUÇ ve ÖNERİLER:

Michelin Rehberi'nin ülkemize gelişiyle birlikte, mutfak sektörüne ve şeflere olan ilgi artmış ve akademik araştırmalar bu alanda hız kazanmıştır. Ancak, Michelin Rehberi'ne dair yapılan çalışmaların hala sınırlı sayıda olduğu gözlemlenmektedir. Michelin Rehberi'nde yer alan Bib Gourmand derecesi, müfettişler tarafından uygun fiyatlı ve kaliteli yemekler sunan restoranlara verilen bir ödüdür. Bu restoranlar, hem maliyet açısından daha erişilebilir olmayı hem de Michelin Rehberi'nin kalite standartlarına uygun hizmet sunmayı başarmaktadır (İbiş vd., 2022; Bilge vd., 2021; Bertan & Alkaya, 2018). Bu kategorideki restoranların başarısını incelemek, diğer restoranlara fiyat-kalite dengesini sağlama noktasında örnek teşkil edebilmektedir. Bu bağlamda, Michelin Rehberi'nde Bib Gourmand derecesine sahip restoranlarda çalışan şeflerin yemek pişirme, hazırlama ve menü planlama süreçlerindeki deneyimlerini anlamak amacıyla nitel bir araştırma yapılmış ve 4 şef ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Çalışmadan elde edilen verilerin analizi sonucunda, Bib Gourmand derecesine sahip restoranlarda çalışan şeflerin sundukları hizmetlere ilişkin öne çıkan 6 ana tema “mevsimsellik, yenilikçi ve yaratıcı yaklaşım, yerel ürün kullanımı, sadelik ve lezzet dengesi, operasyonel süreç yönetimi ve kişiselleştirilmiş deneyim” olarak belirlenmiştir. Çalışmanın bulguları, Michelin Rehberi'nde yer alan Bib Gourmand restoranlarında çalışan şeflerin yemek hazırlama, pişirme ve menü planlama süreçlerinde benimsedikleri ortak yaklaşımları ortaya koymaktadır. Bib Gourmand restoranlarında, yüksek kaliteli ürünler uygun fiyatlarla sunulmakta ve hizmet kalitesi ile personel arasındaki etkili iletişim büyük önem taşımaktadır. Bu restoranlarda, lezzet ve hijyen gibi unsurların seçimlerde etkili olduğu (Do, 2020) ve restoranlar tanımlanırken kaliteli hizmet ile fiyat dengesinin öne çıktığı önceki çalışmalarla benzer şekilde vurgulanmaktadır (Piansiripinyo, 2021). Bib Gourmand restoranlarının yemek pişirme ve hazırlama süreçlerinde uyguladıkları yöntemler, diğer restoranlar için ekonomik ve kalite dengesi açısından değerli bir örnek teşkil etmektedir. Bu yaklaşımlar, sürdürülebilir bir başarı ve müşterilere unutulmaz bir yemek deneyimi sunulması hedefini gütmektedir.

Araştırmanın bulguları, Bib Gourmand restoranlarındaki şeflerin yemek hazırlama ve hizmet süreçlerinde mevsimsel ürün kullanımı, yenilikçi yaklaşım ve yaratıcılığa büyük önem verdiklerini ortaya koymuştur. Bunun yanı sıra, önceki çalışmalarda da örtüşen bir şekilde yemeklerde kullanılan malzemelerin yerel üreticilerden temin edilmesi (Huang vd., 2024), organik ve doğal ürünlerin tercih edilmesi ile sürdürülebilirliğe katkı sağlanması (Do, 2020), ve menüdeki sadelik ve lezzet dengesinin sağlanmasına dikkat edilmesi gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca, operasyonel süreçlerin yönetiminde mutfak ile servis arasındaki uyum ve standart ürün sunumunun önemi vurgulanmaktadır. Bib Gourmand restoranlarında, misafirlerin bireysel ihtiyaçlarına göre hizmet sunulması ve özel durumlara, özellikle beslenme alerjilerine karşı hassasiyet gösterilmesi de önemli bir faktördür (Parks, 2019).

Bib Gourmand restoranlarının şefleri, kültürel değerler, çevresel sorumluluk ve müşteri memnuniyetini gözeterek bütünsel bir hizmet yaklaşımı benimsemektedir. Bu sayede, Bib Gourmand restoranlarına gelen müşteriler, diğer Michelin restoranlarının çoğunda olduğu gibi yüksek fiyatlar ödemeksizin kaliteli yemekler ve hizmet alabilmektedir.

Araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Bu çalışmada sadece 4 restoran şefi ile yapılan derinlemesine görüşmeler ile şeflerin kişisel deneyimlerine dayalı veriler sunulmaktadır. Küçük örneklem büyüklüğü, nitel araştırma yöntemlerinin doğası gereği daha derinlemesine bilgi elde etmek amacıyla seçilmiştir. Yarı yapılandırılmış soru formu ve açık uçlu sorular, şeflerin deneyimlerini kapsamlı bir şekilde anlatmalarını sağlamıştır. Ancak, nitel araştırmaların genelleme yapma kapasitesi sınırlıdır. Elde edilen bulgular, daha geniş örneklemle yapılan farklı araştırmalarla desteklenerek daha genel sonuçlara ulaşılabilceği düşünülmektedir. (Creswell, 2021).

Bu bağlamda, sektöre ve gelecekteki akademik araştırmalara yönelik öneriler şu şekilde sıralanabilir:

Uygulamaya Yönelik Çıkarımlar

Restoranlar, Bib Gourmand restoranların hizmet süreçlerini örnek alarak, hizmet verdikleri mutfak kültürüne dair mevsimsel ürünlere göre menülerini düzenleyebilir ve tazelik ile kaliteyi ön plana çıkarabilir. Bu yaklaşım, müşteri memnuniyetini sağlamakla birlikte, yerel üreticilerle iş birliğini artırabilir ve maliyet etkinliği sağlayarak sürdürülebilir mutfak uygulamalarını destekleyebilir. Bib Gourmand restoranlarının çoğunda olduğu gibi, gereksiz süslemelerin yapıldığı tabaklardan ve karmaşık tariflerden kaçınılması; hem malzemelerin lezzetini ön plana çıkartabilir hem de harcamaları azaltarak maliyetlerin düşürülmesini sağlayabilir. Bib Gourmand restoranlarda önem verilen mutfak ve servis çalışanları arasındaki uyum konusunda personeli güçlendirmek için eğitimler verilebilir. Bu eğitimler, operasyonel süreçlerin doğru yönetilmesini ve hizmet kalitesini etkileyerek müşteri deneyiminin olumlu yönde gelişmesine katkı sağlayabilir. Restoranların, müşterilere kaliteli ve lezzetli yemekler sunarken ulaşılabilir fiyat politikaları izleyerek fiyat-kalite dengesi oluşturması, Bib Gourmand restoran kriterlerinin sağlanması açısından önerilebilir.

Akademik Araştırmalar İçin Öneriler

Bib Gourmand restoranlarını deneyimleyen tüketiciler örneklem alınarak, nicel araştırma kapsamında tasarlanan bir anket çalışması ile deneyime yönelik algıların incelendiği bir araştırma yapılabilir. Bu çalışmadan elde edilecek sonuçlar, literatürdeki eksikliği doldurmasına katkı sağlayarak genellenebilir sonuçlar ortaya koyabilir. Ayrıca, Bib Gourmand restoranları örnek alınarak, mevsimsel ve yerel ürün kullanımının ekonomik ve sosyal etkilerini inceleyen bir araştırma yapılabilir. Bu araştırmadan elde edilecek sonuçlar, yerel üreticilerle işbirliğinin nasıl geliştirilebileceği ve bunun bölgesel ekonomilere nasıl katkı sağladığına dair önemli bir katkı sunabilir. Mutfak ve servis ekipleri arasındaki uyumun restoranın hizmet kalitesi ve performansı üzerindeki etkilerini inceleyen bir çalışma yapılması, eğitim ve gelişim programlarının daha verimli ve etkili hale getirilebileceği konusunda fikir sunabilir. Ayrıca, bu bağımsız değişkenin müşteri memnuniyeti üzerindeki ilişkisi de araştırılabilir. Bib Gourmand derecesi ile ödüllendirilmiş restoranlar ile Michelin yıldızı almış restoranların karşılaştırıldığı çalışmalar da yapılabilir.

Bu çalışmalarda, restoranların hizmet kriterleri karşılaştırılabilir ya da restoranları deneyimlemiş misafirlerin görüşleri incelenebilir. Gelecek araştırmalarda, Bib Gourmand restoranlarının fiyatlandırma stratejilerinin diğer Michelin yıldızlı restoranların fiyatlandırma stratejileri ile karşılaştırıldığı bir çalışma yapılabilir. Bunun yanı sıra, fiyat-performans dengesinin müşteri algıları üzerindeki rolü üzerine de çalışmalar yapılması, memnuniyetle ilgili önemli çıkarımlar sağlayabilir.

Yazar Notu: Bu çalışma, 8. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi (UGTAK 2024)'de sözel bildiri olarak sunulmuştur.

KAYNAKÇA

- Akoğlu, A., & Öztürk, E. (2018). Türkiye de Fine Dining Restoranlara Bakış: Mutfak Yöneticileri Ü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 430-443. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.196>
- Andaş, Ş., & Yakut Aymanıuy, Ş. (2024). Türkiye’de michelin rehberine giren uzak doğu restoranlarında semiyotik bir analiz. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 7(1), 164-175. <https://doi.org/10.33083/joghat.2024.393>
- Barrère, C., Bonnard, Q., & Chossat, V. (2010). Democratization in the gastronomic market: From Michelin stars to Michelin ‘Bibs’. *16th ACEI Conference, Denmark*.
- Bertan, S., & Alkaya, S. (2018). Ülkelere göre michelin yıldızlı restoranların algılanması. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri*, 10(2), 105-112.
- Braun, A., & Ihl, C. (2013). The mixed blessings of openness in creative industries? The case of European chefs de cuisine. *Academy of Management Proceedings*, 2013, 1-26. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2013.16637abstract>

- Bulut, S. H., & Zencir Ciftci, E. (2024). Effect of cultural capital on creative culinary process: Mediating role of critical thinking disposition. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 35, 100738. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100874>
- Chiang, C.-F., & Guo, H.-W. (2021). Consumer perceptions of the Michelin Guide and attitudes toward Michelin-starred restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102793. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102793>
- Çavuş, O., & Nazik, M. H. (2022). Michelin yıldızlı restoranlarda başarı faktörleri ve standartların tespit edilmesi: İspanya San Sebastian örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 137-161. <https://doi.org/10.32572/guntad.993924>
- Creswell, J. W. (2021). *Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni*. Siyasal Kitabevi.
- Do, H. (2020). A study on importance and satisfaction of Michelin restaurant selection attributes- Starred restaurants and Bib Gourmand restaurants. *Journal of the Korean Society of Food Culture*, 35(1), 55-64. <https://doi.org/10.7318/KJFC/2020.35.1.55>
- Fernández-Pérez De La Lastra, S., Martín-Alcázar, F., & Sánchez-Gardey, G. (2020). Ambidextrous intellectual capital in the haute cuisine sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(1), 173-192. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2018-1007>
- Gehrels, S. A., Kristanto, S., & Eringa, K. (2006). Managing word-of-mouth communication in Michelin starred restaurants in the Netherlands. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 2(2), 47-56.
- Gökçe, O. (2006). *İçerik analizi: Kuramsal ve pratik bilgiler*. Siyasal Kitabevi.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayınları.
- Huang, Y., Hall, C. M., & Chen, N. (Chris). (2024). Destination restaurants' practices and the production of locality: The case of Michelin restaurants in China. *Foods*, 13, 1838. <https://doi.org/10.3390/foods13121838>
- İbiş, S., Çakmak, M., & Çoşan, D. (2022). Michelin Rehberi'nin İstanbul ve İstanbul'daki restoran işletmelerine olası etkileri üzerine bir değerlendirme. *6th International Gastronomy Tourism Studies Congress*, Türkiye, 323-337.
- Jost, M. (2023). "A show of good taste" – How creative individuals can employ signal observability strategies to influence their reputation among experts: Evidence from French gastronomy. *European Management Journal*. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2023.05.006>
- Lane, C. (2011). Culinary culture and globalization. An analysis of British and German Michelin-starred restaurants. *The British Journal of Sociology*, 62(4), 696-717. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2011.01387.x>
- Leone, L. (2020). The Ratatouille paradox: An inductive study of creativity in haute cuisine. *Technovation*, 92-93, 102060. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.11.003>
- Marlin, R. (2010, 1 December). The Michelin Guide: A global reference for local gastronomy. *L'École de Paris du management*. <https://ecole.org/fr/download-seance-cr/1000>
- Michelin Guide. (2024, 29 Eylül). Türkiye Michelin restoranları. *Michelin Guide*. <https://guide.michelin.com/tr/tr/selection/turkey/restaurants>
- Moreno-Gené, J., Daries, N., & Cristobal-Fransi, E. (2023). Effects of restaurant expenses on enhanced profitability: Do Michelin-starred restaurants perform differently? *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 34, 100811. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100811>
- Olaru, G. O. (2023). Michelin yıldızının gastronomi turizmne etkisi: Sosyal medyada tüketici yorumlarına dair bir araştırma. *İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 422-442. <https://doi.org/10.52122/nisantasisbd.1348453>
- Öztürk, B. (2024). Art of food: Systematic literature review of culinary creativity. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 36, 100940. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100940>
- Park, S. (2019). *Chicago food crawls: Touring the neighborhoods one bite & libation at a time*. Rowman & Littlefield.
- Piansiripinyo, J. (2021). *Factors affecting the selection of restaurants in Bangkok received the Bib Gourmand by Michelin award* [Unpublished undergraduate thesis]. Rajamangala University of Technology Phra Nakhon.

- Presenza, A., & Messeni Petruzzelli, A. (2019). Investigating business model innovation in Haute Cuisine. Role and behavior of chef-entrepreneurs. *International Journal of Hospitality Management*, 82, 101-111. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.027>
- Romanchuk, O., Koval, R., Paska, M., Holod, A., & Nykyha, O. (2022). The history of the Michelin Red Guide. *Journal of Economics and International Relations*, 16, 75-86. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2022-16-08>
- Ryu, M. (2020). A study on modern Korean menu food styling through web image analysis—Focusing on the Michelin Guide Seoul 2020 star restaurant. *Journal of the Korean Society of Food Culture*, 35(6), 538-552. <https://doi.org/10.7318/KJFC/2020.35.6.538>
- Thi Kim Vu, O., Duarte Alonso, A., Bressan, A., Tran, L. N., & Nguyen, T. T. (2024). The development of “chefs’ innovative cooktop”: A creative self-efficacy and open innovation perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 118, 103664. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103664>
- Uçuk, C. (2023). Gastronominin sanat dalları ile ilişkisi: Resim ve müzik ile ilişkisi üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Idart Uluslararası Tasarım ve Sanat Dergisi*, 1(1), 51–61.
- Vinh Hoa, N., & May, I. (2021). A reflection on the story, current positioning, offerings and the darker side of the luxury gastronomy book, the Michelin Guide. *Research in Hospitality Management*, 11(1), 59-65. <https://doi.org/10.1080/22243534.2020.1867386>

COĞRAFI İŞARET TESCİLLİ KEŞKEĞİN TÜRKİYE’DEKİ YEMEK RİTÜELLERİNDEKİ VE YÖRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİKTEKİ ÖNEMİ

Uğur LOKMAN

Öğr. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm Fakültesi
ugur.lokman@deu.edu.tr Orcid Numarası: 0000-0002-3004-2303

Nevres SEZEN

Öğr. Gör., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Kadirli Meslek Yüksekokulu
nevressezen@osmaniye.edu.tr Orcid Numarası: 0000-0002-0198-5441

Lütfi BUYRUK

Prof. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi
buyruk@nevsehir.edu.tr Orcid Numarası: 0000-0002-1921-7782

GİRİŞ

Yiyecek tüketmek, insan hayatının en temel hayatta kalma aktivitesidir. Yemekler insanların kültürel özelliklerini oluşturan unsurlardan biri olarak, toplumların kültürel şekillenmesinde ve sosyal etkinliklerinde rol oynamaktadır. Toplumların yemek etrafında şekillenen kültürel yapıları mutfak kültürlerini oluşturmaktadır. Ayrıca ait olunan din, yaşanan coğrafya, iklim özellikleri ve ekonomik durum gibi faktörler de toplumların kültürel yapısında etkili olmakta ve bu durum mutfak kültürü özelliklerinde de rol oynamaktadır. Toplumlar birçok unsurdan etkilenen mutfak kültürü özelliklerini toplumsal olarak anlam ifade eden etkinlikler ve pratikler aracılığıyla sürdürmektedir (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2018; Tsai ve Wang, 2017; Ademoğlu ve Durlu Özkaya, 2021). Mutfak kültürü ve bu kültüre dair algılar ile uygulamalara verilen önem dünya çapında artış göstermektedir. Toplumların kültürel değerlerini yansıtan mutfak, en değerli kültürel zenginlikler arasında yer almaktadır. Ayrıca, mutfak kültürü sürdürülebilir turizmin sağlanmasında da önemli bir rol oynamaktadır (Ademoğlu ve Durlu Özkaya, 2021).

Bir toplumda kültürel unsurların yaşatılması, töre, tören, ritüel ve gelenek gibi toplumsal kurumların varlığı ile mümkündür; bu kurumlar toplumsal hafızanın korunmasında önemli bir rol oynar. Dinî, millî ve tarihî öğelerin izlerini barındıran ritüeller, ortak bir bellek oluşturulmasında ve bu toplumsal hafızanın aktarılmasında tekrar edilme özellikleri sayesinde süreklilik sağlamaktadır (Kartal, 2023). Ritüeller bir toplumun sosyokültürel yaşamının dinamiklerini oluşturan unsurlardan biridir. Türkiye’de çeşitli alanlardaki ritüeller açısından oldukça zengin bir ülkedir. Ritüellerin varlığı Türk toplumunda geleneksel uygulamaların bir parçasını oluşturmaktadır. Toplumların ortak değerlerini bir arada tutmasından dolayı ritüeller kolektif bir özellik taşımaktadır. Bu bağlamda yapılan uygulamalar kapsamında toplumlar belirli dönemlerde ritmik olarak aynı etkinlikleri tekrarlamaktadır. Bu etkinlikler sosyokültürel birikimi koruyarak geleceğe aktarmaktadır (Karaman, 2010).

Türkiye’de insanların bir arada bulunduğu kutlama amaçlı birçok etkinlikteki yemek ritüellerinden biri de keşkektir. Ülkemizdeki düğünlerin vazgeçilmezi olan keşkek birçok ilde yapılmaktadır. Bu nedenle insanların önemli günlerine eşlik etmesi ve birçok ilde düğün törenlerinin vazgeçilmez yiyeceği olduğu için 2011 yılında “Geleneksel Tören Keşkeği” adı ile UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras (SOKÜM) Temsili Listesine girmiştir (Özer, 2020). Bu çalışmada Türkiye’de pek çok yörede özellikle düğün törenlerinin vazgeçilmezi olan keşkeğin yemek ritüellerindeki yeri ve önemi araştırılmış ve ayrıca yöresel sürdürülebilirliğe etkisi incelenmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

Türkiye’de Yemek Ritüelleri

Ritüel kavramı köken olarak Latince “ritus” kelimesinden gelmektedir. Bu kelime anlam olarak “toplumsal alışkanlıklar, âdetler ve belirli bir değişmezlikle tekrarlanan hareketleri ifade etmektedir (Akarpınar, 2006).

Ritüeller toplumların toplumsallaşma özelliklerini, birlikte hareket etme niyetlerini ve bireyler arasındaki bağı güçlendirmektedir. Bundan dolayı toplumsal dayanışmayı ve toplumsal gücü gösteren bir unsurdur (Curkan vd. 2022).

Yemek konulu ritüeller diğer ritüellerde olduğu gibi toplumların farklılaşmasında etkili olmaktadır (Beşirli, 2010). Yemekle ilgili ritüellerin tekrar edilmesi, toplumların unutulmaya yüz tutmuş yemeklerini ve pişirme tekniklerini koruyarak, bu değerlerin gelecek nesiller tarafından da öğrenilmesine katkı sağlamaktadır (Üzülmez ve Onur, 2021).

Yemekli ritüellerde hazırlanan ve tüketilen yemekler toplulukların somut kültürlerinin ve kültürel miraslarının bir parçası olarak kabul edilmektedir. Düğün, eğlence, ağırlama, sünnet ve dini bayramlarda gerçekleştirilen ritüeller yemek kültürüyle aynı doğrultuda gelişip toplumsal bir iletişim ağı oluşması noktasında topluma katkı sağlayan bir işleve sahiptir (Önçel ve Boz, 2023). Önceki yıllarda yapılmış bir çalışmada yemek ritüelleri çeşitli açılardan kategorileştirilmiştir, bunlar; dini bayram ve özel gün yemekleri, aşama törenleri yemekleri, kutlama/uğurlama/karşılama tören yemekleri, mevsimlik bayram ve özel gün yemekleri ve iş/yol yemekleridir (Yalçın Çelik, 2010).

Türkiye’deki yemek ritüellerinin oluşumunda evlenme, doğum, ölüm, dini açıdan önemli günler, festivaller ve özel gün kutlamaları etkili olmaktadır (Yıldız, 2016; Şahinbaş, 2018; Akoğul, 2019). Türk halkı için önemli bir anlamı olan düğünlerde onlarca ritüel yıllardır alışlagelmiş geleneklerin eseridir. Bu düğünlerde her toplumun kendi yemek ritüelleri uygulanmaktadır (Özer, 2020). Örneğin, söz-nişan ritüellerindeki yemeklerde şerbetler, pasta, çerez, tatlı, lokum ve şeker gibi ürünler ikram edilmektedir (Turan, 1991; Bozok, 2009; Atçı vd. 1998; Kartal, 2023).

Afyon’da yapılan düğünlerde yemek ritüeli kapsamında pirinç veya tandır çorbası, musakka, muhallebi, dolma, nohutlu tavuk yahnisi, pilav hoşaf ile güllaç veya kaymaklı baklava ikram edilir. Kına gecelerinde haşhaşlı lokul veya dolma, nişan törenlerinde ise şerbet ikram edilmektedir (Özer, 2020). Denizli’deki düğünlerin yemek ritüellerinin önemli bir ürünü ise keşkektir. Bunun yanı sıra düğün törenlerinde pirinç çorbası, dolma, sarma, kuzu içi pilav, hoşaf ve helva yapılmaktadır (Uğur Çerikan, 2019). Bursa’da düğün ritüellerinden biri de gelin hamamıdır. Yine burada da lokum, sarma ve börek gibi ürünler ikram edilir. Samsun’da keşkek, dolma, su böreği, pilav ve kuzu dolması gibi yiyecekler sunulmaktadır. Amasya’da ise düğün evinde keşkek, pilav, et ve helva, gelin hamamında ise bakla dolması, cevizli poğaça, bat ve lokma gibi ikramlıklar yer almaktadır. Karaman’da düğünlerde sembolik bir yemek olarak ballı kabak önemli bir yere sahiptir. Bu yöredeki düğün yemeği herse (keşkek) olup, ayrıca etli nohut yahnisi ve bulgur pilavı da yapılmaktadır (Özer, 2020, s. 3683-3684).

Söz-nişan töreni yemeklerde ise şerbetler, pasta, çerez, tatlı, lokum ve şeker gibi ürünler ikram edilmektedir. Bazen de yemekler müzik eşliğinde tüketilerek eğlence havasında bir ortam oluşturulmaktadır (Turan, 1991; Bozok, 2009; Atçı vd. 1998; Kartal, 2023).

Yöresel Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik kelimesinin kökeni Latince’ye dayanmakta olup, “subtenir” kelimesinden türemektedir (Özmehmet, 2008). Sürdürülebilirlik, insan yaşamında fayda sağlayan hem yapay hem de doğal kaynakların varlığını devam ettirmek için yapılan koruma uygulamalarıdır (Osso, 1996). Yöresel sürdürülebilirlik, enerji kullanımının ve doğal kaynakların verimli ve adil bir şekilde yönetildiği hem günümüz hem de gelecekteki nesiller için fayda sağlayan bir alan olarak tanımlanmıştır (Tedla, 2007). Doğal kaynakların yönetimi, kentsel gelişim, atık yönetimi, enerji kullanımı, kamu sağlığı, sosyal hizmetler ve eğitim gibi alanlarda yerel sürdürülebilirlikle birlikte ulusal sürdürülebilirliğin sağlanmasında yerel yönetimler önemli bir rol oynamaktadır (Selman, 2000). Küresel anlamda beslenme alışkanlıklarındaki değişimler, yöresel yemek kültürünün kaybolmaya başlaması, bazı insanların bilinçli olmayan tutum ve davranışları kültürel ve çevresel anlamda sürdürülebilir olmanın gerekliliğini açıkça göstermeye başlamıştır (Kesici, 2012; Durlu Özkaya vd. 2013). İnsanları sürdürülebilir davranışlara yönlendiren unsurlardan biri de yöresel yiyecek kültürünün devamlılığının zarar görmeye başlamış olmasıdır. Bundan

dolayı yöresel yiyecek ve içeceklerin sürdürülebilir olması adına yavaş yemek akımı gibi küresel anlamda birtakım uygulamalara gidilmiştir (Durlu Özkaya vd. 2013). Yöresel kültürün devamlılığına katkı sağlayan önemli unsurlarda biri de ritüellerdir. Ritüeller aracılığıyla toplumlar kendilerine özgü olan toplumsal faaliyetlerini belirli dönemlerde tekrarlamaktadır. Bu durum mevcut kültürel faaliyetin sürdürülebilirliğine katkı sağlayabilmektedir. Yemek ritüellerinde de bir toplumun belirli etkinliklerinde kendilerine özgü yöresel yemekler tüketilmektedir (Özer, 2020; Önçel ve Boz, 2023). Bu nedenle yemek ritüelleri kapsamında korunan, belirli dönemlerde veya önemli günlerde tüketilen yöresel yiyeceklerin yöresel sürdürülebilirliğe katkı sağladığı düşünülmektedir.

YÖNTEM

Bu çalışmada Türk mutfağındaki yemek ritüelleri ürünlerinden biri olan coğrafi işaretli tören keşkeğinin öne çıkarılması, şehirlere göre yapımındaki farklı özelliklerin belirlenmesi ve bu bağlamda yöresel sürdürülebilirlikte sahip olduğu önemin anlatılması amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında, nitel bir veri analizi yöntemi olarak doküman analizi tercih edilmiştir. Nitel araştırma; eğitim, sosyal bilimler, antropoloji, sosyoloji, psikoloji, antropoloji, eğitim ve sosyal bilim alanlarındaki olayların değişkenleri arasında nedensel ilişkileri laboratuvar ortamı dışında ortaya çıkarmak için yapılan araştırmalardan birisidir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014) Doküman analizi ise, basılı ya da elektronik kaynaklar dahil olmak üzere tüm belgeleri sistemli bir şekilde inceleme imkânı sağlamaktadır. Dokümanlar, uzun yıllardır nitel araştırmalarda önemli bir kaynak olmuştur. Doküman türleri arasında kitaplar, mektuplar, dergiler, günlükler, haritalar, çizelgeler, istatistikler, anayasa ve yönetmelikler, yasal metinler, gazeteler, fotoğraflar, anılar, röportajlar, okul kayıtları, sağlık ve kamu kayıtları, resimler, videolar, mesajlar gibi çeşitli materyaller bulunmaktadır. Son dönemlerde, doküman analizi yöntem biliminin (methodology) bir parçası olarak daha fazla ilgi görmüş ve bu konuda yayınlanan araştırma raporları ve makalelerin sayısında artış olmuştur (Kıral, 2020). Bu çalışmada, keşkek üzerine çevrim içi veri tabanlarında bulunan bilimsel eserler, gazete ve dergi yazıları, kitaplar ve diğer internet kaynakları incelenmiştir. Keşkek ile ilgili tescil bilgileri "Coğrafi İşaretler Portalı" web sitesinde "keşkek" anahtar kelimesiyle arama yapılarak toplanmış ve ikincil veriler elde edilmiştir. Doküman analizi kısmında, coğrafi işaretli keşkeklerin "ürün adı", "coğrafi işaret türü", "tescil tarihi", "tescil aldığı il" ve "ayırt edici özellikleri" konularına yer verilmiştir. Bu bulgular, betimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiş ve yorumlanmıştır.

BULGULAR ve TARTIŞMA

Coğrafi İşaretler (Cİ), tüketicilerce tanınmış ve ünlenmiş ürünlerin kökeni (menşe) ile üretim yöntemlerinin güvence altına alınmasını sağlayan ayırt edici resmi kalite işaretleridir. Uzunca bir süre yalnızca bir Avrupa olgusu olarak görülen Cİ'ler, küresel ticaretin gelişmesi ile bir "kalite garanti işareti" olmaktan çıkarak, mülkiyet haklarına konu olmuştur. Günümüzde Cİ, artık küresel bir olgu olup, kalitesi, ünü veya diğer karakteristik özellikleri belirli bir coğrafi kökenden kaynaklanan bir ürünü tanımlayan bir fikri mülkiyet hakkı olarak kabul edilmektedir (Tekelioğlu, 2019, s.49).

Bu çalışmada, coğrafi işaret tescilli tören keşkeğinin Türkiye'deki farklı şehirlerde nasıl yapıldığı ve bu yemeğin yerel sürdürülebilirliğe olan katkıları incelenmiştir. Yörelere göre farklılık gösteren keşkek yapımında, her ilin kendine özgü ayırt edici özellikleri olduğu tespit edilmiştir. Doküman analizi yöntemi ile elde edilen veriler, coğrafi işaret tescili almış keşkeklerin "ürün adı", "coğrafi işaret türü", "tescil tarihi", "tescil edildiği il" ve "ayırt edici özellikler" başlıkları altında sınıflandırılmış ve bu özellikler doğrultusunda değerlendirilmiştir. Aşağıdaki tablo, bu verilerin ayrıntılı bir özetini sunmakta olup, Türkiye'de keşkek yemeğinin coğrafi işaret tesciline sahip olduğu iller ve bu yemeğin yöresel farklarını göstermektedir.

Tablo 1: Coğrafi İşaret Tescilli Keşkekler

Ürün Adı	Tescil Tarihi	Ayırt Edici Özellik
Adapazarı Dartılı Keşkek	08.01.2013	Tavuk eti ile yapılması ve Adapazarı yöresine özgü olarak hazırlanan “kızdırılmış tereyağında kırmızıbiber ve karabiber ile hazırlanan dartı”nın kullanılmasıdır.
Akşehir Hersesi	07.04.2022	Akşehir Hersesi; et, kemik ve yarma ile hazırlanarak odun ateşinde uzun süre pişirilen yemektir. Üretimde, dana eti veya kurutulmuş koyun ya da keçi kaburga eti kullanılır. Geçmişe eskiye dayanan Akşehir Hersesi, Mevlâna Celaleddin-i Rumi’nin ‘Fihi Mâfih’ ve ‘Mesnevi’ eserlerinde “herise”, dönemin Konya Mevlevi dergâhı yemekhanelerinde ise “herse”olarak geçer. Akşehir mutfağı içindeki önemli bir yere sahip olan Akşehir Hersesinin coğrafi sınır ile ün bağı bulunur.
Amasya Keşkeği	28.07.2022	Amasya Keşkeği üretiminde kullanılan bileşenler dövülmez, çömleğe bütün halde konur. Bu sebeple piştikten sonra bileşenler ayrı ayrı görülür. Amasya Keşkeğinin geçmişi eskiye dayanır. Amasya ilinin mutfak kültüründe önemli bir yere sahiptir. Düğün gibi özel günlerde mutlaka ikram edilir. Bu sebeplerle coğrafi sınır ile ün bağı bulunur.
Çarşamba Keşkeği (Samsun)	14.11.2023	Çarşamba Keşkeğinin geçmişi uzun yıllara dayanır ve Çarşamba ilçesinin mutfak kültürü içinde ve geleneklerinde önemli bir yere sahiptir. İmece usulü ile yapılan keşkek, özellikle düğün merasimlerinde damatların aynı ritimde ve uzun süre keşkek döverek/güdeleyerek bu yemeği yapması gelenek haline gelmiştir. Bu sebeplerle coğrafi sınır ile ün bağı bulunur.
Dedebağ Keşkeği / Karacasu Keşkeği	09.03.2021	Üretimde genç erkek keçilerden (erkeç) elde edilen karkas eti kullanılır. Genellikle 20 kg ağırlığına ulaşmış erkekler tercih edilir. Dedebağ Keşkeği / Karacasu Keşkeğinde kesinlikle başka et kullanılmaz. Kullanılan buğday aşurelik veya yarma buğday olabilir. Dedebağ Keşkeği / Karacasu Keşkeği uzun süre ve ustalık gerektiren bir usulle dövülerek yapılır. Keşkeğin piştiğinde macun kıvamında ve sakız gibi uzaması istenir. Et ve buğday homojen bir şekilde, sulu olmayacak şekilde özdeşleşir. Erkeç eti keşkeğin kendine özgü lezzetini sağlar. Genel olarak odun ateşinde ve bakır kazanlarda yapılması nedeniyle tutsülü kendine has bir lezzeti bulunur. Dedebağ Keşkeği / Karacasu Keşkeği; yedi asır önceki aynı usulle ve aynı bileşenler kullanılarak yapılır, mekanik veya elektrikli bir alet kullanılmaz. Keşkeğin hazırlanmasındaki üretim metodu (kullanılan bileşenler ve dövülerek yapılması) Dedebağ Keşkeği / Karacasu Keşkeğinin en önemli karakteristik özelliğidir.
İskilip Ramazan Keşkeği	23.09.2021	İskilip Ramazan Keşkeğinin geçmişi çok eskiye dayanır. Coğrafi sınırdaki ramazan keşkeği, mahallelerde bulunan özel keşkek fırınlarında pişirilir. İçine malzemeleri konan çömllekler, sabah erkenden fırınlara bırakılır. Fırıncılar çömllekleri su ekledikten sonra çömllekleri, meşe odunuyla yanan fırına koyarak 8 saat pişmeye bırakırlar. Keşkek çömllekleri karışmasın diye, silinmeyen yazı veya yanmayan malzemelerle çömllekler işaretleme yapılır. Piştiği zaman kırmızı-turuncu renge sahip olan İskilip Ramazan Keşkeği, sıcak olarak tüketilir. Doğrudan odun ateşine maruz kalmadan çömllek içinde uzun sürede pişirildiğinden, malzemeler kendi öz suyunu kaybetmez ve orta akışkan bir kıvamda olur, ağızda dağılır. İskilip Ramazan Keşkeğinde ilave sos kullanılmaz.
Merzifon Keşkeği (Amasya)	30.12.2014	Özellikle büyükbaş hayvan eti, nohut, aşurelik bütün buğday ile taş çömlleklerde yaklaşık on iki saat odun ateşinde (taş fırınlarda) pişirilmesi ve çömllek içinde ahşap kaşık (çömçe) yardımıyla çarpılarak (dövülerek) bütün ürünlerin ezilerek lapa haline getirilmesi ve üzerine tereyağlı salça sos ilave edilerek sıcak ikram edilmesi ayırt edici özellikleridir.
Kurşunlu Keşkeği	05.09.2024	Kurşunlu Keşkeğinin istenen lezzet ve kıvama ulaşabilmesi için tezek ve odun ateşinde pişirilmesi gerekir. Ateş, yöresel tabir ile “sine sine” (yavaş yavaş) yanmalıdır. Kullanılacak odunlar yörede yakacak olarak kullanılan söğüt odunu olmalıdır. Bu odunlar ve tezek yavaş yavaş yanar ve sıcaklık değeri düşük köz bırakır. Keşkeğin dibinin tutmasının önüne bu şekilde geçilir.
Şuhut Keşkeği (Afyonkarahisar)	11.12.2018	Şuhut keşkeği, diğer keşkeklerden yöresel hammadde temini, bileşenlerinin hazırlığı, pişirme ve sunum usulleri ile ayrılır. - Buğdayın kabuğu soyulmuş ve yıkanmış hali göce olarak adlandırılır. Şuhut keşkeği geleneksel olarak yörede yetişen buğdaydan yapılmış göce ve yörede yetişen nohut ile yapılır. - Şuhut keşkeğinde de yörede yetiştirilen büyükbaş hayvanların belirli bölümleri kullanılır. - Şuhut Keşkeğini diğer keşkeklerden ayıran başlıca özelliklerden bir diğeri ise sırsız toprak çömllekte ve odun ateşinde ısınan taş fırında pişirilmesidir. - Şuhut Keşkeği rayıhasını ve lezzetini artıran diğer bir unsur ise taş fırında kullanılan odun tipidir ki bunlar meşe, gürgen ve kızılğaçtır. - Ayrıca Şuhut keşkeğinde Afyon Kaymağı kullanılır.

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024a

Yapılan deęerlendirme sonucu; 7 Őehire ait 8 mahreç iřareti ile tescilli keřkek olduęu ve 6 Őehirden 6 adet bařvuru sũreci devam eden keřkek ũrũnũ olduęu bilgisine ulařılmıřtır. Coęrafi iřaret ile tescillenen ilk keřkek ũrũnũnũn 08.01.2013 tarihinde “Adapazarı Dartılı Keřkek” olduęu gũrũlmũřtũr. Tescillenen tũm ũrũnlerin mahreç adıyla “Yemekler ve Ćorbalar” kategorisinden tescillenmiřtir. En son tescillenen keřkek ũrũnũ ise 14.11.2023 tarihinde Mahreç iřaretiyle Ćarřamba keřkeęi olmuřtur.

Tũren Keřkeęi Geleneęi, Tũrkiye genelinde yaygın olarak uygulanmakta olup, uezellikle Yozgat, Ćorum, Ćankırı, Amasya, Sinop, Adana, Erzincan, Tokat, Tekirdaę, Aydın, Muř, Muęla, Uřak, Sivas, Kırşehir, İzmir, Antalya, Afyonkarahisar ve Kastamonu gibi illerde geleneğe uygun şekilde dũzenlenmektedir. Farklı yũrelerde ũretilen tũren keşkeklerin ortak noktaları olarak sũnnet ve dũęũn tũrenleri, Ramazan ve Kurban bayramları, Muharrem ayı, hayır işleri, Hac ziyaretleri, toplu yağmur duaları, mevlũtler ve Hıdırellez gibi uezel gũnlerde hazırlanmasıdır (Kũltũr ve Turizm Bakanlığı, 2024). Yurdumuzun birĆok yũresinde yapılan keşkeğin, Tablo 1’te ũrũn adı ve ayırt edici uezellikleri verilen coğrafi işaretili keşkeklerin yemek ritũellerinde kullanımı illere gũre farklılık gũstermektedir. Adapazarı Dartılı Keřkek; dũęũn, sũnnet, bayram gibi uezel gũnlerde pişirilen ve konuklara ikram edilen yũresel yemektir (Sakarya İl Kũltũr ve Turizm Mũdũrlũęũ, 2024). Amasya keşkeği; her bir malzeme ayrı ayrı kaplarda işlem gũrũrken, Merzifon Keřkeęinde bũtũn malzemeler tek bir kapta pişirilmektedir (Amasya İl Kũltũr ve Turizm Mũdũrlũęũ, 2024). GeĆmiři eskiye dayanan Akřehir Hersesi, Mevlũna Celaleddin-i Rumi’nin ‘Fihi Mũfih’ ve ‘Mesnevi’ eserlerinde “herise”, dũnemin Konya Mevlevi dergãhı yemekhanelerinde ise “herse” olarak geĆer. Akřehir mutfağı iĆindeki ueznelmi bir yere sahip olan Akřehir Hersesinin coğrafi sınır ile ũn bağı bulunmaktadır (Tũrk Patent ve Marka Kurumu, 2024a). Ćarřamba Keřkeęinin geĆmiři uzun yıllara dayanır ve Ćarřamba ilĆesinin mutfak kũltũrũ iĆinde ve geleneklerinde ueznelmi bir yere sahiptir. İmece usulũ ile yapılan keşkek, uezellikle dũęũn merasimlerinde damatların aynı ritimde ve uzun sũre keşkek dũverek/gũdeleyerek bu yemeği yapması gelenek haline gelmiştir (Samsun İl Kũltũr ve Turizm Mũdũrlũęũ, 2024). Dedebaę Keřkeęi / Karacasu Keřkeęi Dedebaę Keřkeęi; Dedebaę’ın kabrinin de bulunduğu yaylada yedi asırdır yapılagelmiştir. Yaylanın resmi kayıtlardaki ismi de Dedebaę’dır. “Dedebaę Keřkek Hayrı” olarak bilinen bir organizasyon şeklinde Karacasu ilĆesi, Dedebaę Yaylasında her sene ağustos ayının son haftasında yapılır. (Nazilli Ticaret Odası, 2024). İskilip Ramazan Keřkeęi, Tũm ramazan ayı sũresince geleneksel olarak yenen bir yemektir (İskilip Kaymakamlığı, 2024). şuhut keşkeği ise, gelenekselleşmiş, doğum, asker uğurlama, dũęũn, kutlama, bayram, hacı uğurlama, adak, hayır, buluşma gibi uezel zamanlarda yapılan ve gũnũn her uezgũnũnde tũketilebilen yũresel yemektir. Ayrıca şuhut keşkeğinde Afyon Kaymağı kullanılır (Afyonkarahisar İl Kũltũr ve Turizm Mũdũrlũęũ, 2024).

Tablo 2. Coğrafi İşaretli Keşkeklerin Görselleri



Adapazarı Dartılı Keşkek



Amasya Keşkeği



Dedebağ Keşkeği / Karacasu Keşkeği



Merzifon Keşkeği



Çarşamba Keşkeği



İskilip Ramazan Keşkeği



Şuhut Keşkeği



Akşehir Hersesi



Kurşunlu Keşkeği

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024a

Tablo 3. Coğrafi işareti başvuru sürecinde olan keşkekler

Coğrafi İşaretin Adı	Türü	Ürün Grubu	İl	Başvuru Tarihi	Durumu
Alaca Keşkeği	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Çorum	01.03.2023	Başvuru
Safranbolu Yazıköy Fırın Keşkeği	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Karabük	12.09.2023	Başvuru
Söke Keşkeği	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Aydın	21.11.2023	Başvuru
Tekirdağ Saray Küçükyoncalı Keşkeği/ Küçükyoncalı Keşkeği	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Tekirdağ	04.11.2021	Başvuru
Hatay Hrise Yemeği/Hatay Herise Yemeği	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Hatay	12.02.2024	Başvuru

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024b

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ülkemiz bulunduğu coğrafi konum ve birçok etnik kültüre ev sahipliği yapması gibi özelliklerinden dolayı toplumsal anlamda sembolik özellik taşıyan birçok ritüel ve gastronomik ürüne sahiptir (Teyin, 2020). Gastronomik ürünler, bir yöreye özgü yiyecek ve içeceklerin yanı sıra bunların hazırlanma, pişirme ve servis edilme tekniklerini de kapsayan somut kültürel miras unsurlarını kapsarken (Aydın ve Bayat, 2021); coğrafi işaretli gastronomik ürünler ise, gastronomik değeri olan ürünlerin ait olduğu yöreni, bölgeyi gösteren, bu ürünlerin tatları ve özellikleri hakkında bilgi veren tescilli ürünler olarak tanımlanmaktadır. Coğrafi işaretli ürünler, sunuldukları bölge için bir pazarlama aracı olarak kullanılabilecek, gelir kaynaklarını artırıcı özelliklere sahip ve bölge halkının refah düzeylerini artıracak niteliktedir (Jaelani, IGA KR ve Karjoko, 2020). Coğrafi işaret tescilli keşkek, Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde derin köklere sahip bir yemek ritüelidir ve toplumsal dayanışmayı pekiştiren önemli bir kültürel unsurdur. Bu tescil, keşkek yemeğinin belirli bir coğrafi bölgeye özgü olduğunu ve o bölgenin tarım ürünleri ile pişirildiğini garantileyerek, yerel ekonomilere önemli katkılarda bulunmaktadır. Yerel çiftçiler, keşkeğin ana malzemeleri olan buğday ve etin üretiminden doğrudan fayda sağlamak ve bu durum kırsal kalkınmayı desteklemektedir.

Türk gastronomisinin önemli bileşenlerinden biri olan keşkek, etrafında çok sayıda sosyal algı ve pratiği barındıran kültürel bir göstergedir. Keşkek, düğün, bayram, hıdırellez gibi özel günlerde pişirilerek insanların bir araya gelmesini ve sosyal bağların güçlenmesini sağlamaktadır. Bu ritüel, toplumsal hafızanın ve geleneklerin gelecek nesillere aktarılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Çekiç ve Özkan, 2022). Coğrafi işaret tescilli keşkeğin yemek ritüellerindeki ve yöresel sürdürülebilirlikteki önemi, sadece bir yemeğin ötesinde, toplumsal, ekonomik ve ekolojik sürdürülebilirliğe olan katkılarıyla çok boyutlu yaygın etkiye sahiptir. Bu çalışma UNESCO'nun Somut Olmayan Kültürel Miras listesinde yer alan "Tören Keşkeği Geleneği" ile sınırlandırılmıştır.

Birlik ve beraberlik içerisinde herkesin katılımıyla gerçekleşen tören keşkeği geleneği, 2011 yılında UNESCO tarafından somut olmayan kültürel miras listesine alınmıştır (Teyin, 2020). Geleneksel yemek ritüelleri, sadece birer kültürel ifade aracı olmanın ötesinde, yerel kalkınma, sosyal bağların güçlendirilmesi ve doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı gibi kritik alanlarda önemli roller üstlenmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, coğrafi işaret tescilli keşkek yemeğinin Türkiye'nin kültürel mirası, toplumsal yapısı ve yöresel sürdürülebilirliği üzerindeki çok yönlü etkilerini detaylı bir şekilde incelemektir.

Keşkeğin belirli bir bölgeye özgü niteliklerini koruması ve bu yolla yerel üreticilerin ve çiftçilerin ekonomik refahını artırması açısından coğrafi işaret tescili alması oldukça elzemdir. Yapılan değerlendirme sonucu; 8 şehire ait 9 mahreç işareti ile tescilli keşkek olduğu ve 6 adet başvuru süreci devam eden keşkek ürünü olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Türkiye genelinde yaygın olarak pişirilen keşkek, özellikle Yozgat, Çorum, Çankırı, Amasya, Sinop, Adana, Erzincan, Tokat, Tekirdağ, Aydın, Muş, Muğla, Uşak, Sivas, Kırşehir, İzmir, Antalya, Afyonkarahisar ve Kastamonu gibi illerde geleneğe uygun olarak yemek ritüelleri kapsamında tüketilmektedir. Farklı yörelerde üretilen tören keşkeklerinin ortak noktaları, sünnet ve düğün törenleri,

Ramazan ve Kurban bayramları, Muharrem ayı, hayır işleri, Hac ziyaretleri, toplu yağmur duaları, mevlütler ve Hıdırellez gibi özel günlerde hazırlanmasıdır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024). Bu bilgiler doğrultusunda; tören keşkeğinin coğrafi işaret tescili çerçevesinde taşıdığı anlamı irdeleyerek, toplum içinde sosyal dayanışmayı nasıl pekiştirdiği ve kültürel mirasın nesilden nesile aktarılmasındaki rolü açıkça anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, keşkek gibi geleneksel yemek ritüellerinin toplumların yöresel sürdürülebilirliğindeki etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Bu çalışma coğrafi işaret tescilli keşkeğin yöresel sürdürülebilirlikteki önemini ele alarak, sürdürülebilirlik perspektifinden katkılar sunmaktadır. Bu bağlamda yapılan araştırmanın hem literatüre katkı sağladığı hem de kültürel bir uygulamaya verilen önemle ilgili değerli bilgiler sunduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Ademoğlu, A., & Özkaya, F. D. (2021). Özel gün ve tören yemekleri: ethnic foods dergisi üzerine bir inceleme. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 4(2), 248-257.
- Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2024). Şuhut keşkeği. <https://www.kulturportali.gov.tr/portal/suhut-keskegi> (21 Haziran 2024 tarihinde erişildi).
- Akoğlu, E. (2019). Erzurum ilinin ramazan ayına özgü mutfak kültürünün incelenmesi. *Tourism and Recreation*, 1(2), 44-49.
- Amasya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2024). Keşkek. <https://amasya.ktb.gov.tr/TR-59567/keskek.html> (21 Haziran 2024 tarihinde erişildi).
- Atçı, M. B., Orundaş, İ., & Çelik, M. (1998). Yaşayan tarih Mardin: Türkiye Cumhuriyeti'nin yetmiş beş yılı Mardin. İstanbul: Mardin Valiliği Yayınları.
- Aydın, T., & Bayat, G. (2021). Coğrafi işaret almış gastronomik ürünlerin gastronomi turizmi açısından önemi. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma ve Teori İçinde* (ss. 333-349). Livre De Lyon.
- Bozok, B. A. (2009). Mardin Süryani Cemaati örneğinde kültürel ifade ve anlam üretme alanı olarak ritüeller ve müzik (Yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.
- Çekiç, İ., & Özkan, A. (2022). Geleneksel tören keşkeğinin Türk gastronomisindeki yeri ve önemi. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (TEKE) Dergisi*, 11(1), 522-435.
- Durlu Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S., & Can, A. (2013). Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 13-20.
- İskilip Kaymakamlığı. (2024). İskilip Ramazan keşkeği. <http://www.iskilip.gov.tr/iskilip-keskegi> (21 Haziran 2024 tarihinde erişildi).
- Jaelani, A. K., Handayani, I. G. A. K. R., & Karjoko, L. (2020). Development of tourism based on geographic indication towards to welfare state. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(3), 1227-1234.
- Karaman, K. (2010). Ritüellerin toplumsal etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2010(21), 227-236.
- Kıral, B. (2020). Nitel bir veri analizi yöntemi olarak doküman analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 170-189.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2024). Tören keşkeği geleneği. <https://yakegm.ktb.gov.tr/TR-345116/toren-keskegi-gelenegi.html#:~:text=Kad%C4%B1n%20ve%20erkek%20gruplar%C4%B1n%C4%B1n%20toplu,T%C3%B6ren%20Ke%C5%9Fke%C4%9Fi%20Gelene%C4%9Fi%20ad%C4%B1%20verilmektedir> (19 Haziran 2024 tarihinde erişildi).
- Nazilli Ticaret Odası. (2024). Dedebağ keşkeği / Karacasu keşkeği. <https://www.naztic.org.tr/karacasu-keskegi-dedebag-keskegi/> (21 Haziran 2024 tarihinde erişildi).
- Osso, A., Walsh, T., & Gottfried, D. (1996). Sustainable Building Technical Manual. Public Technology Inc. New York.
- Özer, Ç. (2020). Sosyal bir seremoni: Anadolu'da düğün yemekleri ve ritüelleri. *Turkish Studies-Social*, 15(8), 3677-3690.

- Özmehmet, E. (2008). Dünyada ve Türkiye sürdürülebilir kalkınma yaklaşımları. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 3(12), 1853-1876.
- Sakarya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2024). Adapazarı Dartılı keşkeği. <https://sakarya.ktb.gov.tr/TR-190583/keskek.html> (21 Haziran 2024 tarihinde erişildi).
- Samsun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2024). Çarşamba keşkeği. <https://samsun.ktb.gov.tr/Eklenti/120386,carsamba-keskegi.pdf?0> (21 Haziran 2024 tarihinde erişildi).
- Selman, P. (2000). A sideways look at Local Agenda 21. *Journal of Environmental Policy and Planning*, 2(1), 39-53.
- Sürücüoğlu, M. S., & Özçelik, A. Ö. (2008). Türk mutfak ve beslenme kültürünün tarihsel gelişimi. 38. İcanas Kongresi, 10-15 Eylül, 1289-1310, Ankara.
- Şahinbaş, K. (2018). Kayseri’de geçiş dönemlerine ve belirli günlere özgü mutfak kültürü. *Uluslararası Beşerî Bilimler ve Eğitim Dergisi*, Erciyes Üniversitesi Edebiyat Fakültesi 1. Dil ve Kültür Çalışmaları Öğrenci Sempozyumu Özel Sayısı, 100-112. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijhe/issue/39012/438310>
- Tedla, S. (2007). Environment and natural resources as a core asset in wealth creation, poverty reduction, and sustainable development in Ethiopia. *International Union for the Conservation of Nature (IUCN)*.
- Tekelioğlu, Y. (2019). Coğrafi işaretler ve Türkiye uygulamaları. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 47-75.
- Teyin, G. (2020). Kültürel bir miras; tören keşkeği geleneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(2), 313-321.
- Tsai, C. T. S., & Wang, Y. C. (2017). Experiential value in branding food tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(1), 56-65.
- Turan, A. (1991). Yezidilerin toplumsal yaşayışları. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (5), 67-90.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024a). Coğrafi işaretli keşkeklerin listesi. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=&tur=&urunGrubu=&adi=ke%C5%9Fke> (19 Haziran 2024 tarihinde erişildi).
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024b). Coğrafi işareti ürünler veri tabanı. <https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani> (19 Haziran 2024 tarihinde erişildi).
- Uğur Çerikan, F. (2019). Türk ailesinde sofra adabı, Denizli örneği ve işlevselliği. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (TEKE) Dergisi*, 8(1), 481-511.
- Üzülmez, M., & Onur, M. (2021). Osmaniye mutfak kültüründe yer alan yemek ritüelleri üzerine bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1349-1368.
- Yalçın Çelik, S. D. (2010). Mengen’de özel gün yemekleri. *Millî Folklor*, 86, 127-139.
- Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2014). SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldız, T. (2016). Türk ve Macar ortak mutfağında içme kültürü: Şifa, ritüel, gelenek. In M. Hoppal, Ö. Oğuz & Ö. Özünel (Eds.), *Tatların benzer dünyası: Türk-Macar ortak yemek kültürü* (ss. 119-124). Ankara: UNESCO Türkiye Milli Komisyonu Yayınları.

COĞRAFI İŞARETLİ PİDELERİN REÇETE FARKLILIKLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ: AYDIN İLİ ÖRNEĞİ

Erman TUFAN

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
E-posta: ermantufan48@gmail.com.tr ORCID: 0000-0003-1646-7564

Özer ŞAHİN

Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi
E-posta: ozer@mu.edu.tr ORCID: 0000-0002-7497-564X

Burhan KILIÇ

Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi
E-posta: bkilic@mu.edu.tr ORCID: 0000-0002-1136-5107

Özet

Aydın İli'nin Gastronomisi Ege Bölgesi'ne özgü yemekleri yansıtabilecek şekilde tarihi gelişim göstermiştir. Coğrafi İşaretleme Sistemi, yöresel ürünlerin tescil ve denetimle korumasını amaçlarken ilgili yörenin tanıtım faaliyetleri ve turistik ürün çeşitlendirmesi açısından fırsatlar sunabilir. Türk Patent ve Marka Kurumu Haziran 2024 verileri kapsamında "PİDE" ifadesini arandığında; Türkiye genelindeki 27 coğrafi işaret tescilli pidenin dört tanesinin Aydın İli bazında bulunduğu görülmüştür. Çalışmanın temel amacı, Aydın'daki coğrafi işaret tescilli pidelerin ürün tanımı ve ayırt edici özelliklerinden yola çıkarak üretim metodu ve reçete farklılıklarının belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda nitel bir yaklaşım benimsenmiş ve buna ilişkin veri toplama/analiz süreçleri izlenmiştir. İlgili ürünlerin gastronomik ve turistik açıdan değerlendirilmesi yapılarak tüm paydaşlara katkı sağlaması beklenen öneriler geliştirilmiştir. Eylül 2024 itibarıyla, araştırma sürecinin sonunda coğrafi işaret tescilli pide sayısının Aydın İli bazında beş sayısına ulaşması dikkat çekicidir.

Anahtar Kelimeler: Yöresel Gıda Ürünü, Coğrafi İşaretler, Gastronomi, Turizm, Pide.

Abstract

The Gastronomy of Aydın Province has developed historically to reflect the dishes specific to the Aegean Region. While the Geographical Indication System aims to protect local products through registration and audition, it can also offer opportunities both in terms of promotional activities of the relevant region and diversification of touristic products. When the term "Pide" was searched within the scope of the Turkish Patent and Trademark Office June 2024 data, it has been observed that four of the 27 geographically registered pides throughout Türkiye are located in Aydın Province. The main purpose of the study is to determine the production method and recipe differences of geographically indicated pides in Aydın based on product description and distinctive features. In line with this purpose, a qualitative approach was adopted and the related data collection/analysis processes were followed. By evaluating the gastronomic and touristic aspects of the relevant products, suggestions have been developed that are expected to contribute to all stakeholders. It is noteworthy that as of September 2024, at the end of the research process, the number of pides with geographical indication registration reached five in Aydın Province.

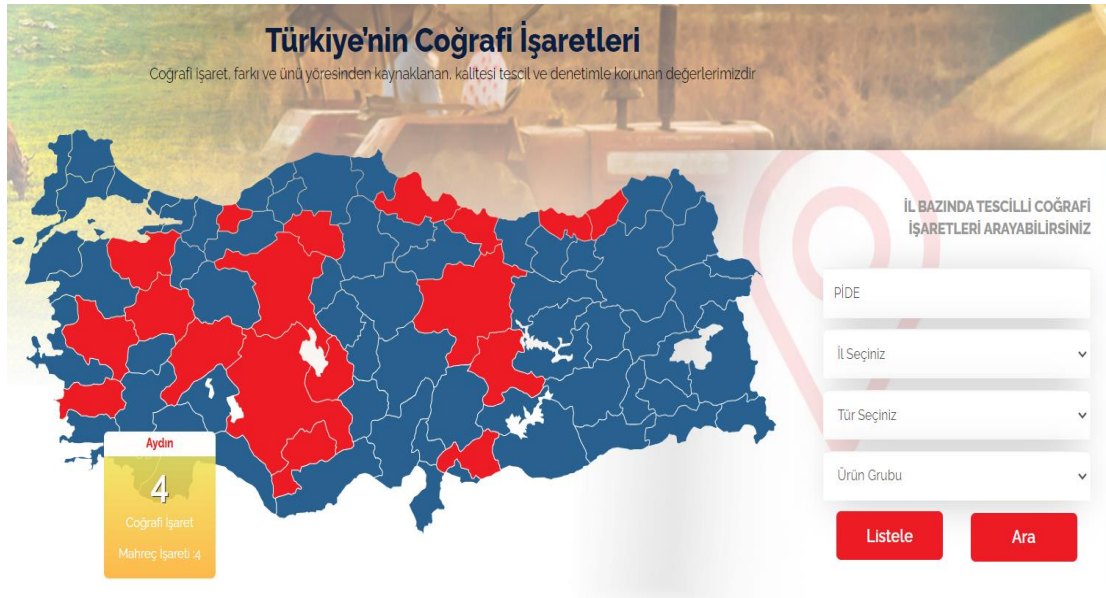
Keywords: Local Food Product, Geographical Indications, Gastronomy, Tourism, Pide.

GİRİŞ

Seyahat eden insanlara yönelik destinasyon tanıtım ve pazarlama çabaları bakımından gastronomik unsurların tescillenmesine daha fazla önem ve işletme menülerinde daha fazla yer verilmesi gerekmektedir (Işın ve Yalçın, 2020: 2515; Saripek ve Çevik, 2020: 4929). Yabancı ve yerli turistler açısından önem kazanan gastronomi turizmi kültür turizminin bir alt başlığı olarak ele alınabilmektedir (Sormaz, 2019). Aydın İli sadece deniz-güneş-kum üçlüsüne dayalı değil kültür turizmine konu olan

değerleriyle de turist çekebilecek bir şehir konumundadır (Gürcün, 2011). Bu kültürel zenginliğin önemli bir parçası ve kaynağı olan Aydın Gastronomisi, Ege Bölgesi'ne özgü yemekleri yansıtacak şekilde kendi özelinde tarihi bir gelişim göstermiş olup (Kocabalkan, 2022) mutfağının gastronomi turizmi içindeki yeri konusunda pidelerin değerlendirilmesi önemli görülmektedir (Sezgin ve Tanrısevdi, 2021: 84).

Görsel 1: Aydın İli Bazında Coğrafi İşaretli “PİDE” Sayısı



Kaynak: (turkpatent.gov.tr. Erişim Tarihi: 15 Haziran 2024)

Türk Patent ve Marka Kurumu verilerine dayanarak, “PİDE” ifadesiyle il bazında coğrafi işaret arandığında (Görsel 1); Türkiye genelindeki 27 coğrafi işaret tescilli pidenin 4 dört tanesinin Aydın İli bazında bulunduğu görülmektedir. Öte yandan tarama başvuru süreci devam eden pidelere ilişkin detaylandırıldığında altı sayısına ulaşmaktadır (Tablo 1).

Tablo 1: Aydın İli Bazında Coğrafi İşaretli Pidelerin Detaylı Listesi

Coğrafi İşaretin Adı	Türü	Ürün Grubu	Tescil Tarihi	Başvuru Yapan/Tescil Ettiren
Karacasu Pidesi	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	17.09.2020	Karacasu Esnaf ve Sanatkarlar Odası
Nazilli Pidesi			18.11.2020	Nazilli Ticaret Odası
Söke Pidesi			31.10.2022	Söke Ticaret Borsası
Söke Tahinli Pidesi			18.01.2024	Söke Ticaret Odası
<i>Bozdoğan Pidesi</i>			<i>Başvuru Sürecinde</i>	<i>Nazilli Ticaret Odası</i>
<i>Yenipazar Pidesi</i>				<i>Aydın Büyükşehir Belediyesi</i>

Kaynak: (turkpatent.gov.tr. Erişim Tarihi: 15 Haziran 2024)

İlgili gastronomik öğelerin diğer illere göre niceliksel çokluğuna rağmen literatürde coğrafi işaret adı altında yapılan çalışmaların görece azlığı göze çarpmaktadır. Kapsamlı bir kaynak taramasına ek olarak doküman incelemesi yoluyla ilgili sınırlar içindeki bu kültürel unsurların gastronomik ve turistik yönlerinin değerlendirilmesi önemli görülmüştür. Bu bağlamda coğrafi işaretli ürünlerin farklılıkları (ayrıt edici özellikler) ile beraber benzerliklerinin (birbirini tekrar eden yönleri) de gözden kaçırılmadan incelenmesi gerekli bulunmuştur.

Bu araştırmanın amacı, Aydın İli bazında coğrafi işareti güncel olarak tescili tamamlanmış pideler kapsamında gastronomik ve turistik yönlerinin değerlendirilmesine yönelik ürün tanımı/ayırt edici özelliklerinden yola çıkarak üretim metodu/recete farklılıklarının belirlenmesidir.

LİTERATÜR VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Gastronomi Turizmi Kapsamında Coğrafi İşaret Kavramı ve Mahreç İşareti

Günümüz yabancı ve yerli turistlerinin bir ülke ya da bölgeyi ziyaret sebepleri arasında ilgili sınırlar dâhilindeki mutfak kültürünü deneyimlemek önemli bir araştırma konusu başlığı haline gelmiştir. Bu bağlamda genel (destekleyici) ya da özel (birincil) olarak gastronomik deneyimler edinme amaçlı çıkılan seyahatler “Gastronomi Turizmi” kavramı ile ele alınabilir (Zengin vd., 2015; Sormaz, 2019).

Özellikle sosyo-kültürel ve ekonomik faydaları ön plana çıkan coğrafi işaretli ürünlerin, gastronomi turizmi kapsamında yöresel değerler olarak turistlerin varış yeri tercihi ve destinasyonun kültürel öğeleriyle uyumlu restoranlar tasarlamak açısından önemi bulunmaktadır (Işın ve Yalçın, 2020). Turizm pazarlaması ve yerel mutfak kültürü deneyimine ilgi gösteren turist sayısındaki artış bakımından bu gastronomik ürünlerin destinasyon markalaşma çabasına katkısının yanında birer kültürel miras değeri olarak gelecek nesillere aktarımında da coğrafi işaretleme sistemi önem taşır (Kavas ve Bucak, 2023).

Tablo 2: Coğrafi İşaret ve İlgili Temel Tanımlar

Kanun/Yönetmelik İfadesi	Tanım
Coğrafi İşaret	“Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretler.”
Menşe Adı	“Bir ürünün coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge veya çok özel durumlarda ülkeden kaynaklanması, tüm veya esas nitelik veya özellikleri bu yöre, alan veya bölgeye özgü doğa ve beşeri unsurlardan kaynaklanması, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre alan veya bölge sınırları içinde yapılması koşulu ile o yöre, alan veya bölge adı.”
Mahreç İşareti	“Bir ürünün coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanması; belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş olması; üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılması koşulu ile o yöre, alan veya bölge adı.”

Kaynak: (555 sayılı KHK, 1995)

Coğrafi işaret ile ilgili temel tanımlara bakıldığında (Tablo 2), coğrafi işaretli pidelerin genel olarak mahreç işareti ile gruplandırıldığı görülmektedir. “Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla belirli bir coğrafi alan ile özdeşleşmiş olan; üretim, işleme ya da diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş coğrafi alan içinde gerçekleşmesi gereken ürünlerin konu olduğu coğrafi işaretler” (TÜRKPATENTa, 2024) olarak da tanımlanabilen “Mahreç İşareti” ile sınıflandırılan ürünlerin gerekli şartlar sağlanarak geliştirilmesiyle turistik ürün şeklinde kullanıma kazandırılması daha kolaydır (Hoş, 2019).

Pide ve Pidecilik

Pide sözcüğü tarihsel olarak “Ramazan Pidesi” çağrışımı ve “İstanbul” bağlamında kullanıla gelse de (Yerasimos, 2019: 72) farklı un türlerinden yapılan ekmek tiplerinin etli pide biçiminde hazırlanmasına Selçuklular döneminden bu yana rastlanmaktadır (Şavkay, 2000: 15). Nesnel görünümü ve hazırlama yöntemi bakımından “Pita” ekmeğine benzerlik gösteren “Pide” Anadolu, Orta Doğu ve Güney Asya’da yüzyıllardır tüketilen geleneksel bir ekmek olmakla beraber; “hamurunun üzerine/içine konulan harca (garnitür) göre isim alan, geleneksel olarak odun ateşiyle taş fırınlarda pişirilen ve kendine özel lokantalarda sunulabilen bir yemek” olarak tanımlanabilir (Görkem, 2019). Türk mutfak kültürünün göze çarpan imgeleri olan, Türkiye’de sıklıkla tüketilen ve her yörenin kendi mutfağına göre hazırlanışı ve sunumu şekillenen pideler ön plana çıkmaktadır (Özdemir, 2020; Badem ve Kurt, 2021). Turistlerin tatil yeri seçiminde, destinasyona özgü yiyecek ve içeceklerin rolüne pide özelinde de yaklaşılabılır (Canpolat vd., 2016). Ülkemizde pide denilince Aydın İli bazındaki ilçeler öncelikle akla gelmektedir (Baysal vd., 2018). Öte yandan pide deneyimi bu coğrafi sınırları ziyaret edecek potansiyel turistler açısından oldukça önemli bulunmaktadır (Sezgin ve Tanrısevdi, 2021).

Tablo 3: Araştırma Konusuyla İlgili Çalışma Örnekleri

Konu/Kavram	Kapsam/Yararlanılan Yönter	Kaynaklar
Pide	Gastronomik ve Tarihsel Bakış	(Şavkay, 2000; Yerasimos, 2019)
Pide ve Pideci	Ansiklopedik Bilgi	(Görkem, 2019)
Aydın İli	Uluslararası ziyaretçilerin gastronomi davranışları ve beklentileri	(Sezgin ve Tanrısevdi, 2021)
Coğrafi İşaretler	Gastronomi Turizmi kapsamında önemi	(Işın ve Yalçın, 2020)
	Şehir Pazarlaması kapsamında önemi	(Sarıpek ve Çevik, 2020)
Bafra Pidesi	Coğrafi işaret adı özelinde yapılmış pideler ile ilgili çalışmalar	(Canbolat, Keleş ve Akbaş, 2016)
Bozdoğan Pideleri		(Baysal, Kurnaz ve İşlek, 2018).
Espiye Pidesi		(Özdemir, 2020).
Ereğli Pidesi		(Badem ve Kurt, 2021).

Günümüzde istenilen kıvamdaki hamuruyla reçetesine uygun lezzet ve görünümde pide türünü hazırlamak ve fırınında pişirmek, Anadolu’da yüzyıllar boyunca usta çırak yöntemiyle yaşatılan pideci mesleği mensupları tarafından gerçekleştirilmektedir (MEB, 2017; Görkem, 2019).

Turizm Kapsamında Aydın İli

Turizm açısından ve araştırma konusu kapsamında Aydın İli’ne bakıldığında (Gürcün, 2011; Demir, 2021; T.C. Aydın Valiliği, 2024) özet ifadelerle;

- Geçmiş MÖ 13. yüzyıla kadar uzanan birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır.
- Coğrafi işareti tescillenmiş pideleri bulunan Karacasu, Nazilli, Söke ile beraber toplam 17 ilçesi bulunmaktadır.
- Ulaşım bakımından kara, demiryolu, deniz (Örn. Deniz Hudut Kapısı Didim Yat Limanı), hava (Örn. Aktarmalı İzmir Adnan Menderes Havaalanı) olanakları bulunmaktadır.
- Turizm, tarımdan sonraki ikinci önemli gelir kaynağıdır.
- Tarımın destekleyici etkisiyle beraber gastronomi turizmi önem kazanmaktadır.
- 150 km sahil şeridi, işletme ve yatırım belgeli 109 tesis (33555 yatak), belediye belgeli 408 tesisi (28948 yatak) bulunmaktadır.
- Turizm açısından en önemli ilçeler Kuşadası ve Didim olarak ön plana çıksa da diğer ilçelerin kültürel/gastronomik değerleri ile önem kazanma potansiyelleri mevcuttur.

YÖNTEM

Amaç

Araştırmanın amacı, Aydın İli bazındaki güncel coğrafi işaret tescilli pidelerin ürün tanımı ve ayırt edici özelliklerinden yola çıkarak üretim metodu ve reçete farklılıklarının belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda nitel yaklaşım benimsenerek buna bağlı veri toplama ve analiz süreçleri dinamik olarak takip edilmiştir. Devamında ilgili ürünlerin gastronomik ve turistik yönlerinin değerlendirmesiyle elde edilen çıktıların tüm paydaşlar için katkı sağlaması umulmaktadır.

Araştırma Sorusu, Kapsamı, Süreç ve Uygulama

Araştırma sürecinde “Aydın İli bazındaki coğrafi işaret tescilli pidelerin üretim metodu ve reçete farklılıkları nelerdir ve ilgili ürünlerin gastronomik ve turistik yönleri nasıl değerlendirilebilir?” sorusuna yanıt aranmıştır. Bu amaç doğrultusunda, literatür ışığında nitel veri toplama tekniklerinden doküman

Tablo 4: Tescil Süreçleri ve Çeşitlilik Karşılaştırma Tablosu

Coğrafi İşaretin Adı	Karacasu Pidesi	Nazilli Pidesi	Söke Pidesi	Söke Tahinli Pidesi	Yenipazar Pidesi
Tescil No	536	594	1248	1521	1637
Türü	Mahreç İşareti				
Ürün Grubu	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar				
Başvuru Tarihi	12.07.2018	4.04.2019	6.12.2021	27.03.2023	16.06.2023
Tescil Tarihi	17.09.2020	18.11.2020	31.10.2022	18.01.2024	05.09.2024
Başvuru Yapan/Tescil Ettiren	Karacasu Esnaf ve Sanatkarlar Odası	Nazilli Ticaret Odası	Söke Ticaret Borsası	Söke Ticaret Odası	Aydın Büyükşehir Belediyesi
Varsa Alt Çeşitleri ve Sayısı	6 Çeşit	4 Çeşit	Yok	Yok	6 Çeşit

İlgili tanımlarından (555 sayılı KHK, 1995; TÜRKPATENTa, 2024) yola çıkarak mahreç işaretinin, menşe adı işaretine göre daha kolay tescil süreçlerinden geçtiği anlaşılmaktadır. Araştırma kapsamındaki pideler geleneksel olarak bir ekmek gibi tüketilen (Şavkay, 2000) formundan ziyade yine kendilerine has hazırlanan hamurlarının içine konulan harca (iç malzemeler) göre isim alan yemeklerdir (Görkem, 2019). Bu bağlamda içine konan malzemelerin pek çok farklı bileşenden oluşması söz konusudur. Öte yandan sadece pide hamuru bile en azından un, tuz, su, maya olmak üzere pek çok bileşenin bir araya getirilmesiyle hazırlanır. Bu kadar çok bileşenin her birinin ürünün coğrafi sınırlarında doğal/kültürel kaynak olarak bulunmasının zorluğu göz önüne alındığında pidelerin genel olarak “Mahreç İşareti” ile sınıflandırılması makul görülmektedir. Ayrıca bu işaretin gerekli şartlar sağlandığında turistik ürün şeklinde kullanıma kazandırılmasının kolaylığı (Hoş, 2019) pidelerin turistik yönlerinin değerlendirilmesinde fırsatlar oluşturabilir. Her bir coğrafi işaret adındaki pide kendi alt çeşitlerini de dâhil edince zengin bir ürün çeşitliliği sunmaktadır.

Üretim Metodu Bakımından Pide Hamuru Bileşen Özellikleri ve Hazırlanışı

Araştırma kapsamında Karacasu (altı çeşit), Nazilli (dört çeşit) ve Yenipazar (altı çeşit) pideleri içine konan harcın iç malzeme bileşenlerine göre alt çeşitlerde adlandırılrsa da genel olarak her bir coğrafi işaret adının pide hamuru kendi içinde tek bir standarda sahiptir. Bu bağlamda üretim metodu bakımından her bir coğrafi işaret adının pide hamuru bileşen özellikleri ve hazırlanışındaki farklılıklar Tablo 5’te sunulduğu gibidir.

Tablo 5: Pide Hamuru Bileşen Özellikleri ve Hazırlanışı

Coğrafi İşaretin Adı	Karacasu Pidesi	Nazilli Pidesi	Söke Pidesi	Söke Tahinli Pidesi	Yenipazar Pidesi
Bileşen 1: Un	50 kg Buğday	Günlük üretilecek pide miktarına göre Buğday	1 kg Buğday	1.5 kg Buğday (15 kişilik)	50 kg Buğday
Bileşen 2: Su	25-30 L	Un miktarının %50-60 kadarı Yumuşak	300-350 ml Yaz: Ortam Sıcaklığı Kış: Ilık	1 L	30 L
Bileşen 3: Maya ve/veya İlaveleri	250-300 g Yaş	Un miktarının %0.3 kadarı <i>Saccaromyces cerevisia</i>	10-15 g Yaş	10 g Ekmeklik 2 g Toz şeker ve suyla	210 g Yaş <i>Saccaromyces cerevisia</i>

Bileşen 4: Tuz	200-250 g	Un miktarının %0.7 kadarı	10 g	20 g	350 g
İşlem 1: Yoğurma	5 dk Katı Kıvam 10 dk Su Ekleyerek	Elle kıvam bulana kadar	Kıvam bulana kadar	20 dk	Kıvam bulana kadar
İşlem 2: Bekletme	25 dk	120 dk	25-30 dk	5 dk	60 dk
İşlem 3: Ayırma	150 g	150 g	Tekrar 2-3 dk Yoğurarak 180- 200 g	150 g	Avuç içi büyüklüğünde top şeklinde
İşlem 4: Dinlendirme	Ahşap tezgâhta (Pasa) Bezle örtülü	İçi unlanmış tahta muhafaza	En fazla 60 dk içerisinde kullanılmalı	30 dk Dairesel şekli verilmiş olarak	İçi unlanmış paşada muhafaza

Benzerlik ve farklılıklar göz önünde bulundurulduğunda, Söke Tahinli Pidesinin mayasının aktif hale gelmesi/çözündürülmesi için 2 g toz beyaz şekerin su ilave ederek elle çırpılmak üzere eklenmesi (TPE, 2024ç) dışında buğday unu, su, maya, tuz farklı oranlarda bulunsun da tüm pidelerin ortak bileşenidir. Yine Söke Tahinli Pidesi kendi özelinde ekmeklik maya kullanımıyla farklılık göstermektedir. Pide hamuru hazırlama işlem basamakları ustalık gerektiren adımlardan oluşur. Örneğin Nazilli Pidesi için bileşenlerin oranı sipariş miktarına göre belirlenen buğday ununun gramajı referans alarak belirlenir. Söke Pidesi içinse hamura eklenecek suyun sıcaklığı hususunda mevsimsel olarak hassas davranılır. Yaz aylarında ortam sıcaklığında bulunan su kullanılırken kış aylarında ise 25-30 °C' aralığında ılık olarak ifade edilen su kullanılır. Pide hamurunun hazırlanmasında hamurun istenen görünüş/yapı özelliğine kavuşması için yoğurma, mayalanması için bekletme, kabaran hamuru uygun gramajda ayırma ve iç malzemelerini ekleyip pişirmek üzere dinlendirme her pide için aynı/benzer sıralamada gerçekleşse de işlem süreleri farklılık gösterebilmektedir.

Bu bağlamda reçetesine uygun bir kıvamda pide hamuru hazırlamak uzmanlık ve mesleki yeterlilik gerektirdiğinden (MEB, 2017) bu işi uygun standartlarda gerçekleştirecek iş gören seçiminin ve yetiştirilmesinin önemi anlaşılmaktadır.

Pide Çeşitlerinin Belirlenmesinde Harç Malzemeleri ve Diğer Özellikler

Karacasu Pidesi (TPE, 2024a) aşağıdaki harç malzemesi listelerine göre altı çeşitte yapılır.

Kıymalı pide: • 60 g orta yağlı dana kıyması (kaburga eti), • 30 g soğan, • 30 g domates, • Yeteri kadar maydanoz, tuz ve karabiber, • 150 g dinlendirilmiş hamur, • İsteğe bağlı olarak yumurta ve kaşar peyniri.

Kaşar peynirli pide: • 90 g rendelenmiş kaşar peyniri, • 150 g dinlendirilmiş hamur, • İsteğe bağlı olarak yumurta.

Kuşbaşılı pide: • 100 g kuşbaşı doğranmış sinirsiz dana eti (antrikot veya bonfile), • 30 g kuşbaşı şeklinde doğranmış domates, • 150 g dinlendirilmiş hamur, • Yeteri kadar maydanoz, tuz ve karabiber, • İsteğe bağlı olarak yumurta.

Beyaz peynirli yumurtalı pide: • 90 g rendelenmiş beyaz peynir, • 150 g dinlendirilmiş hamur, • Maydanoz ve iki adet yumurta.

Yuvarlak kıymalı pide: • 20 g orta yağlı dana kıyma, • 10 g domates, • 10 g soğan, • 50 g dinlendirilmiş hamur, • Yeteri kadar maydanoz ve tuz.

Tahinli pide: • 130 g tahin, • 60 g beyaz toz şeker, • 120 g dinlendirilmiş hamur, • 15-20 g tereyağı.

Nazilli Pidesi (TPE, 2024b) aşağıdaki harç malzemesi listelerine göre dört ayrı çeşitte yapılır. Hamurunun gramaj ayarının (her biri yaklaşık 150 g) yapılması dışında herhangi bir makine veya yardımcı alet kullanılmaz. Diğer alt çeşitlerden farklı olarak tahinli pide hamurunun gramajı kişi sayısına göre ayarlanır.

Kıymalı pide için 1 kg kıyma harcı listesi: • 600 g az yağlı dana kıyması (koltuk altı), • 150 g soğan, • 200 g domates, • 50 g maydanoz, • 2 g tuz. 1(bir) pide için bu harçtan 180 g ve 150 g hamur birlikte kullanılır.

Peynirli Pide (180g Harç için): • 75 g rendelenmiş tulum peyniri, • Yeteri kadar maydanoz, • 2 adet yumurta ve • 150 g hamur.

Yuvarlak Kıymalı Pide/Nazilli Güllü (1 adet için): • 70 g hamur ve 80 g kıymalı pide için hazırlanan kıyma harcından kullanılır.

Tahinli Pide (Ortalama 12-13 adet için): • 1 kg pide hamuru, • 1,5 kg susam tahini, • 1 kg toz şeker, • 100 g tereyağı kullanılır.

Söke Pidesinin (TPE, 2024c) alt çeşidi bulunmayıp bir pide 180-200 g hamur ve toplamda 200-230 g iki ayrı iç harçtan üretilir. Malzeme listesine göre elde edilen harçlar (• 1000 g yağsız dana kıyması (kol, boşluk, kaburga), • 400-600 g domates, • 4 demet maydanoz, • 2 adet yumurta (100 g), • 350-400 g çökelek) pide üretiminden hemen önce birebir oranında karıştırılır. İlk harcın hazırlanmasında kıyma, tepsi içinde taş fırında 120-130°C'de 3-4 saat kavrulur, %1 oranında tuz ilave edilir ve kavrulurken topaklanan kıyma parçaları, pirinç tanesi büyüklüğüne gelinceye kadar havanda ezilir. 2-3 mm'lik küpler halinde doğranmış domatesler kıyma ile karıştırılıp bir kaba konur. İkinci harç içinse maydanozlar 2-3 mm genişliğinde doğranır, üzerine çökelek eklenir ve yumurta kırılıp karıştırılarak bir kaba konur. İstenirse pul biber ve karabiber eklenmesi mümkündür. Gramaj olarak pide iç malzemesinin hamura oranla fazla olduğu görülmektedir.

Söke Tahinli Pidesinin de (TPE, 2024ç) alt çeşidi bulunmayıp iç malzemesi listesi pide hamuru bileşenlerine (Bknz. Tablo 5) ek olarak 15 kişi için; • 1 kg tahin, • 1 kg toz beyaz şeker, • 300 g tereyağı şeklindedir. Malzemelerin bir kısmı pide üretim sürecinin farklı aşamalarında tekrar eden şekilde kullanılmaktadır. Örnek akışta, açılacak hamur üzerine tahin ve toz beyaz şeker iyice yayılır. Hamur el ile kenarlarından yuvarlanarak kendi etrafında sarılır ve tekrar açılır. Ardından pişirilmesi için üzerine un serpilmiş yağlı kâğıtlara ve/veya tepsilerin üzerine konulur. Üzerine; tereyağı, tekrar tahin ve toz beyaz şeker konulur ve her yerine iyice yayılması sağlanır. Daha sonra pişirme aşamasına geçilir.

Yenipazar Pidesi (TPE, 2024d) aşağıdaki harç malzemesi listelerine göre altı çeşitte yapılır.

Uzun Kıymalı Pide (Tek porsiyon): • 150 g hamur, • 75 g kıyma, • 15 g soğan, • 35 g domates, • 5 g maydanoz.

Kıymalı Yumurtalı Pide (Tek porsiyon): • 150 g hamur, • 75 g kıyma, • 2 adet yumurta, • 15 g soğan, • 35 g domates, • 5 g maydanoz.

Yuvarlak Kıymalı Pide (1 adet): • 50 g hamur, • 25 g kıyma, • 5 g soğan, • 10 g domates, • 1 g maydanoz.

Kapalı Kesikli Pide (Tek porsiyon): • 150 g hamur, • 100 g çökelek, • 100 g inek peyniri, • 5 g maydanoz.

Peynirli Yumurtalı Pide (Tek porsiyon için): • 150 g hamur, • 75 g çökelek, • 75 g inek peyniri, • 2 adet yumurta, • 5 g maydanoz.

Tahinli Pide (Tek porsiyon): • 100 g hamur, • 150 g tahin, • 100 g şeker.

Araştırma kapsamında yukarıdaki veriler değerlendirildiğinde, her bir coğrafi işaret adının kendi özelinde ayırt edici pek çok özelliği olduğu ve kullanılan harç malzemelerine göre farklılıklarının detaylandığı görülmektedir.

Benzerlikleri açısından, alt çeşidi bulunmayan Söke Tahinli Pidesiyle beraber Karacasu, Nazilli, Yenipazar pidelerinin alt çeşitleri olan üç tahinli pidenin (Toplam dört) pek çok ortak özelliği göze çarpmaktadır. İlk bakışta dış görünüşleriyle bu pideleri birbirinden ayırmak oldukça zor olabilir. Tahin ve şeker en temel ortak bileşenleri olan bu tahinli pidelerin çapları Yenipazar Tahinli Pidesi (30 cm) dışında birbiriyle örtüşen uzunluklardadır (Söke: 20 cm; Karacasu: 20-25 cm; Nazilli: 20 cm).

Kendi özelinde Söke Pidesi kıyma harcının içinde çökelek ve yumurta bulunmasıyla değişiklik gösterirken Karacasu, Nazilli, Yenipazar pidelerinin alt çeşitleri olan toplam üç kıymalı pidenin benzerliği ve yine Karacasu, Nazilli, Yenipazar pidelerinin alt çeşitleri olan toplamda üç yuvarlak kıymalı pidenin kesişen pek çok özelliği (Örn. 10-15 cm aralığında pide çapı) dikkat çekmektedir. Bu bağlamda turist, müşteri ya da tüketici penceresinden bakılacağına çok fazla ortak/kesişen özelliği olan pidelerin farklılıkları kavranamayabilir.

Pidelerin Pişirilmesi Bakımından Fırın ve Yakacak Özellikleri

Üretimine bir asırdan fazla devam edilen örnekleri bulunan (TPE, 2024a) pidelerin tüketene pek hoş olmasını ve kendine has kokusunu sağlayan unsurların başında pişirildiği fırın (TPE, 2024b) gelmekte olup pide temelde bir fırıncılık ürünüdür.

Tablo 6: Fırın ve Yakacak Özellikleri Karşılaştırma Tablosu

Coğrafi İşaretin Adı	Karacasu Pidesi	Nazilli Pidesi	Söke Pidesi	Söke Tahinli Pidesi	Yenipazar Pidesi
Fırın Özellikleri	Kara Fırın 2x2 metre Ateş tuğlası ile döşenmiş	Taş Tabanlı Odunlu Fırın	Taş Fırın	Tercihen Taş Zeminli Fırın	1.4x1.4 veya 2x2 metre Ateş tuğlasından yapılmış Özel Bacalı
Yakacak Özellikleri	Pelit Meşe Odunu Palamut Odunu	Odun Ateşi	Meşe Odunu	Odun Ateşi	Zeytin Odunu Şeftali Odunu

Fiziksel veya kimyasal değişime uğratılmak üzere fırınlanan bir madde (pide) sadece fırının sıcaklığı değil başka özelliklerinin de etkisiyle pişirilme sürecinin sonunda farklı şekiller alabilir. Araştırma kapsamındaki pidelerin pişirilmesi bakımından öne çıkan fırın ve yakacak özellikleri Tablo 6'da sunulmuştur. Lezzetli bir pideyi meydana getirebilmek için fırın özellikleri dışında yakılacak odunun özellikleri de ön plana çıkmaktadır. Özellikle Karacasu, Söke ve Yenipazar pidelerinde odunların hangi ağaçlardan elde edildikleri önemlidir.

Pidelerin Aydın İli Bazında Coğrafi Sınırlarının Kapsamı

Aydın Gastronomisi geleneksel tarifleriyle gelişim gösterirken (Kocabalkan, 2022) içindeki pide unsurlarının turistik tüketim açısından değerlendirilmesi ilgili paydaşlar açısından önem taşımaktadır (Örn. Eravcı, 2023; STB, 2023).

Tablo 7: Coğrafi Sınır Karşılaştırma Tablosu

Coğrafi İşaretin Adı	Coğrafi Sınırı
Karacasu Pidesi	Aydın ili Karacasu ilçesi
Nazilli Pidesi	Aydın ili Nazilli, Kuyucak, Karacasu, Bozdoğan, Yenipazar, Sultanhisar ve Buharkent ilçeleri
Söke Pidesi	Aydın ili Söke ilçesi
Söke Tahinli Pidesi	Aydın ili
Yenipazar Pidesi	Aydın ili

Gezi, ziyaret ya da alışveriş programları ne olursa olsun seyahat eden/edecekler için yönelik coğrafi işaret adı olan pidelerle destinasyon tanıtımı ve gastronomi turizmine yönelik çabalar bölgesel kalkınma açısından önemlidir (Canbolat vd., 2016). İlgili çalışmalara ilişkin bölgenin coğrafi sınırlarının açıkça belirlenmesi gerekli olduğundan (555 sayılı KHK, 1995: Madde 5) Tablo 7’de her bir coğrafi işaret adının coğrafi sınırlarının kapsamı sunulmuştur.

Söke Tahinli ve Yenipazar pideleri il geneli; Karacasu ve Söke pideleri kendi ilçeleri; Nazilli Pidesi ise kendi dışındaki altı ilçenin sınırlarını da kapsayacak şekilde coğrafi olarak sınırlandırılmıştır. Bu ilçelerin içinde coğrafi işaret adı bulunan pidelerin ilçeleri de bulunduğu görülmektedir. Örneğin Yenipazar ilçesini ziyaret eden birisinin hem Yenipazar hem de Nazilli kıymalı pidelerini aynı sınırlar içinde deneyimleyebilme olanağı bulunmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Aydın İli bazında araştırma sorusuna aranan yanıt çerçevesinde öncelikle coğrafi işaret adı bulunan pidelere ilişkin veriler derlenmiş, bulgular kısmında tablolar yardımıyla karşılaştırmalar yapılmış ve bu bölümün akışındaki değerlendirme çıktıları ortaya konmuştur.

Aydın Gastronomisi;

- Başlangıçlar (Örn. Yoğurtlu Çıtır Biber, Mucver çeşitleri),
- Çorbalar (Örn. Kulak, Arpacık, Hamur çorbaları),
- Salatalar (Örn. Soğan, Çoban, Yoğurtlu Semiz Otu salataları),
- Turşular (Örn. Enginar, Pancar, Yaz turşuları),
- Kavurma ve Kızartmalar (Örn. Kuzu Göbeği Mantarı, Pazı, Döndürme, Ebegümeci),
- Zeytinyağlılar (Örn. Sirkeli Balkabağı, Gök Aşı),
- Sarma ve Dolmalar (Örn. Zeytinyağlı Yaprak Sarması, Kabak Çiçeği Dolması),
- Hamur İşleri (Örn. Aydın Gevreği, Genel olarak Pideler),
- Etli ve Sulu Yemekler (Örn. Kuzu Etli Enginar, Kuzu Etli Şevketi Bostan),
- Tatlılar (Örn. Kabak Tatlısı, Lokma) gibi pek çok geleneksel tarifiyle tarihsel gelişim gösterirken (Kocabalkan, 2022) içeriğinde kullanılan malzemelerin (hamur/iç harç) farklılığı, üretim metodu ve ustalarının becerileriyle günümüze kadar ulaşan pideler ise kendine özel sınırlarının sembolü hâline gelmiştir. Pidelerin geçmişi eskiye dayanıp Aydın Mutfak Kültüründe önemli bir yer edinmişlerdir. Üretimi, özellikle iç harcının hazırlanması bakımından coğrafi sınıra özgü koşullar bulundurmaktadır (TPE, 2024a; 2024b; 2024c; 2024ç; 2024d). Doğal kaynaklarıyla bir konumda yeşeren ve kültürel birikimle bir yerde yetişen, belirli sınırlar içinde kendine özgü değerleri bulunan coğrafi işaretli pidelerin, gastronomi turizmine konu değerleriyle de turist çekebilecek bir şehir olan Aydın İli (Gürcün, 2011; Kocabalkan, 2022) bazında bütüncül olarak değerlendirilmesinin ileriye dönük önemli katkılar sağlayacağı anlaşılmıştır. Bu bağlamda coğrafi işaret adının sınırlarına (Tablo 7) göre ilgili pidelerin tanıtımı ve pazarlanması bölgelerin bir destinasyon olarak bilinirliğinin artmasına ve daha sık ziyaret edilmesine katkı sunabilecektir. Pide denilince öncelikle Aydın İli bazındaki ilçelerin akla gelebilmesi (Baysal vd., 2018) ve pidelerin Aydın Gastronomisi bakımından önemi (Sezgin ve Tanrısevdi, 2021) göz önünde bulundurulduğunda alt başlıklardaki öneriler geliştirilmiş ve çıkarımlara ulaşılmıştır.

Kuramsal Çıkarımlar ve Akademik Öneriler: Literatüre pide ve coğrafi işaret tescili bulunan pideler bakımından yaklaşıldığında (Şavkay, 2000; Görkem, 2019; Yerasimos, 2019; Işın ve Yalçın, 2020; Sarıipek ve Çevik, 2020; Sezgin ve Tanrısevdi, 2021), bu çalışmayı örnek alarak ya da sonuçlarından yararlanarak araştırma yapacaklara tavsiyeler aşağıda olduğu gibidir;

- Öncelikle ilgili alan yazın incelendiğinde coğrafi işaret tescilli/tescil sürecinde olan pidelerle ilgili görece az sayıda (Örn. Canbolat vd., 2016; Baysal vd., 2018; Özdemir, 2020; Badem ve Kurt, 2021) araştırma olduğu görülmektedir. Bu bağlamda öncelikle daha fazla ve detaylı araştırma yapılması tavsiye edilebilir.
- Genelde bu çalışmalar bir coğrafi işaret adına odaklansa da gelecek çalışmalar gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaretli pidelerin farklı iller veya ilçeler bazında bütüncül karşılaştırılması ile yapılabilir.
- Turizm ve ulaşım açısından Aydın İli'ne bakıldığında (Demir, 2021; T.C. Aydın Valiliği, 2024); kara, demiryolu, deniz, hava (Örn. Aktarmalı İzmir Adnan Menderes Havaalanı) yolu olanakları bakımından zengin bir bölgede bulunmaktadır. Bu bağlamda Tablo 7'deki pide coğrafi sınırları göz önünde bulundurularak tur planlanmasında yeni rota önerilerine yönelik çalışmalar yapılabilir. Bulgular kısmında üzerinde durulan ve oldukça benzer pide alt çeşitlerinin coğrafi sınırlarının ne şekilde birbirini kapsadığı/dışladığı gözden kaçırılmamalıdır.
- Coğrafi işaret adı temelde ayırt edici özellikler üzerinden ürünü tescilleme amacı taşır. Bu bağlamda ayırt edici özelliklerinden çok birbirine oldukça benzer özellikler gösteren coğrafi işaret adı/alt çeşitlerinin (Örn. Kıymalı, Yuvarlak Kıymalı, Tahinli pideler) detaylı farklılıklarının daha belirgin ortaya çıkarılması ve yaratıcı biçimde değerlendirilmesine yönelik çalışmalar yapılabilir.

Uygulamaya Dönük Çıkarımlar: Uygulamacılara yönelik nelerin önerilebileceğine ilişkin değerlendirmeler neticesinde önemli olanlar aşağıda olduğu gibidir;

- Turizm, geçmişinde birçok medeniyete ev sahipliği yapan Aydın İli için tarımdan sonraki en önemli gelir kaynağıdır. Gastronomi turizmi kapsamında kültürel/gastronomik değerlerin önemi bu unsurlara ilişkin deneyim kazanmak için çıkılan seyahatler açısından artmaktadır (Gürcün, 2011; Sormaz, 2019; Demir, 2021; T.C. Aydın Valiliği, 2024). Bu bağlamda ekonomik kalkınma, kültürel varlık olarak korunması, sürdürülebilirliğinin sağlanması ve destinasyon tanıtımı ve imajı bakımından (Işın ve Yalçın, 2020; Kavas ve Bucak, 2023) coğrafi işaretli pideler tüm paydaşlar için önem taşımaktadır.
- Coğrafi işaretleme sisteminin önemi hususunda başta yerel halk olmak üzere ilgili kamu ve sektör kuruluşlarının bilinçlendirilmesi sağlanıp pide hamuru ve iç malzeme bileşenlerinin elde edilmesinde yöresel ürün sağlayanlar teşvik edilebilir.
- Reçetesine uygun bir pideyi ortaya çıkarmak uzmanlık ve mesleki yeterlilik gerektirdiğinden (MEB, 2017) bu işi uygun standartlarda gerçekleştirecek iş gören seçiminin ve yetiştirilmesinin önemi söz konusudur. Özellikle çok benzer özellik gösteren pidelerin arasındaki farkı ortaya koymak pideci (insan) becerisi çerçevesinde gelişir. Uygun pide/iç malzeme belirtilen özelliklere göre elde edildikten sonra gramaj ayarları, fiziki görünüm özelliklerinin sağlanması, pişirmenin uygun sürede gerçekleşmesi ustalık gerektiren süreçlerdir.

KAYNAKÇA

- Badem, A. ve Kurt, E. (2021). Zonguldak'ın Meşhur Bir Unlu Mamulü: Ereğli Pidesi. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(25), 701-721.
- Baysal, K., Kurnaz, A. ve İşlek, E. (2018). Yöresel yemeklerin gastronomik ürün olarak kullanılması: bozdoğan pideleri örneği. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5 (26), 2505- 2514.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. A., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2018). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri (Gözden geçirilmiş yirmi dördüncü baskı)*. Ankara: Pegem Akademi.
- Canbolat, E., Keleş, Y. ve Akbaş, Y. Z. (2016). Gastronomi turizmi kapsamında samsun mutfağına özgü turistik bir ürün: Bafra pidesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* (4), 4, 75-87. <https://doi.org.10.21325/jotags.2016.49>.

- Demir, H. (2021). Aydın, İçinde, Kozak, N. (Editör), Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/aydin>. Erişim Tarihi: 16 Eylül 2024.
- Eravcı, İ. (2023, Aralık 18). Yeni Söke Aydın Haberleri, Söke Pidesinde Lezzet Sırri. <https://yenisokegazetesi.com/haber/18422121/soke-pidesinde-lezzet-sirri-ici-ve-pisirilmesinde-sakli>. Erişim Tarihi: 16 Eylül 2024.
- Görkem, O. (2019). Pideci, İçinde, Kozak, N. (Editör), Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/pideci>. Erişim Tarihi: 03 Mayıs 2024.
- Gürcün, D. (2011). *Aydın ili turizm potansiyelinin analizi*. (Yüksek Lisans Tezi) Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hoş, K. (2019). Mahreç İşareti, İçinde, Kozak, N. (Editör), Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/mahrec-isareti>. Erişim Tarihi: 16 Eylül 2024.
- Işın, A. ve Yalçın, E. (2020). Coğrafi İşaretili Ürünlerin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism ve Gastronomy Studies*, 8(4), 2507-2522.
- Kavas, S. ve Bucak, T. (2023). Bölge Tanıtımına Coğrafi İşaretili Yemeklerin Katkısı: Ege Bölgesine Ait Köfteler. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 7(2), 328-345.
- Kocabalkan, S. (2022). *Geleneksel Tarifleriyle Aydın Gastronomisi*. İstanbul: T.C. Aydın Valiliği.
- Milli Eğitim Bakanlığı (MEB), (2017). *Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü Yiyecek İçecek Hizmetleri Alanı Pide Yapımı Kurs Programı*. Ankara: MEB Yayınları.
- Özdemir, M. (2020). Coğrafi işaretler ve Türk mutfak kültüründe bir imge: Espiye pidesi. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 8(25), 92-104.
- Patton, M. Q. (2018). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri* (M. Bütün ve S. B. Demir, Çev. Ed.). Ankara: Pegem Akademi.
- Sarıpek, S. ve Çevik, S. (2020). Oraların nesi meşhur: Şehir pazarlamasında coğrafi işaret tescilli ürünler. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(32), 4907-4938.
- Sezgin, E. K. ve Tanrısevdi, A. (2021). Uluslararası ziyaretçilerin gastronomi davranışları ve beklentileri: Aydın ili örneği. *Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi*, 7(13), 68-93.
- Sormaz, Ü. (2019). Gastronomi Turizmi, İçinde, Kozak, N. (Editör), Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/gastronomi-turizmi>. Erişim Tarihi: 16 Temmuz 2024.
- Söke Ticaret Borsası (STB) (2023, Nisan 06). Söke Ticaret Borsası. <http://www.soketb.org.tr/end/?PID=newsreadveNID=8112>. Erişim Tarihi: 14 Eylül 2024.
- Şavkay, T. (2000). Osmanlı mutfak. İstanbul: Şekerbank Yayınları.
- T.C. Aydın Valiliği (2024, Haziran 23). Kültür ve Turizm. <http://www.aydin.gov.tr/turizm>. Erişim Tarihi: 23 Haziran 2024.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TÜRKPATENTa), (2024, Haziran 15). Türk Patent ve Marka Kurumu. <https://ci.turkpatent.gov.tr/>. Erişim Tarihi: 15 Haziran 2024.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TÜRKPATENTb), (2024, Eylül 08). Türk Patent ve Marka Kurumu. <https://ci.turkpatent.gov.tr/>. Erişim Tarihi: 08 Eylül 2024.
- Türk Patent Enstitüsü (TPEa), (2024, Haziran 17). Karacasu Pidesi Coğrafi İşaret Tescil Belgesi <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/38599>. Erişim Tarihi: 17 Haziran 2024.
- Türk Patent Enstitüsü (TPEb), (2024, Haziran 21). Nazilli Pidesi Coğrafi İşaret Tescil Belgesi <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/281>. Erişim Tarihi: 21 Haziran 2024.
- Türk Patent Enstitüsü (TPEc), (2024, Haziran 22). Söke Pidesi Coğrafi İşaret Tescil Belgesi <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/5625>. Erişim Tarihi: 22 Haziran 2024.
- Türk Patent Enstitüsü (TPEç), (2024, Haziran 29). Söke Tahinli Pidesi Coğrafi İşaret Tescil Belgesi <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/9062>. Erişim Tarihi: 29 Haziran 2024.
- Türk Patent Enstitüsü (TPEd), (2024, Eylül 08). Yenipazar Pidesi Coğrafi İşaret Tescil Belgesi <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/9643>. Erişim Tarihi: 08 Eylül 2024.

- Yerasimos, M. (2019). *Evliyâ Çelebi Seyahatnâmesi'nde yemek kültürü: yorumlar ve sistematik dizin*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Yüksel, A. ve Yüksel, F. (2004). *Turizmde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Turhan.
- Zengin, B., Uyar, H. ve Erkol, G. (2015). Gastronomi turizmi üzerine kavramsal bir inceleme. *Ulusal Turizm Kongresi*, 1, 16.
- 555 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname (1995). Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında 555 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname, 27(06), 1995-22326.

DOĞAL VE YEREL: SAPANCA RESTORANLARINDA YÖRESEL ÜRÜNLERİN ROLÜ

Zeynep ATEŞ

Öğr. Gör., Trakya Üniversitesi, Arda Meslek Yüksekokulu,
E-posta: zeyneptuc@trakya.edu.tr, Orcid Numarası: 0000-0002-3838-0876

Şevki ULEMA

Prof. Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
E-posta: ulema@subu.edu.tr, Orcid Numarası: 0000-0002-5874-8797

GİRİŞ

Teknolojinin insan yaşamına kazandırdığı en büyük avantajlardan biri olan sosyal medya, teknolojik gelişmelerin hız kazanmasıyla birlikte hızla yayılmakta ve her geçen gün daha da artan bir öneme ve etkiye sahip olmaktadır (Görgényi vd., 2017; Altun ve Girgen, 2022). Laudon ve Laudon (2014), Web 2.0'ı "kullanıcı etkileşimi, anlık kullanıcı kontrolü, sosyal katılım ve kullanıcılar tarafından üretilen içerik" gibi dört temel unsurla tanımlamaktadır. Sosyal medya araçlarının pek çok sektörde hızlı bir şekilde yaygınlaştığı, yapılan çeşitli araştırmalarla ortaya konulmuştur. Bu sektörlerden biri de turizm sektörüdür; turizm, sosyal medyada en çok konuşulan ve tartışılan başlıca konulardan biri olarak dikkat çekmektedir (Eren ve Kuvetli, 2017). Günümüzde sosyal medya, tanıtım ve pazarlama stratejilerinde kilit bir araç olarak kabul görmektedir. Satın alma sürecinde, bireylerin kararlarını olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilecek içerikler ve yorumlar, sosyal medya platformlarında sıklıkla yer almaktadır (Faraç ve Cinnioğlu, 2021). Bu özellikler ve sunduğu olanaklar nedeniyle, sosyal medyanın hem işletmeler hem de turistik destinasyonlar açısından son derece önemli olduğu ve stratejik bir şekilde kullanılması gerektiği ifade edilebilir (Cankül vd., 2018). Bu çalışmada, yiyecek ve içecek işletmelerinin turizmin önemli bir bileşeni olduğu ve özellikle gastronomi turizmi bağlamında restoran seçiminin, seyahat motivasyonunda belirleyici bir unsur olarak öne çıktığı vurgulanmaktadır. Araştırma, gastronomi turizmi ile restoranlar arasındaki doğrudan ilişki nedeniyle, özellikle bu tür işletmelere odaklanmıştır. Bu bağlamda, Türkiye'nin en önemli şehirlerinden biri olan Sakarya ilinin Sapanca ilçesi örneği üzerinden bu ilişki incelenmiştir. İçerik analizi yöntemiyle yürütülen bu çalışmada, gastronomi turizmi, yiyecek ve içecek işletmelerinin türleri, Sakarya'daki gastronomik ürünlerin genel dağılımı ve Tripadvisor isimli sosyal medya platformu aracılığıyla bireylerin yiyecek ve içecek işletmesi seçimlerinde yöresel ürünlerin etkisi değerlendirilmiştir.

LİTERATÜR

Yapılan bu çalışmada örnek olarak, Türkiye'nin önemli şehirlerinden biri olan Sakarya'nın Sapanca ilçesi ele alınmıştır. Daha önce yapılmış benzer çalışmalar incelendiğinde, Ganzaroli vd. (2017)'de yapmış oldukları çalışmada TripAdvisor'ın Venedik'in kültürel mirası olarak restoranların kalitesi üzerindeki etkisinin analizinde kötü yorumların etkisine bakılmıştır. Bu çalışmada, TripAdvisor'ın turistlerin bilinçli kararlar almasına ve daha yüksek kaliteli restoranların popülaritesinin artmasına yardımcı olma verimliliğini araştırmaktadır. TripAdvisor'ın algoritmasının kaliteyi ödüllendirecek şekilde tasarlanmış olmasına rağmen,

bu hedeflere yeterince ulaşmadığını göstermektedir. Lei ve Low, (2015)'te TripAdvisor Yorumlarının İçerik Analizi: Macau'daki Restoranlar Üzerine Bir Vaka Çalışması gerçekleştirmiştir. Yapılan çalışmada Macau'daki pahalı restoranlar, daha az pahalı restoranlara kıyasla daha yüksek oranda olumsuz yorum aldığı ortaya çıkmıştır. Jakopavic (2016)'da TripAdvisor'daki "ortalama" restoranların çevrimiçi imajını tespit etmek amacı ile bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Günümüzde, bir ürünü satın almayı veya belirli bir hizmeti kullanmayı düşünen birçok kararsız kişinin, ürün veya hizmetle ilgili deneyimi olan kullanıcıların bıraktığı bilgilere güvendiği dikkat çekmektedir. Gabrichidze (2020)'de "Restoran Müşteri Memnuniyeti: TripAdvisor Değerlendirmelerinin Analizi" çalışmasında incelenen fast food restoranlarında en çok bahsedilen konuların yemek kalitesi ve hizmet kalitesi olduğunu göstermiştir. Müşteriler, içeriklerin tazelik

ve ev yapımı özelliğini, restoranın atmosferi ve konumundan daha fazla değer vermektedir. Müşteri memnuniyetini sağlayamamak, restoranın değerlendirmelerini olumsuz etkileyebilir ve müşteri sadakatini azaltabilir. Sünnetçioğlu ve Yıldırım, (2020)'de Tüketicilerin etnik restoranlarda yeme deneyimleri: İstanbul'daki Japon restoranları için TripAdvisor incelemelerinin analizini yapıldığı çalışmada bu amaçla, İstanbul'daki en iyi 10 Japon mutfağı hakkında Türk tüketicilerin TripAdvisor'da yaptıkları yorumlar içerik analizi ile incelenmiştir. Çıkan sonuçlardan tüketicilerin çoğunluğunun yorumlarının "Yiyecek-içecek" faktörüne odaklandığı ve tüketicilerin en çok düşündüğü faktör olduğu anlaşıldı. Yiyeceklerin lezzeti, tazeliği, sunumu ve çeşitliliği tüketicilerin aklındaki başlıca faktörler olduğu anlaşılmıştır.

ZIYCassar vd., (2020)'de şarap ve fine dining restoranlarındaki memnuniyet ölçümünde TripAdvisor kullanıcı tarafından oluşturulan içerikten turist deneyimlerinin analizi yapılmıştır. Tripadvisor diğer müşterilerin karar süreçlerini etkileyebilecek önemli bir elektronik ağızdan ağıza iletişim biçimini temsil eder. Živadinović, (2022)'de yapmış olduğu benzer bir çalışmada araştırmaların, yorumların restoranların karlılığını artırdığını göstermiştir. Aydın (2016), Tripadvisor yorumlarının İstanbul'daki bir restoranın imajını nasıl etkilediğini incelemiştir. Bulgularına göre, restoranın imajını olumlu yönde en çok etkileyen faktörler temizlik, konum ve yemek bekleme süresidir. Eren ve Kuvvetli (2017)'de Türkiye restoranlarının Tripadvisor yorumlarının içerik analizi yapılmıştır. Yapılan çalışmada incelenen yorumların neredeyse yarısında bir yemek veya içecek adı bulunmadığı sonucuna varılmıştır.

YÖNTEM

Bu araştırma, ikincil verilerin kullanımı ve içerik analizi metodolojisiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, özellikle TripAdvisor.com'dan elde edilen verilere dayanarak Sakarya ilinin Sapanca ilçesindeki restoranlar incelenmiş, bu restoranlara ilişkin tüketici yorumları ve menüler detaylı şekilde analiz edilmiştir. TripAdvisor, günümüzde birçok kişi için seyahat planlamasında birinci tercih haline gelmiştir. Google aramalarında önemli bir konuma sahip olması sayesinde, her ay yaklaşık 24 milyon ziyaretçi, dünya genelinde nerede konaklayacaklarını, nerede yemek yiyeceklerini ve hangi aktiviteleri yapacaklarını diğer kullanıcıların yorumlarını inceleyerek belirlemektedir (Keates, 2007). Bu bağlamda, çalışma kapsamında gastronomi turizmi perspektifinden yiyecek ve içecek işletmelerinin çeşitliliği, Sakarya'daki gastronomik ürünlerin yaygınlığı ve TripAdvisor platformu üzerinden kullanıcıların yöresel ürünlerin restoran seçimlerine olan etkisi incelenmiştir. Gastronomi turizmi, son yıllarda giderek daha popüler hale gelmiş ve turistlerin seyahat rotalarını belirlemede önemli bir rol oynamaya başlamıştır. TripAdvisor, turizm sektöründe otel, restoran ve turizm aktivitelerini analiz etmeyi kolaylaştıran, tüketicilerin çeşitli tartışma forumları aracılığıyla bir araya gelmelerine olanak sağlayan önemli bir sosyal ağ veya sanal topluluk olarak değerlendirilmektedir (Buhalis ve Law, 2008).

Çevrimiçi platformlar, geniş bir kitleye ulaşmayı amaçlayan önemli iletişim, bilgi ve eğlence araçları olarak kabul edilmektedir ve bu hedef kitleyi çekebilmek için üyelerine değerli ve nitelikli içerikler sunmaktadır. Seyahat incelemelerinin çevrimiçi platformlarda yaygınlaşması, gezginlerin zaman ve maliyet açısından daha fazla düşünsel yük taşımalarına neden olmakta ve bu nedenle, bilgi sürecinde maliyetleri düşürmek için çevrimiçi incelemelerin kalitesini değerlendirmek adına çeşitli dış ipuçlarına başvurmalarını gerektirmektedir (Lee vd., 2011). Çalışmada, Sapanca ilçesi, TripAdvisor üzerinde odaklanılan ana konum olarak belirlenmiş ve gezgin puanı 4 ve üzeri olan toplam 63 restoran detaylı olarak değerlendirilmiştir. Bu restoranlar arasından en yüksek puana sahip olan ilk 15 restoran, çalışmanın örneklemini oluşturacak şekilde seçilmiş ve derinlemesine analiz edilmiştir. Araştırma, bu 15 restoranın küme örnekleme yöntemiyle belirlenmesine odaklanmış ve TripAdvisor platformu üzerinden toplanan ziyaretçi yorumları üzerinde yoğunlaşmıştır. Her bir yorum, yorum yapan kullanıcının adı, bulunduğu konum, kullanıcı profili (seviyesi, siteye katılma tarihi gibi detaylar), restoran derecesi, yorum başlığı, yorumun görüntülenme tarihi ve deneyim tarihi gibi bilgileri içermektedir (Živadinović, 2022). Çalışma, belirtilen ilçedeki tüm restoranların detaylı olarak listelenmesiyle başlamış ve ardından gezginlerden en yüksek puanı almış (4 ve üzeri) restoranların belirlenmesiyle devam etmiştir. Yorumlar, 15 Mayıs 2024 tarihinde toplanmış ve belirli kategoriler altında sınıflandırılmış olup, bu süreçte TripAdvisor'daki kullanıcı yorumları kapsamlı bir şekilde analiz edilmiştir.

BULGULAR ve TARTIŞMA

Araştırmanın bulgular bölümünde, en yüksek gezgin puanına sahip olan ilk 15 restoranın menüleri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Bu menülerde Sakarya yöresine ait ürünler tespit edilmiş ve analiz edilmiştir. Çalışmanın genelinde ise, yöresel ürünlerin yiyecek ve içecek işletmelerinin tercih edilmesinde ne kadar etkili olduğu Sapanca örneği üzerinden detaylı bir şekilde analiz edilmiştir. Yapılan analizlerin sonuçlarına göre, müşteri yorumlarının çoğunun işletmeler hakkında yapılan olumsuz yorumlar üzerinde yoğunlaştığı görülmüştür. Bu olumsuz yorumlar genellikle yüksek fiyatlar ve hizmet kalitesi eleştirilerine odaklanmıştır. Çalışmanın ana amacı, yiyecek ve içecek işletmelerinin gastronomi turizmi açısından önemini vurgulamak ve Sapanca ilçesi örneğinde yöresel ürünlerin restoran seçimindeki etkilerini incelemektir. Sakarya'nın zengin mutfak kültürünün ve coğrafi işaretli ürünlerinin tanıtılması, turizmde ve yerel ekonomide olumlu etkiler yaratabilir. Yerel ürünlerin turistler tarafından tercih edilmesi, yöredeki işletmelerin gelirini artırabilir. Çalışma, yöresel ürünlerin turizmde pazarlanmasının önemini vurgulamakta ve bu ürünlerin tanıtımının destinasyon seçiminde kritik bir faktör olabileceğini göstermektedir. Yöresel mutfak kültürü, turistlerin destinasyon tercihlerinde belirleyici olabilir. Araştırma, Sakarya'da üretilen coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımı ve satışı için yerel üreticilere teşvik desteği sağlanmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu desteğin sağlanması, bölgede tarımsal üretimi ve yerel ekonomiyi destekleyebilir. Çalışma, sadece Sapanca ilçesindeki TripAdvisor verilerine dayanmaktadır. Bu nedenle örneklem sınırlılığında, genel bir sonuç çıkarmak için Sakarya genelinde daha kapsamlı bir çalışma gereklidir. Sakarya, Ankara ve İstanbul gibi iki büyük metropole yakın konumu nedeniyle iş seyahatleri, günübirlik geziler ve hafta sonu kaçamakları için sıkça tercih edilmektedir (Baran ve Batman, 2022). Zengin bir mutfak kültürüne sahip olan Sakarya, Anadolu-Türk mutfağının yanı sıra Manav, Kafkas, Balkan ve Karadeniz mutfak kültürlerinin etkilerini de taşır. Göç hareketlerinin merkezi olan bu bölge, tarih boyunca verimli topraklarıyla çeşitli tahıllar, sebzeler ve meyvelerin bolca yetiştirildiği bir yer olmuştur. Sakarya'da patates, şekerpancarı, kabak, ayva, buğday gibi pek çok tarım ürünü yetiştirilmektedir (Şengül ve Türkay, 2018; Erbil, 2019; İlban ve Yıldız, 2020; Yılmaz, 2019). Sakarya mutfağında karalahana çorbası ve dible gibi yemekler sıkça yapılır; dible, karalahana ve bulgurun kendi suyunda pişirilmesiyle hazırlanır. Gürcü mutfağından gelen karalahana sarması da popülerdir. Pırçım, diken başı kavurması, papara, patlıcan tepsisi ve bal kabak tatlısı gibi diğer yöresel yemekler de öne çıkar (Erbil ve Yılmaz, 2019). Ayrıca, Sakarya ili 16'sı gıda kategorisinde olmak üzere toplam 19 coğrafi işaretli ürüne sahiptir; bu ürünlerden 5'i menşe, 11'i ise mahreç işareti almıştır. 3 gıda ürününün başvuru süreci ise devam etmektedir. Sakarya mutfağına ait 19 coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır, bunlardan 16'sı gıda kökenlidir. Bu ürünlerin 5'i menşe adı taşımaktadır: Adapazarı Beyaz Kestane Kabağı, Geyve Ayvası, Pamukova Kavunu, Kocaali Çamdağı Kestane Balı ve Taraklı Enginarı. Sakarya'nın ilk coğrafi işaretli ürünleri Adapazarı İslama Köftesi ve Adapazarı Dartılı Keşkek olup, 2013 yılında mahreç işareti ile tescillenmiştir. Diğer önemli tescilli ürünler arasında Taraklı Uğut Tatlısı, Sakarya Abhaz Peyniri, Kocaali Hurma Kurusu ve Sakarya Abaza Acıkası yer almaktadır. Başvuru sürecinde olup henüz tescillenmemiş iki ürün, 2022 yılında başvurusu yapılan Pamukova Yayla Çileği ve Sakarya (Alikoka) Bozası'dır. Araştırmanın bulgular bölümünde öncelikle, Sapanca'da bulunan yiyecek ve içecek işletmelerine ait TripAdvisor verileri analiz edilerek grafikler oluşturulmuştur. Bu veriler kullanıcı yorumlarını ve sıralamada yer alan restoranların menülerinin değerlendirilmesi Site değerlendirmesinde, Mükemmel, Çok iyi, Ortalama, Kötü ve Berbat olmak üzere 5 kategori olarak sınıflandırmıştır. Bu bölümde araştırmanın yapılacağı ilçe Sakarya ilinin Sapanca ilçesi olarak belirlenmiştir. Tripadvisor sitesinde yer alan gezgin puanı 4 ve üzeri olan 63 restoran işletmesinin ilk 15 restoranı incelenmiştir.

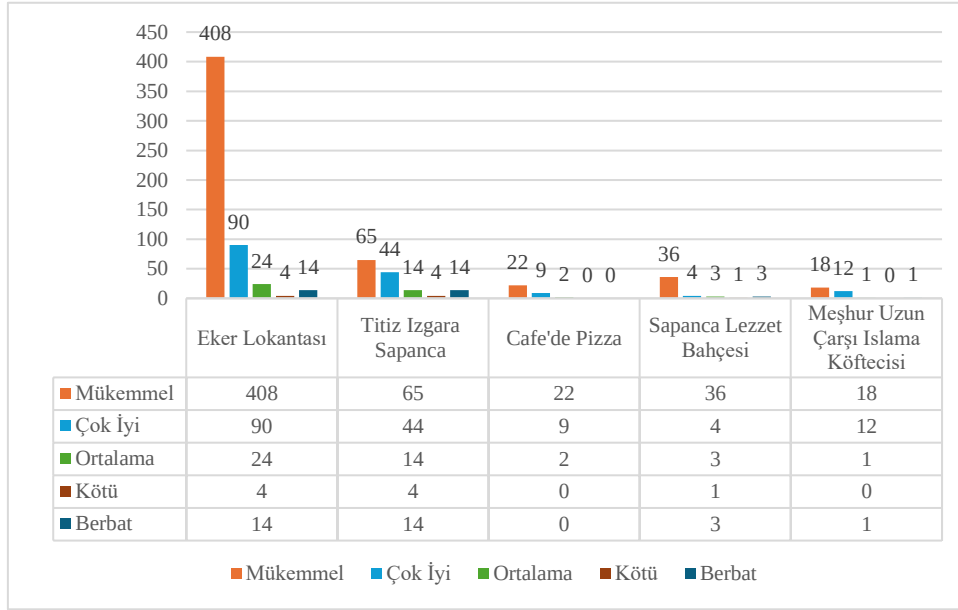
Tablo 1'de yer alan birinci sıradaki ilk restoran Eker Lokantasıdır. Restoranın menüsü genel olarak Türk mutfağına özgü ürünlerden oluşmaktadır. Bu işletmede Sakarya Mutfağına ait ıslama köfte ve kabak tatlısı yer almaktadır. İkinci sırada yer alan Titiz Izgara Sapanca adlı işletmede ise sadece ıslama köfte vardır. 3. ve 4.sırada yer alan işletmelerin menüleri incelendiğinde herhangi bir yöresel ürüne rastlanmadığı sonucuna varılmıştır. Cafe'de Pizza adlı restoranın ise Kötü ve Berbat kategorisinde hiçbir yoruma rastlanamamıştır.

Tablo 1: İlk 5 Restoranın Genel Bilgileri

Restoran İsmi	Restoranın Menüsü	Menülerinde Yer Alan Yöresel Ürünler	Tripadvisor Puan Durumu	Kötü-Berbat Yorum Kategorileri
1-Eker Lokantası	Türk Mutfağı	İslama Köfte, Kabak Tatlısı	4,5	Fiyat-Lezzet-Personel Davranışı
2-Titiz Izgara Sapanca	Türk Mutfağı	İslama Köfte	4,0	Fiyat- Lezzet
3-Cafe'de Pizza	İtalyan, Pizza, Fast Food	-	4,5	-
4-Sapanca Lezzet Bahçesi	Akdeniz, Türk	-	4,5	İşletmecilik- Fiyat
5-Meşhur Uzun Çarşı İslama Köftecisi	Türk	İslama Köfte	4,5	Lezzet- Fiyat
Toplam Kaç Farklı Yöresel Ürün		2		

Kaynak: (Yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Tablo 2’de yer alan en çok yorum yapılan restoran Eker Lokantası olarak karşımıza çıkmaktadır. Cafe’de Pizza adlı restoranın ise Kötü ve Berbat kategorisinde hiçbir yoruma rastlanamamıştır

Tablo 2: Tripadvisor Gezgin Puan Durumuna Göre Sıralanmış İlk 5 Restoran

Kaynak: (Yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

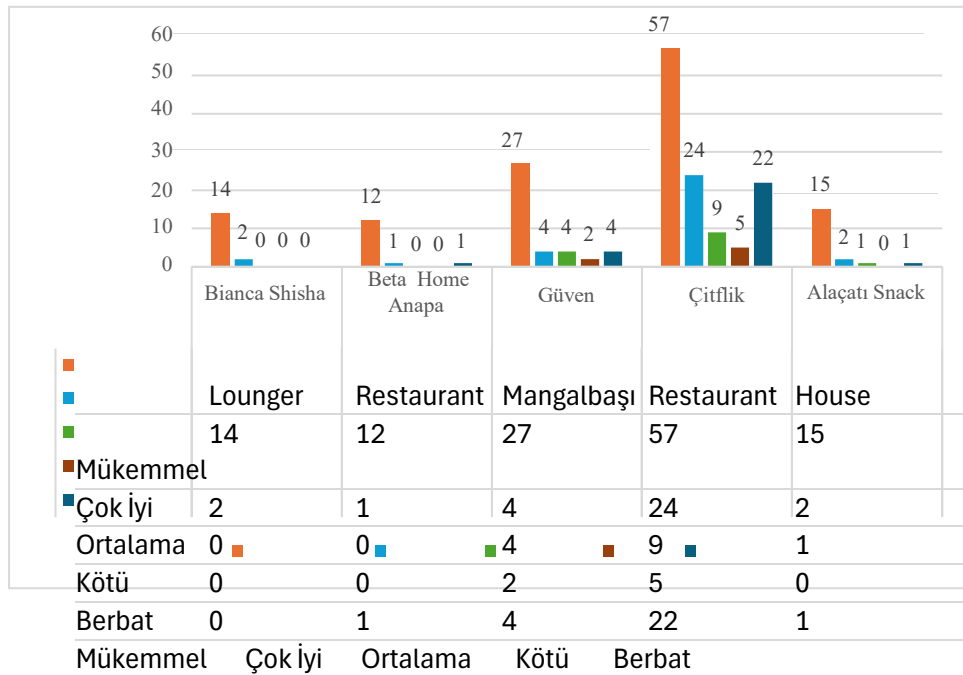
Tablo 3’te yer alan restoranlar sırasıyla incelendiğinde, menülerinde Sakarya iline ait herhangi bir ürüne rastlanmadığı görülmüştür. Türk Mutfağı olarak tanımlanan işletmelerin ise (*Güven Mangalbaşı, Çiftlik Restaurant, Alaçatı Snack House*) menülerinde genellikle sadece mangal ve meze çeşitlerine yer verildiği saptanmıştır.

Tablo 3: 6-10. Sıradaki Restoranların Genel Bilgileri

Restoran İsmi	Restoranın Menüsü	Menülerinde Yer Alan Yöresel Ürünler	Tripadvisor Puan Durumu	Kötü-Berbat Yorum Kategorileri
6-Bianca Shisha Lounger	Meksika, Belçika, Akdeniz, Avrupa, Türk	-	5,0	-
7-Beta Home Anopa Restaurant	Akdeniz	-	4,5	-
8-Güven Mangalbaşı	Türk	-	4,0	Restoran Ortamı
9-Çiftlik Restaurant	Türk	-	4,0	Servis, Hijyen, Lezzet, İşletmecilik
10-Alaçatı Snack House	Fast Food, Akdeniz, Türk, Amerikan Yerli	-	4,5	Fiyat
Toplam Kaç Farklı Yöresel Ürün		-		

Kaynak: (Yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Tablo 4'te Çiftlik Restoran en çok yorum alan restoran olarak karşımıza çıkmaktadır. Bianca Shisha Lounger adlı işletmenin değerlendirmeleri ise sadece mükemmel ve çok iyi kategorisindedir.

Tablo 4: Tripadvisor Gezgin Puan Durumuna Göre Sıralanmış 6.- 10. Sıradaki Restoranlar

Kaynak: (Yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

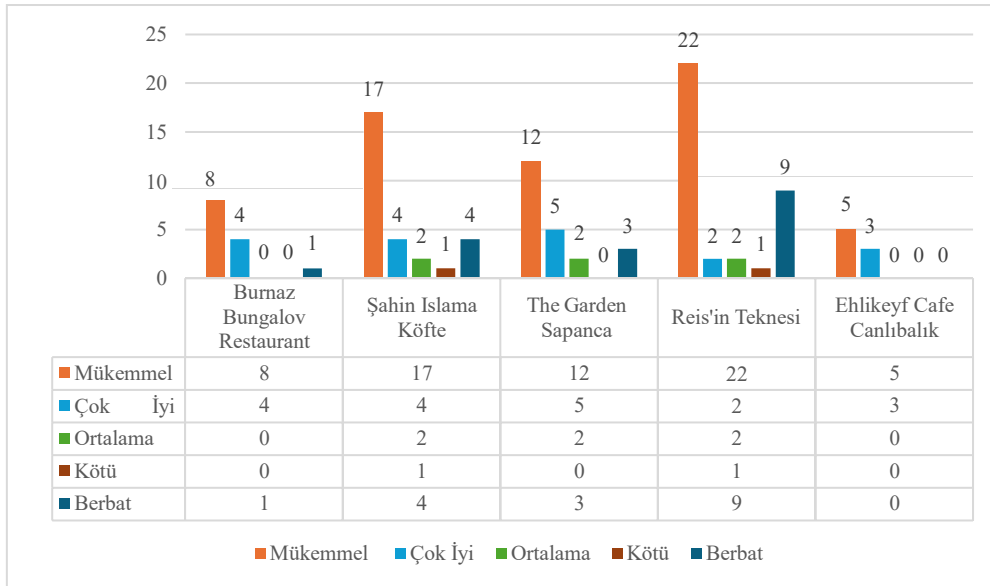
Tablo 5'te yer alan restoranların menüleri incelendiğinde tüm restoranların Türk menüsü çalıştığı görülmektedir. Buna rağmen listede 12.sırada yer alan Şahin İslama Köfte işletmesi dışında diğer restoranlarda Sakarya iline ait herhangi yöresel bir ürüne rastlanamamıştır.

Tablo 5: 11.-15. Sıradaki Restoranların Genel Bilgileri

Restoran İsmi	Restoranın Menüsü	Menülerinde Yer Alan Yöresel Ürünler	Tripadvisor Puan Durumu	Kötü-Berbat Yorum Kategorileri
11-Burnaz Bungalov Restaurant	Türk	-	4,5	Hijyen
12-Şahin Islama Köfte	Türk	Islama Köfte	4,0	Servis, Lezzet, Hız
13-The Garden Sapanca	Türk	-	4,0	Hız, Fiyat
14-Reis'in Teknesi	Türk	-	4,0	Porsiyon, Hız, Lezzet
15-Ehlikeyf Cafe Canlıbalık	Türk	-	4,5	Fiyat
Toplam Kaç Farklı Yöresel Ürün		1		

Kaynak: (Yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Tablo 6'da yer alan işletmelerin gezgin puan durumuna göre sıralamasında, 11. ve 15. sıradaki restoranlar dikkat çekmektedir. Bu restoranların kötü ve berbat kategorisindeki yorumları oldukça düşüktür. En fazla olumsuz yorumu alan işletmenin ise Reis'in Teknesi adlı restoran olduğu görülmektedir.

Tablo 6: Tripadvisor Gezgin Puan Durumuna Göre Sıralanmış 11.- 15. Sıradaki Restoranlar

Kaynak: (Yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, TripAdvisor platformu üzerinden Sapanca bölgesindeki restoranlarda sunulan yerel ürünlerin değerlendirilmesini ve müşteri yorumlarının detaylı analizini amaçlamıştır. Araştırma, TripAdvisor'da gezgin puanı 4 ve üzerinde olan restoranlarda yemek yiyen müşterilerin, Sapanca mutfağına ait yerel ürünler hakkındaki deneyimleri incelenmiştir. Bu bağlamda, restoranların menülerinde bulunan yöresel ürünlerin varlığı titizlikle değerlendirilmiş ve aynı zamanda olumsuz yorumların içerikleri detaylı bir şekilde analiz edilmiştir.

Araştırma kapsamında, Mayıs ayında iki hafta süresince toplanan müşteri geri bildirimleri, nitel ve nicel olarak derinlemesine incelenmiştir. Elde edilen bulgular, söz konusu restoranlarda sadece Islama köfte ve Kabak tatlısı gibi oldukça sınırlı sayıda yöresel ürünün mevcut olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, bu restoranların, müşteriler tarafından en fazla olumsuz eleştiriyi servis kalitesi, lezzet, fiyatlandırma ve hizmet hızı gibi alanlarda aldıkları tespit edilmiştir. Bu bulgular, restoranların sunduğu yöresel ürünlerin

çeşitliliği açısından dar bir yelpazeye sahip olduklarını ve hizmet kalitesi ile ilgili olarak belirli kategorilerde ciddi müşteri memnuniyetsizliği yaşadıklarını göstermektedir.

Kuramsal Çıkarımlar

Araştırma bulguları, Sapanca'daki restoranlarda yöresel ürün çeşitliliğinin sınırlı olduğunu ve bu durumun literatürde belirtilen eğilimlerle uyumlu olduğunu göstermektedir (Gretzel vd., 2007; Ateş ve Yumuk Mercan, 2024). Ayrıca, restoranların olumsuz yorumlar açısından en fazla eleştiriyi hizmet kalitesi, lezzet, fiyat ve hız gibi unsurlarda aldığı, mevcut literatürde vurgulanan müşteri memnuniyetsizliği ve hizmet kalitesi ile ilgili bulgularla tutarlıdır (Browning vd., 2013; Kim vd., 2007; Ryu vd., 2012). Verilerin yalnızca Mayıs ayında toplanmış olması, sezonluk değişimlerin ve yılın farklı dönemlerinin etkilerini hesaba katmayan bir değerlendirme riskini taşımaktadır. Literatürde, sezonluk değişimlerin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkilerine dair bulgular bulunmaktadır (Browning vd., 2013). Önceki araştırmalarda olduğu gibi bu araştırma da müşterilerin restoran deneyiminin önemli bir parçası olduğunu göstermektedir (Öğretmenoğlu vd., 2023). Yemeklerin tadı, sunumu, tazeliği ve yaratıcılığı, lüks mutfak işletmelerinde gıda kalitesinin algılanışını etkileyen belirleyiciler arasındadır. Bir yiyeceğin algılanan lezzeti kişiden kişiye farklılık gösterebildiğinden, mutfakta yenilikçiliğe ve lezzet ile sunumda standart bir kalite seviyesine ulaşılması gerekmektedir (Egeli vd., 2024). Bu çalışmada, restoranlarda yalnızca iki yöresel ürünün (İslama köfte ve Kabak tatlısı) yer aldığı tespit edilmiştir. Literatürde, yöresel mutfakların daha geniş bir yelpazede sunulduğu belirtilmiştir (Alcázar vd., 2014). Bu farklılık, Sapanca bölgesindeki restoranların yerel ürün çeşitliliği açısından daha sınırlı bir yaklaşım sergilediğini ve bu durumun bölgesel özelliklere veya restoran yönetim stratejilerine bağlı olabileceğini göstermektedir.

Akademik Öneriler ve Araştırmanın Sınırlamaları

Gelecek araştırmalar, Sapanca'daki restoranlarda sunulan yerel ürünlerin çeşitliliğini ve kapsamını daha geniş bir şekilde incelemeyi hedefleyebilir. Bu bağlamda, restoranlarda sunulan yöresel ürünlerin detaylı bir envanterinin oluşturulması, yerel gastronominin zenginliğini daha iyi yansıtacak ve kapsamlı sonuçlar elde edilmesine olanak tanıyacaktır. Özellikle, bu tür bir envanter çalışması, mevcut restoran menülerinin sadece birkaç yöresel ürünle sınırlı kalmaktan öteye geçerek, geniş bir yerel ürün yelpazesi sunup sunmadığını değerlendirmek açısından önemlidir. Ayrıca, restoranların olumsuz yorumlarının sebeplerini daha derinlemesine anlamak için kullanıcı deneyimlerine, restoran yönetim uygulamalarına ve müşteri beklentilerine dair ayrıntılı mülakatlar gerçekleştirilebilir. Bu tür mülakatlar, olumsuz yorumların arkasındaki gerçek nedenleri ortaya koymak ve restoranların hizmet kalitesini iyileştirmek için gerekli verileri sağlamak açısından faydalı olabilir. Örneğin, müşteri memnuniyetsizliğinin hizmet kalitesi, servis hızı, fiyatlandırma ve lezzet gibi belirli alanlardan mı kaynaklandığını anlamak için detaylı analizler yapılabilir. Mevcut çalışmanın yalnızca belirli bir ayda topladığı veriler, sezonluk değişimlerin ve yılın farklı dönemlerinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkilerini tam olarak yansıtamayabilir. Bu nedenle, verilerin yıl boyunca farklı dönemlerde toplanması, sezonluk değişimlerin ve dönemsel varyasyonların etkilerini daha kapsamlı bir şekilde anlamak için faydalı olabilir. Örneğin, yaz ve kış dönemlerinde yapılan değerlendirmeler, mevsimsel farklılıkların restoran performansı üzerindeki etkilerini daha iyi yansıtabilir.

Çalışmanın yalnızca TripAdvisor yorumlarına odaklanmış olması, bu platformun tek başına müşteri deneyimlerini ve görüşlerini tam anlamıyla yansıtmayabileceğini göstermektedir. Diğer sosyal medya platformları ve çevrim içi inceleme siteleri de dahil edilerek veri setinin genişletilmesi, daha kapsamlı ve çeşitli verilerin elde edilmesini sağlayabilir. Bu durum, restoranlar hakkında daha geniş bir perspektif sunarak, daha geçerli ve güvenilir sonuçların elde edilmesine olanak tanıyabilir.

Sonuç olarak, sürekli güncellenen bir veri seti oluşturulması, araştırmaların geçerliliğini ve güvenilirliğini artırabilir. Çevrim içi yorumların zaman içinde değişebileceği ve güncellenmiş yorumların daha doğru veriler sağlayabileceği göz önünde bulundurularak, düzenli olarak veri toplama ve analiz yapma stratejileri benimsenmelidir. Bu öneriler, mevcut bulguların daha geniş bir bağlamda değerlendirilmesi ve gelecekteki araştırmalar için kapsamlı veri toplama stratejilerinin geliştirilmesi açısından kritik öneme sahiptir. Bu

şekilde, yerel restoranların hizmet kalitesini ve müşteri memnuniyetini daha etkili bir şekilde değerlendirmek mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

- Alcázar, M.C. H., Piñero M.S., ve Maya R. S. (2014). The Effect of User-Generated Content on Tourist Behavior: The Mediating Role of Destination Image, *Tourism & Management Studies*, 10(Special Issue), 2014, 158-164
- Altun, Ö., & Girgen, M. İ. (2022). Turizm İletişiminde Online Öneri ve Şikâyet Sitelerinin Önemi. *Turizm İşletmesinde Yeni Yaklaşımlar*, 117-130.
- Ateş, Z., ve Yumuk Mercan Ç. (2024). Edirne'deki Yiyecek İçecek İşletmelerinin Yöre Mutfağındaki Gastronomik Ürünler ile Olan İlişkisi, *1. Ulusal Edirne Sempozyumu*
- Aydın, B. (2016). Sosyal Medyada Restoran İmajı: Tripadvisor Örneği. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 1(1), 13-30.
- Baran, Z., ve Batman, O. (2022). Destinasyon Pazarlamasında Mutfak Kültürünün Rolü: Sakarya Örneği (The Role Of Cuisine Culture In Destination Marketing: Sakarya Case). *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(1), 456- 475
- Browning, V., So, K. K. F., ve Sparks, B. (2013). The Influence of Online Reviews on Consumers' Attributions of Service Quality and Control for Service Standards in Hotels. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1-2), 23-40.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years After The Internet—The State of Etourism Research. *Tourism management*, 29(4), 609-623.
- Cankül, D., Doğan, A., & Sönmez, B. (2018). Yiyecek-içecek İşletmelerinde İnovasyon ve Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(3), 576-591.
- Cassar, M. L., Caruana, A., & Konietzky, J. (2020). Wine and satisfaction with fine dining restaurants: an analysis of tourist experiences from user generated content on TripAdvisor. *Journal of Wine Research*, 31(2), 85-100
<https://doi.org/10.1080/09571264.2020.1764919>
- Egeli, S., Kızıldemir, Ö., & Çıkkı, K. D. (2024). Müşterilerin lüks mutfak “haute cuisine” deneyimi bileşenlerinin incelenmesi: Gault Millau Rehberinde listelenen restoranlar örneği. *Tourism and Recreation*, 6(1), 104-112.
- Eren, R., & Kuvvetli, M. (2017). Çevrimiçi gastronomi imajı: Türkiye restoranlarının tripadvisor yorumlarının içerik analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 121-138.
- Erbil, K. (2019). Kültürel kimlik bağlamında Sakarya mutfağı: Abhaz mutfağı incelemesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep*.
- Faraç, M., & Cinnioğlu, H. (2021). Türkiye'deki Unesco Gastronomi Şehirlerinin Sosyal Medya Hesapları Üzerine Bir Araştırma. *Journal Of Tourism Intelligence And Smartness*, 4(3), 323-340.
- Gabrichidze, G. (2020). Customer satisfaction for restaurants: An analysis of TripAdvisor reviews, Master's Thesis International Business Management
- Ganzaroli, A., De Noni, I., & van Baalen, P. (2017). Vicious advice: Analyzing the impact of TripAdvisor on the quality of restaurants as part of the cultural heritage of Venice. *Tourism Management*, 61, 501-510
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.03.019>
- Görgényi, É. H., Máté, B., Vafaei, S. A., & Fekete, M. F. (2017). The role of social media in gastronomy industry. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 11(3-4), 95-103 <https://doi.org/10.19041/apstract/2017/3-4/14>
- Gretzel, U., Yoo, K. H. ve Purifoy, M. (2007). Online travel review study: Role and impact of online travel reviews.
- İlban, M. O., & Yıldız, N. (2020). Destinasyona yönelik müşteri sadakati oluşturmada yöresel mutfak memnuniyeti ve tüketici güveninin rolü: Sakarya/Adapazarı (Türkmen mutfağı) örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 240-260.
- Jakopović, H. (2016). Detecting the online image of “average” restaurants on TripAdvisor. *Media Studies*, 7(13).
- Keates, N. (2007). Deconstructing tripadvisor. *Wall Street Journal*, 1(4), 1-6.

- Kim, D.-Y., Lehto, X. Y., ve Morrison, A. M. (2007). Gender Differences in Online Travel Information Search: Implications for Marketing Communications on the Internet. *Tourism Management*, 28: 423-433
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2014). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (13th ed.). Essex, England: Pearson
- Lee, H. A., Law, R., & Murphy, J. (2011). Helpful Reviewers in Tripadvisor, An Online Travel Community. *Journal Of Travel & Tourism Marketing*, 28(7), 675-688.
- Lei, S., & Law, R. (2015). Content analysis of TripAdvisor reviews on restaurants: A case study of Macau. *Journal of tourism*, 16(1).
- Öğretmenoğlu, M., Çiki, K.D., Kesici, B., & Akova, O. (2023). Components of tourists' palace cuisine dining experiences: The case of Ottoman-concept restaurants. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(5), 2610-2627. <https://doi.org/10.1108/JHTI-06-2022-0228>
- Ryu, K., Lee, H., & Kim, W.G. (2012). The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), 200-223.
- Sünnetçioğlu, S., Yıldırım, H. M., & Bertecene, B. (2020). Dining Experiences Of Consumers In Ethnic Restaurants: Analysis Of Tripadvisor Reviews For Japanese Restaurants In Istanbul. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(Armağan Sayısı), 71-82 <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.600143>
- Şengül, S., & Türkay, O. (2018). Yöresel mutfak marka değeri algısının destinasyon farkındalığı ve destinasyon sadakati üzerindeki etkisi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(1), 223-235.
- Tripadvisor,(2024).https://www.tripadvisor.com.tr/FindRestaurants?geo=612463&establishmentTypes=10591&minimumTravelerRating=TRAVELER_RATING_MEDIUM&broadened=false E.T. 01.05.2024
- Tripadvisor, (2024) <https://www.tripadvisor.com.tr/FindRestaurants?> (E. T. 21.03.2024)
- Yaşar, Z. (2019). Kastamonu'da yöresel yiyecek içecek hizmeti sunan restoranlara ilişkin tüketici şikayetlerinin değerlendirilmesi: TripAdvisor örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 241-250.
- Yılmaz, A. (2019). *Sakarya'daki etnik çeşitliliğin mutfak kültürü fotoğraflarıyla temsili* (Master's thesis, Sakarya Üniversitesi (Turkey).
- Zhang, H. Y., Ji, P., Wang, J. Q., & Chen, X. H. (2017). A novel decision support model for satisfactory restaurants utilizing social information: A case study of TripAdvisor. com. *Tourism Management*, 59, 281-297 <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.08.010>
- Živadinović, B. (2022). Influence of Tripadvisor reviews on guest satisfaction with restaurants in major cities of former Yugoslavia. *Ekonomika preduzeća*, 70(3-4), <https://doi.org/10.5937/ekopre220>

FOOD ACCESS AND FOOD SECURITY IN THE AFTERMATH OF THE KAHRAMANMARAŞ EARTHQUAKES

Begüm İLBAY VATAN

Asst. Prof. Dr., Kahramanmaraş İstiklal University, Faculty of Tourism, begumilbay@hotmail.com,
ORCID: 0000-0003-1270-6660

ABSTRACT

The obstacles and problems in food access and food security, which are the two basic elements of survival after disasters, have serious effects on disaster victims. Therefore, the main purpose of this research is to thoroughly examine the problems of food access and food security faced by the earthquake victims after the February 6, 2023 Kahramanmaraş earthquakes, as well as their coping strategies, by preparing open-ended questions and ensuring the content validity of these questions. In line with this purpose, a literature review was conducted on the problems related to food access and food security after the earthquake, and open-ended interview questions were developed. The Lawshe Technique was used to ensure the content validity of these questions, and the opinions of 10 experts were sought. Based on the feedback from the experts, nine interview questions regarding the food access and food security issues of the earthquake victims were prepared. These questions focus on topics such as food access, food storage and distribution conditions, and food insufficiency. Additionally, nine supplementary questions containing demographic information are included in the interview form. The research aims to provide a comprehensive tool for understanding the problems of food access and food security after the earthquake. It is anticipated that the findings on how earthquake victims cope with these issues could be used in the development of disaster management and food security policies.

Keywords: Food access, food security, Kahramanmaraş earthquakes, Lawshe technique.

INTRODUCTION

Sensitivity to healthy nutrition, special dietary types, ethical consumption, sustainability, and local and organic products—in short, food security—has increased the need for cooperation between gastronomy science and the food and beverage industry (King et al., 2017). Additionally, the growing frequency of natural and human-made disasters highlights the importance of keeping food security on the agenda. One of the most striking examples of this is the impact of quarantine periods during the COVID-19 pandemic, which negatively affected access to food, a key dimension of food security. During that time, the significance of assessing the suitability of local food systems through ecological and gastronomic knowledge was underscored to mitigate the effects of COVID-19 and ensure the sustainability of safe food chains (Sōukand et al., 2021).

The starting point of this study is the deep impact that natural and human-made disasters have on various aspects of life, particularly food access and food security. This qualitative research aims to prepare open-ended questions and ensure the content validity of these questions to thoroughly examine the food access and food security problems faced by earthquake victims after the Kahramanmaraş earthquakes on February 6, 2023, and their coping strategies for these problems. The Lawshe Technique was used to ensure the content validity of the open-ended questions identified through a literature review. According to this technique, the content validity of the questions was established by obtaining the opinions of 10 experts, and the questions were subsequently finalized. Nine open-ended questions and nine demographic questions were determined to examine in depth the food access and food security problems faced by earthquake victims and their strategies for coping with these problems.

LITERATURE

Drawing from economist Thomas Robert Malthus's work "An Essay on the Principle of Population" (1798), where he stated that the problem of food insufficiency would arise because populations tend to increase

geometrically while the means of subsistence increase arithmetically (Rosegrant & Cline, 2003), it has been concluded that food security is one of the main concerns of many countries, including Turkey. According to the Food and Agriculture Organization (FAO), food security, a function of poverty and deprivation (FAO, 2011), was evaluated at the “World Food Summit” held in 1996. It was determined that countries should take precautions to ensure that everyone has physical and economic access to sufficient and safe food at all times, and to ensure sustainable agricultural production. Creating a peaceful, stable, and effective political, social, and economic environment; eliminating poverty; and ensuring the equal participation of men and women in development were emphasized as fundamental elements in achieving universal food security (Varol, 2002).

The concept of food security, which means that all people should always have access to adequate, safe, and nutritious food that meets their dietary needs and preferences physically, socially, and economically, in order to lead an active and healthy life, includes *the availability of food, the ability to access food, the ability to utilize food, and stability* (FAO, 2001).

- Availability of food refers to the existence of a food source that can meet the daily nutritional needs of a household. This situation is achieved and maintained through domestic production, imports, and donations.
- The ability to access food requires that households have both physical and economic access to the food sources they need (Jones et al., 2013).
- The ability to utilize food refers to the consumption of a diet that meets the body’s energy and nutrient needs. Adequate nutritional intake depends on appropriate food consumption patterns.
- In addition to the above three dimensions, to ensure and maintain food security, there must be stability in the availability, accessibility, and utilization of food (FAO, 1996; FAO, 2008).

Although it is generally accepted that individuals have the right to access sufficient food to live a healthy life, the problem of food security has long been a major concern around the world. Wars, injustices in resource distribution, overpopulation, climate change, environmental degradation, rising food prices, agricultural instability, and unequal social and economic policies are causes of global food insecurity (Buhi, 2013). Additionally, natural disasters also cause food insecurity, especially affecting the poor in meeting their basic needs more deeply (Hidalgo & Baez, 2019).

Food insecurity is a situation where people do not have reliable access to sufficient, safe, and nutritious food, and it is a major concern following natural disasters. Although three years had passed since the earthquake in Japan in 2011, it was determined that 31.6% of individuals affected by the earthquake experienced malnutrition (Goryoda et al., 2019). After the earthquake in Haiti in 2010, 17.2% of families reported that their children went hungry, 22.5% stated that they skipped a meal, and 22.6% reduced the daily amount of food they consumed (Hutson et al., 2014). Additionally, the most important reason for rural-urban migration in Haiti is food insecurity (Heckert et al., 2015). In a study conducted after the 7.8 magnitude earthquake in Ecuador, it was determined that 33.3% of families experienced severe food insecurity, and 51.9% experienced mild food insecurity (Herrera-Fontana et al., 2020).

Studies in the literature prove that natural disasters have negative consequences on food security. In this qualitatively designed research, the aim was to ensure the content validity of the interview questions prepared to determine the food access and food security problems experienced by the earthquake victims after the Kahramanmaraş-centered earthquakes that occurred on February 6, 2023, and how they coped with these problems using the Lawshe Technique. It is thought that the interview form, whose content validity will be ensured, will contribute to obtaining in-depth information in future research on safe food.

METHOD

This research aims to contribute to the development of new policies and strategies regarding ensuring food access and food security after disasters. It is also thought that the research will create a scientific

and practical basis for disaster management and food policies by contributing to the literature on food access and food security after natural disasters.

For the interview form to be prepared in line with the purpose of the research, a relevant literature review was first carried out. The keywords used during this review were “food security,” “food supply,” “food insecurity,” “nutrition security,” “nutrition insecurity,” “disaster,” “natural disaster,” and “earthquake.” Studies identified with these keywords were examined, and relevant studies were used in preparing the interview questions (Hutson et al., 2014; Desiere et al., 2015; Bor, 2018; Goryoda et al., 2019; Otekunrin et al., 2021 etc.).

Eight open-ended questions and six demographic questions regarding food access and food security were presented to experts for their opinion to ensure content validity and to finalize the open-ended questionnaire. Afterwards, the content validity technique developed by Lawshe in 1975 was used. Content validity is one of the techniques frequently used in the literature. This technique requires at least 5 and at most 40 expert opinions. Experts recommend that scale expressions be understandable, suitable for the target audience, use correct terms, select appropriate words, ensure clarity of meaning, and avoid words that may have more than one meaning (Şencan, 2005). They evaluate the expressions to see whether they are necessary, useful, and sufficient (Alpar, 2010).

The open-ended questionnaire was transformed into a form that experts could interpret and express their opinions on in terms of content validity. The prepared expert opinion form was submitted to 10 experts. The expert group consisted of food engineers, gastronomy experts, and academicians. Expert opinions were obtained via e-mail. The results regarding expert opinions are discussed under the title of findings.

FINDINGS

In line with the purpose of the research, experts evaluated open-ended questions as “essential”, “useful but not essential, why?” or “not necessary, why?”. They also provided written feedback on the issues they deemed necessary to be added. After the evaluations of the experts, the content validity ratios (CVR) of the questions were examined. CVR is obtained by subtracting “1” from the ratio of the number of experts expressing a “essential” opinion regarding any question to the total number of experts expressing an opinion regarding the question. Its formula is as follows:

$$CVR = [N_e / (N/2)] - 1^1$$

According to Equation 1, when half of the experts expressed their opinion as “essential” regarding the question, CVR = 0; if more than half of the experts expressed their opinion as “essential”, then CVR > 0; and if fewer than half of the experts expressed their opinion as “essential” then CVR < 0. If CVR values are negative or contain “0” values, the questions are eliminated in the first place. For questions with positive CVR values, their significance was tested using statistical criteria. For this purpose, the minimum values of CVR were determined using Table 1 created by Veneziano and Hooper in 1997 at the statistically significant level of “α = 0.05” (Yurdagül, 2005).

¹ CVR: Content Validity Ratios

N_e: Number of experts who say the question is “essential”

N: Total number of experts

N/2: Half of the total number of experts

Table 1. Minimum Values For CVR at A=0.05 Significance Level

Number of Experts	Min. Value	Number of Experts	Min. Value
5	0.99	13	0.54
6	0.99	14	0.51
7	0.99	15	0.49
8	0.78	20	0.42
9	0.75	25	0.37
10	0.62	30	0.33
11	0.59	35	0.31
12	0.56	40+	0.29

Reference: (Yurdagül, 2005)

Since the number of experts consulted is 10, the CVR value of each question must be 0.62 or above for the questions to be valid, according to Table 1. As a result of the CVR obtained from expert opinions, it was decided to remove the statement 6th, and include the other statements in the interview form. The CVR of the statements are shown in Table 2.

Table 2. CVR of the statements

Statements*	Ne	CVR	Accept/Reject
D1	10	1	Accept
D2	10	1	Accept
D3	10	1	Accept
D4	10	1	Accept
D5	10	1	Accept
D6	10	1	Accept
S1	10	1	Accept
S2	10	1	Accept
S3	10	1	Accept
S4	10	1	Accept
S5	10	1	Accept
S6	4	0,2	Reject
S7	10	1	Accept
S8	10	1	Accept

*The “D” code represents demographic statements, and the “S” code represents statements regarding food access and food security issues.

In addition to the statement 6th (S6), which was deemed appropriate to be deleted, some corrections and/or additions were made to some statements. For example, experts suggested that the time period in the question “Did you worry about not having enough food right after the earthquakes?” should be more specific, changing it to “Did you worry about not having enough food in the 30 days after the earthquakes?”. Another example is the addition of the phrases “What measures did you take to ensure food security within 30 days after the earthquakes? How effective were these measures?” and “Did you cook your own food or did you get it from soup kitchens in the 30 days after the earthquakes?”. After the suggestions, nine questions about food access and food security were included in the interview form. The final version of the interview questions is as follows:

Table 3. Final version of open-ended interview questions

STATEMENTS	
1.	Did you worry about not having enough food in the 30 days after the earthquakes?
2.	Did you have difficulty accessing food in the 30 days after the earthquakes? If yes, could you please explain the difficulties you experienced?
3.	Were you or someone close to you unable to consume the kind of food you wanted because there was not enough food within 30 days after the earthquakes? If yes, how did you try to solve this problem?
4.	Did you or someone close to you have to buy less food than you needed because there was not enough food in the 30 days after the earthquakes? If yes, how did you try to solve this problem?
5.	Did you or anyone close to you have to sleep hungry because there wasn't enough food in the 30 days after the earthquakes? If yes, how did you try to solve this problem?
6.	Do you think that food was delivered to those in need within 30 days after the earthquakes, in accordance with transportation, storage, and distribution conditions? Do you have any information about whether any precautions were taken regarding this? If yes, what were these precautions?
7.	Do you think that every individual affected by the earthquakes had equal access to food? Do you have any information about whether any measures were taken to achieve this? If yes, what were these measures?
8.	What measures did you take to ensure food security within 30 days after the earthquakes? How effective were these measures?"
9.	Did you cook your own food or did you get it from soup kitchens in the 30 days after the earthquakes?"

The demographic statements in the interview form were “age”, “gender”, “marital status”, “number of children”, “educational status”, “occupation” before expert opinions were taken, while in line with expert opinions, “average monthly income”, “time spent in the region after the earthquake” and “post-earthquake accommodation” were also added.

CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

This research aims to shed light on the significant challenges faced by earthquake victims regarding food access and food security following the devastating earthquakes in Kahramanmaraş on February 6, 2023. The aftermath of such disasters often leaves communities grappling with disrupted supply chains, loss of resources, and a heightened vulnerability to food insecurity. To better understand these issues, a series of open-ended interview questions were meticulously prepared, informed by a comprehensive literature review. These questions are designed to explore various dimensions of food access, the proper storage of food, and the post-disaster distribution processes that can greatly impact the well-being of affected individuals and families.

To ensure the reliability and validity of the interview questions, they were presented to a panel of experts in the field. Using the Lawshe Technique, the experts assessed the questions for their necessity, clarity, and appropriateness for the target audience. This process not only affirmed the relevance of the questions but also highlighted critical areas of focus. The experts particularly emphasized the inclusion of key topics, such as the various barriers to food access, the importance of safe food storage practices in disaster scenarios, and the effectiveness of distribution mechanisms employed in the aftermath of such crises.

The overarching goal of this research is to establish a robust methodological foundation for future field studies that will be conducted after disasters. By developing a comprehensive set of questions that have been vetted for content validity, this research aims to facilitate the collection of valuable data that can inform policies and practices aimed at improving food security in crisis situations. One of the most significant outcomes of this endeavor is the expert endorsement of the interview questions, which affirms their potential to yield meaningful insights when applied in future interviews with earthquake victims.

These questions, specifically tailored for use in food security management post-disaster, are deemed critical for comprehensively understanding the fundamental challenges communities face during such

crises. By engaging directly with the experiences of earthquake victims, researchers will be better equipped to identify the specific barriers to food access and the underlying factors contributing to food insecurity.

Looking ahead, future research could leverage these interview questions in face-to-face interviews with disaster-affected individuals, allowing for a deeper exploration of food access and food security issues. The findings obtained from these interviews will be instrumental in the development of targeted food access and food security policies that can effectively address the unique needs of communities in the wake of disasters. Moreover, the versatility of these questions allows for their adaptation and application not only in the context of earthquakes but also in the aftermath of other disaster types, such as floods, wildfires, and hurricanes. This adaptability will enable a broader understanding of the multidimensional nature of food access and food security challenges faced by communities following various disaster events.

In conclusion, it is strongly recommended that the data gathered from this research be expanded to include a larger sample group, which would enhance the validity and reliability of the findings. Additionally, integrating quantitative methods alongside qualitative interviews could yield a more comprehensive perspective on food access and food security issues. Such a mixed-methods approach would allow for a triangulation of data, providing richer insights into the complexities of food security in disaster contexts. By combining both qualitative and quantitative methodologies, future studies could develop a holistic understanding of the challenges and opportunities that arise in food security management post-disaster, ultimately contributing to more effective interventions and policies that better serve vulnerable populations in times of crisis.

REFERENCES

- Alpar, R. (2010). *Spor, sağlık ve eğitim bilimlerinde uygulamalı istatistik ve geçerlilik-güvenirlilik*. Ankara: Detay Publications.
- Buhi, L.K. (2013). Food insecurity. <http://www.faqs.org/nutrition/Erg-Foo/Food-Insecurity.html>.
- Desiere S., D'Haese M. & Niragira S. (2015). Assessing the cross-sectional and inter-temporal validity of the Household Food Insecurity Access Scale (HFIAS) in Burundi. *Public Health Nutrition*, 18 (15), 2775-2785, <https://doi.org/10.1017/S1368980015000403>.
- Food and Agriculture Organization (1996). Rome declaration on world food security. World Food Summit. <https://www.fao.org/4/w3613e/w3613e00.htm>.
- Food and Agriculture Organization (2001). The State of food insecurity in the world. <https://www.fao.org/4/y1500e/y1500e.pdf>.
- Food and Agriculture Organization (2008). An introduction to the basic concepts of food security. <https://www.fao.org/4/al936e/al936e00.pdf>.
- Food and Agriculture Organization (2011). Global food losses and food waste – Extent, causes and prevention. <https://www.fao.org/4/mb060e/mb060e.pdf>.
- Goryoda S., Nishi N., Shimoda H., Yonekura Y., Sakata K., Kobayashi S., Ogawa, A. & Kawachi, I. (2019). Social capital and dietary intakes following the 2011 Great East Japan earthquake and Tsunami. *J Epidemiol*, 29 (3), (92–96).
- Heckert J., Boatemaa S. & Altman C.E. (2015). Migrant youth's emerging dietary patterns in Haiti: The role of peer social engagement. *Public Health Nutr.*, 18, 1262–1271.
- Herrera-Fontana M.E., Chisaguano A.M., Villagomez V., Pozo L., Villar M., Castro N. & Beltran, P. (2020). Food insecurity and malnutrition in vulnerable households with children under 5 years on the Ecuadorian coast: A post-earthquake analysis. *Rural Remote Health*, 20 (1), 5237.
- Hidalgo J. & Baez, A.A (2019). Natural disasters. *Crit Care Clin*, 35, 591–607.

- Hutson R.A., Trzcinski E. & Kolbe A.R. (2014). Features of child food insecurity after the 2010 Haiti earthquake: Results from longitudinal random survey of households. *PLOS ONE*, 9.
- Jones A.D., Ngure, F.M., Pelto G. & Young S.L. (2013). What are we assessing when we measure food security? A compendium and review of current metrics. *Advances in Nutrition: An International Review Journal*. 4 (5), 481-505.
- King, T., Cole, M., Farber, J.M., Eisenbrand, G., Zabarar, D., Fox, E.M. & Hill, J.P. (2017). Food safety for food security: Relationship between global megatrends and developments in food safety. *Trends in Food Science & Technology*, 68, 160-175.
- Otekunrin, O.A., Otekunrin, O.A., Sawicka, B. & Pszczółkowski, P. (2021). Assessing Food Insecurity and Its Drivers among Smallholder Farming Households in Rural Oyo State, Nigeria: The HFIAS Approach. *Agriculture*, 11, 1189. <https://doi.org/10.3390/agriculture11121189>
- Rosegrant, M.W. & Cline, S.A. (2003). Global food security: Challenges and policies. *Science*, 302 (5652), 1917-1919.
- Sökand R., Kalle R., Fontefrancesco M.F. & Pieroni A. (2021). Building a safety buffer for European food security: The role of small-scale food production and local ecological and gastronomic knowledge in light of COVID-19. *Open Res Europe*, 1 (10).
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlilik*. Ankara: Seçkin Publications.
- Varol, S. (2002). Dünya gıda zirvesi-geçmişten bugüne. *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*, 6, 40-48.
- Yurdagül, H. (2005). Ölçek geliştirme çalışmalarında kapsam geçerliliği için kapsam geçerlik indekslerinin kullanılması. *Proceedings of the XIV Ulusal Eğitim Bilimleri Congress*. Pamukkale University Faculty of Education.

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN İŞLETMEDE MESLEKİ EĞİTİM (İME) DERSİNE YÖNELİK DENEYİMLERİ

Nihan AKDEMİR

Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, nihan.akdemir@kocaeli.edu.tr,
ORCID: 0000-0002-1232-6636

Banu Saadet ÜNSAL AKBIYIK

Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi banu.unsal@kocaeli.edu.tr,
ORCID: 0000-0002-9941-3993

Oylum EKŞİ

Dr. Öğr. Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, oylum.eksi@kocaeli.edu.tr,
ORCID: 0000-0002-2182-1364

ÖZET

Turizmde sektöründe istihdam edilecek kişilerin teknolojiye uyumlu ve mesleki becerilere sahip olmaları oldukça önemlidir. Bu nedenle son yıllarda eğitimde, öğrencilerin mesleki bilgilerinin ve becerilerinin geliştirilmesi ve tecrübe kazanmaları amacı ile, işletmede mesleki eğitim kavramı ortaya çıkmıştır. İşletmede Mesleki Eğitimin amacı; iş dünyasında ihtiyaç duyulan niteliklere sahip iş görenleri, günümüz teknolojisini kullanabilen, gerekli bilgi ve beceriye sahip olarak, iş dünyası için yetiştirmektir. Bu araştırmanın amacı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü lisans öğrencilerinin İşletmede Mesleki Eğitim (İME) dersindeki uygulamalı eğitimleri sırasındaki deneyimlerini nasıl algıladıklarının belirlenmesidir. Bu bağlamda, araştırmada ilk aşamada bölüm öğrencileri ile konu hakkında mülakat gerçekleştirilmiş İME dersinin SWOT analizi yapılmıştır. İkinci aşamada ise anket tekniği uygulanmıştır. Araştırma sonucunda İME dersinin öğrenciler için sektörde deneyim elde edebilmek, mutfak pratiğinde hız kazanmak gibi güçlü yanlarının; iş ile ilgili çevre edinebilmek, sektörü yakından tanımak adına fırsatlarının; çok yoğun çalışmak, az maaş elde etmek gibi zayıf yanlarının ve itiraz halinde iş yeri tarafından sıkıntı yaşatılacağı gibi tehditlerinin olduğu ifade edilmiştir. Araştırmanın bir diğer önemli sonucu İME yapan öğrencilerin, İME dersi memnuniyetini etkileyen faktörler arasında öncelikle bireysel özellikler (İME'yi öğrenme fırsatı olarak görmek, İME'ye olumlu bir tutumla yaklaşmak ve çalıştığı işletmeyi benimsemek, proaktif yapıda olmak) olduğu, buna ilaveten işin özellikleri (beceri çeşitliliği, özerklik, bağımsızlık, performansı hakkında geri dönüş almak) boyutları da İME dersi memnuniyeti üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak öğrencilerin İME dersinden fayda sağladıkları, olumlu buldukları ve müfredatta yer alması gerektiği görüşü de önem arz etmektedir.

ABSTRACT

In the tourism sector, it is very important for the individuals employed to have a good command of technology and professional skills. Therefore, in recent years, the concept of vocational education in the field of communication has emerged with the aim of developing students' professional knowledge and skills and gaining experience. The purpose of vocational education in communication is to train individuals with the qualifications needed in the business world, who can use modern technology and possess the necessary knowledge and skills for the business world. This research aims to determine the experiences of undergraduate students in the Department of Gastronomy and Culinary Arts during their practical training in vocational education in business. The study involved interviews with students and a SWOT analysis of the vocational education in business course. Additionally, a survey was conducted. The research findings indicate that the vocational education in business course provides students with opportunities to gain industry experience, improve their speed in kitchen practice, and gain insight into the sector, while also highlighting weaknesses such as low wages and potential workplace difficulties. Another significant finding is that individual characteristics (viewing vocational education as a learning opportunity, approaching it with a positive attitude, embracing the lower hierarchy, being proactive) are

the primary factors influencing student satisfaction with the course, along with job characteristics (skill variety, autonomy, independence, receiving performance feedback). Overall, students benefit from and perceive vocational education in business positively, indicating its importance in the curriculum.

GİRİŞ

Yirmi birinci yüzyılda teknolojik ve ekonomik gelişmeler, hızla artan kentleşme ve demografik dönüşümlerle bir araya geldiğinde, iş gücü piyasasının ve toplumun ihtiyaçlarının oldukça hızlı bir şekilde değişmesine neden olmuştur. Çok sayıda işletme, devam eden küreselleşme süreci ve pazarların uluslararasılaşmasıyla, artan beceri talepleri, maliyet ve inovasyon baskılarıyla karşı karşıya kalmışlardır. Söz konusu bu durum, nitelikli iş görene ve ilerleyen teknolojiye olan ihtiyacı beraberinde getirmiştir (Belaya 2018). Turizm sektörü de diğer işletmeler gibi nitelikli personele ihtiyaç duymaktadır. Sektörün bir hizmet alt sektörü olması, emek yoğun bir sektör olduğu için algılanan hizmet kalitesinde personelin oldukça fazla etkiye sahip olması turizm işletmelerinin nitelikli personel ihtiyacının önemini daha da arttırmıştır. Yerli ve yabancı turistlere sağlıklı ve kaliteli bir hizmet sunulabilmesi ancak bu sektörde istihdam edilecek olan personelin teknik ve mesleki açıdan eğitim seviyelerinin yüksek olmasıyla mümkün olabilir. Nitelikli iş gücünün yetiştirilebilmesi de kalitesi yüksek bir turizm eğitimiyle sağlanabilmektedir (Olalı 1983; Christou 1998). Turistlerin memnuniyet düzeyleri sunulan hizmetlerin kaliteleriyle doğru orantılı bir şekilde oluşmaktadır (Ünlü Önen, 2000: 218; Ayikoru vd., 2009: 191).

Son 40 yıl içinde eğitim paydaşları, öğrencilere sunduklarının ayrılmaz bir parçası olarak çeşitli staj çerçevelerini müfredatlarına dahil etmişlerdir (Zopiatis vd., 2021). Genç ve oldukça iyi eğitilmiş çalışanlar turizm sektöründe işletmelerin başarıları ve gelecekteki konumları için önem arz etmektedirler. Genç neslin sektöre ilgisini olmaz ise ya da sektörde iyi ve yeterli bir eğitim almaz iseler sektörde oluşacak nitelikli iş gücü eksikliği oldukça büyük olumsuz sonuçlara neden olacaktır. İnsan gücü eksikliği çok daha ciddi bir hal alacak ve sonuç olarak tüm sektör üzerinde olumsuz etkiler yaratacaktır. Aslında, oteller için staj programı düzenlemenin amacı, öğrencilere bir eğitim fırsatı sunulması yoluyla kurumsal sosyal sorumluluklarını yerine getirmektir. Bununla birlikte, sektörün gelecekteki gelişimi için potansiyel çalışanları teşvik etmek gibi daha önemli bir amacı da vardır (Siu vd., 2012). Zopiatis (2007), turizm sektörünün iş başında mentorlar sağlaması ve staj süresince sistematik bir çalışma ortamı sunması gerektiğini belirtmiştir. Seyitoğlu (2019)'nın çalışma bulguları gastronomi öğrencilerinin staj deneyiminin üç ana boyuttan oluştuğunu ortaya koymuştur: faydalar (konaklama endüstrisi ve mutfak ortamı hakkında bilgi edinme, mesleki katkı ve kişisel gelişim), zorluklar (çalışanlar, çalışma koşulları ve maaş ile ilgili sorunlar ve uyum sorunları, zor müşteriler, iş kazaları ve hataları ve teorik bilgilerin sektörde uyumsuzluğu gibi diğer konular) ve kariyer algısı (olumsuz ve kötümser, olumsuz ama iyimser ve olumlu).

İşletmede Mesleki Eğitim (İME) dersi hem lisans sürecinde edinilmiş olan teorik bilgilerin uygulamayla pekiştirilmesi hem de mesleki deneyime sahip çalışanlarla birlikte çalışma olanağı sunması açısından önem arz etmektedir. Gastronomi alanında İşletmede Mesleki Eğitim, öğrencilerin sektöre eğitimi bitmeden, süreç içerisinde uyum sağlamalarına yardımcı olmaktadır. Bu ders ile öğrenciler sektör ile ilgili kariyer beklentilerine yön verebilme, bilgi ve becerilerini geliştirerek mesleki iş birlikleri yapabilme gibi fırsatlar bulabilmektedir. Bu çalışma, Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü lisans öğrencilerinin İşletmede Mesleki Eğitim (İME) dersindeki uygulamalı eğitimleri sırasındaki deneyimlerini nasıl algıladıklarını araştırmayı amaçlamaktadır. Araştırmanın alt amaçları: (1) İME deneyimini öğrencinin bakış açısından anlamak; (2) öğrenci memnuniyeti ve memnuniyetsizliği yaratan faktörleri araştırmak ve (3) öğrencilerin İME'den beklentilerini araştırmaya odaklanmaktadır.

LİTERATÜR

Geleneksel olarak, üniversite eğitimi teorik bilgi öğretmeyi vurgular, ancak endüstri pratik beceriler ve uygulama talep etmektedir. Staj, öğrencilerin gerçek iş dünyasına dahil oldukları ve kariyer gelişim hedeflerini oluşturmalarına olanak sağlayan bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Stajlar teoride öğrenilenleri pratikle desteklemesine imkan sunması ve böylelikle endüstrinin taleplerinin daha hızlı ve etkin bir şekilde yanıtlanmasına imkan vermesinden ötürü akademide önemli bir faktör haline gelmişlerdir.

Öğrencilerin ders çalışmalarını ve pratik becerilerini denetimli bir ortamda bütünleştirmesi de çok çeşitli faaliyetlere katılmaları için fırsat sağlayan stajlar (Sullivan & Conoley, 2008) tüm bu nedenlerden ötürü müfredatta önemli bir faktör haline gelmiş ve akademinin teorik dünyası ile endüstrinin pratik dünyası arasında köprü kurmak için uygulanabilir bir prosedür olarak aktif bir şekilde takip edilmiştir. Gryski vd., (1987) göre, staj programları oldukça yoğun olarak uygulandığında ve açıkça tanındığında başarılı olma olasılığı daha yüksek olmaktadır. Başarılı bir staj programı için, üniversite gözetmenlerinin saha sorumluları ile düzenli ziyaretlerinin yanı sıra staj gözetmenleri ile stajyerler arasında sık sık istişarelerde bulunulması çok önemlidir. Bununla birlikte, Downey ve DeVeau (1987), başarılı stajlar için gerekli koordinasyon için yönetimin çoğu eğitimci için bir zorluk olduğunu, çünkü birincil rollerinin idari değil eğitimsel olduğunu savunmuştur. Üniversite desteği, üniversite denetçilerinin acil durumlar veya stajla ilgili sorunlar ortaya çıktığında danışman olarak çalıştıkları bir unsurdur (Fagan & Wise, 2007).

Modern turizm stajının kökenleri, öğrencilerin gerçek "iş dünyasını" deneyimlemelerinin değerine inanan Amerikan otelciliğinin babası E.M. Statler'a (1863-1928) kadar uzanmaktadır. Bu inanç doğrultusunda, Otel, Restoran ve Kurumsal Eğitim Konseyi (CHRIE), ABD'deki konaklama eğitimi programları için akreditasyon standartlarında staj gereklilikleri getirmiştir (Zopiatis vd., 2021). Turizm sektörü önemli bir istihdam kaynağıdır ve rekabetçi ağırlama piyasasında başarılı olabilmek için iyi eğitilmiş ve iyi yetişmiş işgücüne ihtiyaç duyar (Richardson, 2008). Gastronomi eğitimi özellikle yiyecek ve içecek sektörünün ihtiyaç duyduğu nitelikli personelin yetiştirilmesi açısından önemli bir konudur. Gastronomi eğitimi, mutfak uygulaması ve bilimsel yaklaşımı bir araya getirerek bütünleştirmeyi hedeflemektedir. Bu tür eğitim programları özel ve kamusal birçok kurumda bulunmaktadır (Yazıcıoğlu & Özata, 2017). Gastronomi alanında eğitim ihtiyacını özellikle yiyecek-içecek alanında oluşan talep karşısında iş gücünün kalifiyeli elemanlarla karşılanabilmesi amacıyla önem kazanmıştır. Alanında gerekli beceriye sahip, nitelikli personeli yetiştirerek sektörün ihtiyaçlarına karşılık verebilme hususu mesleki eğitim sisteminin amacını oluşturmaktadır (Öztürk & Görkem, 2011). Gastronomi eğitiminde Ulusal Aşçılık Enstitüsü (1882, Londra), l'École Professionnelle de Cuisine et des Sciences Alimentaires (1883, Paris) ve Le Cordon Bleu (1895, Paris) önde gelen kurumlar olarak bilinmektedir. Ayrıca, Fransa'da 1990 yılında lisans düzeyinde mutfak sanatları diploması verilmeye başlanmıştır. Türkiye'de ise yiyecek ve içecek eğitimi Ankara Otelcilik Okulu bünyesinde aşçılık eğitimi ile başlamıştır (Görkem & Sevim, 2004). Türkiye'de gastronomi eğitimi lise, önlisans, lisans ve lisansüstü programlarında yer almaktadır. Ayrıca özel veya resmi kurslar nitelikli personel talebi için gastronomi eğitimleri düzenlemektedir. Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü lisans programı ilk olarak 2003 yılında Yeditepe Üniversitesi'nde başlamış ve sonraki yıllarda vakıf üniversitelerinde açılmaya devam etmiştir. Devlet üniversitelerinde ise bu program ilk olarak 2010 yılında Gazi Üniversitesi'nde açılmıştır (Akdemir & Göksun, 2023). YÖK Atlas 2023-2024 verilerine göre Gastronomi ve Mutfak Sanatları lisans bölümü 75 Fakülte, 28 Yüksekokulda ayrıca iki fakültede de Yiyecek İçecek

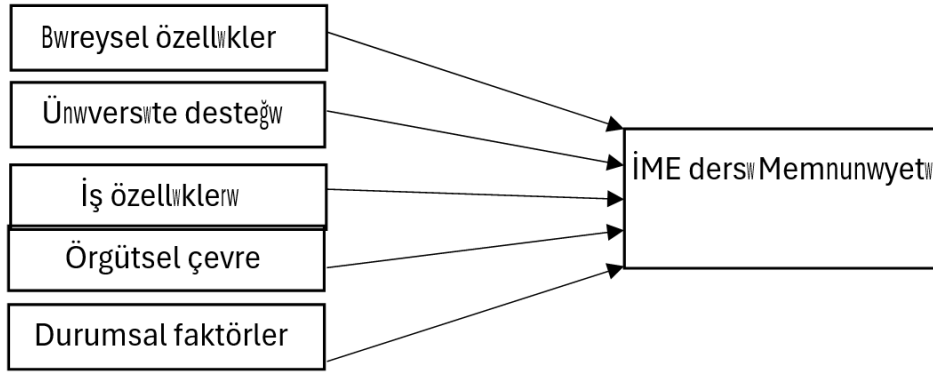
İşletmeciliği lisans bölümü olarak yer almaktadır. Bu bağlamda İME dersinin öğrenci açısından verimlilik ve etkinliğinin ölçülmesi programdaki iyileştirme veya değişiklik yapılabilmesine olanak sağlaması açısından önem arz etmektedir. Araştırmanın uygulamasına konu olan öğrencilerin İME dersi sürecinde deneyimledikleri hususların ortaya çıkarılması, sorumlu öğretim elemanlarının ve İME komisyonun veriler ışığında önlem alabilmesi, proaktif bir anlayış sergilemesine ve öğrenci ile işletmeler arasındaki ilişkide daha etkin olabilmesini sağlayacaktır.

YÖNTEM

Araştırmanın amacı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü lisans öğrencilerinin İşletme Mesleki Eğitim (İME) dersindeki uygulamalı eğitimleri sırasındaki deneyimlerini nasıl algıladıklarının belirlenmesidir. Araştırmada nitel ve nicel yöntemlerden yararlanılmıştır. Bu bağlamda, araştırmada ilk aşamada bölüm öğrencileri ile konu hakkında mülakat gerçekleştirilmiş İME dersinin SWOT analizi yapılmıştır. İkinci aşamada ise anket tekniği uygulanmıştır. Bu araştırmanın evrenini Kocaeli Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde 2023-2024 Eğitim-Öğretim yılı 4. sınıf Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü öğrencileri oluşturmaktadır. Bu dönemde 50 öğrenci İşletme Mesleki Eğitim (İME) dersi için uygulamaya

gitmiştir. Araştırmanın saha çalışması, öğrenciler İşletmede Mesleki Eğitim (İME) dersini tamamladıkları dönemde Google Forms aracılığıyla anket iletilerek 27-30 Mayıs 2024 tarihleri arasında veriler toplanmıştır. Araştırmada tam sayım yapılması hedeflenerek bilgi alınmaya çalışılmış ancak gönüllülük esaslı temelinde anket formunu dolduran 47 öğrenciye uygulanmış ve elde edilen veriler analize tabi tutulmuştur.

Hussien & La Lopa'nın (2018) araştırmalarında kullandıkları ölçekten yararlanılmıştır. Buna göre ölçekte, 1-10 arasındaki sorular öğrencilerin bireysel özelliklerini, 11-12 ve 51-59 arasındaki sorular üniversite desteğini, 13-27 arasındaki sorular iş özellikleri, 28-39 arasındaki sorular örgütsel çevre, 40-46 arasındaki sorular durumsal faktörleri ve 47-50 arasındaki sorular öğrencilerin İşletmede Mesleki Eğitim (İME) dersinden elde ettiği memnuniyet düzeyini ölçülmektedir. Ölçekte yer alan ifadeler verilen cevaplar, 5'li likert ölçeğinde düzenlenmiştir. Araştırmada, öğrencilerin yukarıda belirtilen boyutlara yönelik genel düşünceleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda bireysel özellikler boyutu kapsamında, akademik hazırlık düzeyi, İME 'ye yönelik olumlu tutum ve inisiyatif alabilmeyi içerirken; üniversite desteği boyutunun altında, danışman öğretim üyesi, fakülte ve İME Komitesinin desteği ve ders gerekliliklerinin yeterliliği tanımlanmıştır. İş karakteristikleri boyutu ise, beceri çeşitliliği, görevin kimliği, görevin önemi, özerklik ve geri bildirim alt boyutlarını içermektedir. Örgütsel çevre boyutunun altında, öğrenme fırsatları, iş yeri arkadaşları, çalıştığı işletmeden tatmin, mesleki yeterlilik düzeyi yer alırken durumsal faktörlerin altında ise ücret, çalışma saati, işletmenin yeri ve ulaşım kolaylığı bulunmaktadır. Araştırmanın amacı doğrultusunda değişkenler arasındaki ilişkileri gösteren araştırma modeli Şekil.1'de gösterilmiştir.



Şekil.1. Araştırma Modeli

Hussien & La Lopa'nın (2018) çalışmalarındaki araştırma modelinde bireysel özellikler, üniversite desteği, iş özellikleri, örgütsel çevre ve durumsal faktörler staj memnuniyetinde etkili olduğu belirtilmektedir. Araştırmamızda staj memnuniyeti değişkeni yerine İME dersi memnuniyeti değişkeni olarak ifade edilmiştir. Buradan hareketle,

H1: Öğrencilerin bireysel özellikleri İME dersi memnuniyeti üzerinde etkilidir. H2: Üniversite desteği öğrencilerin İME dersi memnuniyeti üzerinde etkilidir. H3: İş özellikleri öğrencilerin İME dersi memnuniyeti üzerinde etkilidir.

H4: Örgütsel çevre öğrencilerin İME dersi memnuniyeti üzerinde etkilidir.

H5: Durumsal faktörler öğrencilerin İME dersi memnuniyeti üzerinde etkilidir.

hipotezleri belirlenmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Öğrencilerin mülakatla İME dersinin güçlü, zayıf, fırsatlar ve tehditler ile genel olarak (müfredatta yer almalı mı?, dönem/süre yeterli mi? gibi) sorularına verdikleri cevaplar doğrultusunda aşağıdaki SWOT analizi yapılmıştır.

Tablo 1. İME Dersinin Değerlendirilmesinin SWOT Analizi

Güçlü Yanları Deneyim elde etmek. Alan ile ilgili gelişim göstermek. İletişim becerisi edinmek. Grup çalışmasına ve koordinasyon sağlayabilmeye alışmak. Mutfak pratiğinde hız kazanmak. Turizmde uygulama şansı elde etmek. Çözüm odaklı yaklaşım sahibi olmak. Çalışma hayatını öğrenmek ve disiplin elde etmek. Alan ile ilgili yeteneklerini keşfetmek. Güven kazanmak. İş akışını görmek.	Fırsatlar İş ile ilgili çevre edinmek. Ünlü şeflerle tanışmak. Sektörü yakından tanımak. İş fırsatları yakalamak.
Zayıf Yanları Çok yoğun çalışmak. Az maaş elde etmek. Stajyer vasfından ötürü söz hakkının olmaması.	Tehditler İtiraz halinde İME dersinin iş yeri tarafından sonlandırılması söylemi. İME de çalışmak için işletme bulurken sıkıntı yaşanması.

Öğrenciler İME dersini genel olarak değerlendirdiğinde; dersin müfredatta kesinlikle yer alması gerektiği ile kendilerinin yeterli ve yetersiz yanlarını keşfetmelerini sağladığını belirtmişlerdir. Dersin 8.yarıyılıda yer alması çoğu öğrenci tarafından uygun buldukları tespit edilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	16	34
	Erkek	31	66
	Toplam	47	100
Yaş	20-30	44	93.6
	30 ve üstü	3	6.3
	Toplam	47	100
İME dersini almadan önce turizm sektöründe çalıştığınız mı?	Çalışan	35	74.5
	Çalışmayan	12	25.5
	Toplam	47	100
İME dersi kapsamında hangi bölümde görev yaptınız?	Mutfak	29	61.7
	Pastane	5	10.6
	Sıcak Mutfak	3	6.4
	Soğuk Mutfak	2	4.3
	Barista	1	2.1
	İzgara	5	10.6
	Servis	1	2.1
	Satış	1	2.1
	Toplam	47	100
	İME dersi Fakülte müfredatından kaldırılmalı mı?		
	Evet	4	8.5
	Hayır	34	72.3
	Kararsız	9	19.1
	Toplam	47	100

İME dersinin süresi (bir yarıyıl) yeterli midir?	Evet	36	76.6
	Hayır	7	14.9
	Kararsız	4	8.5
	Toplam	47	100
Mezun olduktan sonra turizm sektöründe çalışmayı planlıyor musunuz?	Evet	34	72.3
	Hayır	7	14.9
	Kararsız	6	12.8
	Toplam	47	100
Turizm sektöründe çalışma hayatına devam ederseniz hangi alanda çalışmak istersiniz?	Yiyecek- İçecek işletmeleri	42	89.4
	Seyahat işletmeleri	2	4.3
	Kararsız	3	6.4
	Toplam	47	100

Tablo 2’de, İME dersini alan öğrencilerin %34’ü kadın ve %66’sı erkek olduğu, yaş aralıklarının çoğunlukla 20-30 olduğu görülmektedir. Öğrencilerin %74.5’unun İME dersini almadan önce turizm sektöründe çalıştığını belirtmiştir. İME dersi boyunca çoğunluğunun mutfakta (soğuk, sıcak, pastane, ızgara) sadece 3 öğrencinin barista, servis ve satış departmanlarında çalıştığı tespit edilmiştir. Öğrencilerin İME dersini aldıktan sonraki düşüncelerinin bu dersin müfredatta yer almasını çoğunluğun (%72.3) istediği ve ders süresinin aynı şekilde 1 yarıyıl kalmasını uygun buldukları (%76.6) görülmüştür. Yine öğrencilerin çoğunluğunun (%72.3) mezun olduktan sonra turizm sektöründe çalışmayı planlarına dahil ettiği tespit edilmiştir. İME dersinde sektörde iş başı eğitim gören öğrencilerimizi çoğunluğu (%89.4) mezun olduktan sonra da yiyecek-içecek işletmelerin de çalışmayı istedikleri görülmektedir. sadece 3 öğrenci (%6.4) sektörde çalışmaya kararsız olduklarını ve 2 öğrenci de aseyahat işletmelerinde çalışmaya devam etmek istediğini belirtmiştir.

Tablo 3. İME Dersi Memnuniyetini Etkileyen Faktörlerin Tanımlayıcı Analizi

No	İfadeler	Mean	SD.
1.	Şimdiye kadar aldığım dersler, İME programında iyi performans göstermem için gereken becerileri kazandırdı.	3,9362	1,009
2.	İME programına gerçek işimmiş gibi davrandım.	4,4681	1,1392
3.	İME çalışmasını bir öğrenme fırsatı olarak değerlendirdim.	4,5319	,85595
4.	İME için işe alındığımda, olumlu yönlerinin farkındaydım	4,3617	,89505
5.	İME için işe alındığımda, olumsuz yönlerinin farkındaydım.	4,1064	,89038
6.	İME çalışması iş konusunda kişisel bağımsızlığımı artırdı.	4,3830	,82233
7.	Mümkün olduğunca çok şey öğrenmek için iş arkadaşlarıma soru sormaktan çekinmedim	4,5745	,68349
8.	İşyerindeki diğer çalışanlarla tanışmak için inisiyatif aldım (ilk adımı atmaktan çekinmedim).	4,2979	,77781
9.	İME çalışması sırasında performansım hakkında proaktif olarak geri bildirim istedim	4,2553	,96612
10.	İME çalışması kişisel sorumluluk duygumu geliştirdi.	4,4043	,92453
11.	İME dersi için yapılan faaliyetler adildi (örn. rapor yazma, sunum yapma).	4,2766	1,0152
12.	Düşündüğümde, İME için ders gereklilikleri tamamlamam (örn. rapor yazma, sunum) öğrenme deneyim kalitemi artırdı	4,1489	1,0831
13.	İME uygulaması sırasında, çeşitli beceri ve yeteneklerimi kullanarak	4,3617	,96517

	birçok farklı şey yapmam gerekti.		
14.	İşimin sonuçlarının diğer insanların yaşamlarını ve refahını önemli ölçüde etkileyebilir	4,1277	,96947
15.	İş arkadaşlarımin veya üstlerimin sağlayabileceği “geri bildirim” dışında, işi yapmanın sonucu elde ettiğim ürün iş performansım hakkında bilgi edinmemi sağlıyordu.	4,1489	1,0421
16.	Benim işim, tamamlanmış bitirilmiş olan toplam işin sadece küçük bir parçasıydı	3,7660	1,0260
17.	İME uygulaması bana işi nasıl yapacağım konusunda önemli bir bağımsızlık fırsatı veriyor	4,1489	1,0210
18.	İME çalışması bana başladığım işleri tamamen bitirme şansı verdi.	4,3404	,96181
19.	Yaptığım iş bu işi ne kadar iyi yaptığımı anlamam için bana birçok fırsat sundu	4,1489	1,1029
20.	Yaptığım işin iyi olması, birçok insanı etkiler.	4,1915	1,0137
21.	İME çalışması sırasında, işimi nasıl yapacağıma kendi başıma karar veriyordum	4,2553	1,0522
22.	İşin kendisi iyi performans gösterip göstermediğime dair ipuçları verirdi.	3,7447	1,1319
23.	İME çalışması sırasında yaptığım işin tamamını, baştan sona kadar tamamlama fırsatım olmadı.	3,0213	1,6083
24.	İME çalışmasında bir dizi karmaşık, üst düzey beceriyi kullanmam gerekti	3,7234	1,1740
25.	İME çalışmam oldukça basit ve tekrarlayıcıydı	3,0851	1,3646
26.	Yaptığım iş çok da önemli değildi.	2,5532	1,5716
27.	İME çalışması, işin yürütülmesinde kişisel inisiyatiflerimi kullanma şansını bana vermedi.	2,7872	1,4882
28.	Benden sorumlu olan yöneticim benim için iyi bir profesyonel modeldi	3,8723	1,2444
29.	Benden sorumlu olan yöneticim, sorunlarıma alternatif bir bakış açısı kazandırmak için kişisel deneyimlerini paylaştı	4,1277	1,1538
30.	İş arkadaşlarımin sorunları çözmek için benimle birlikte çalıştılar	4,0213	1,1323
31.	İME çalışması sırasında birlikte çalıştığım insanlarla anlaşımadım.	2,6809	1,5479
32.	İME çalışması bana okulda asla öğrenemeyeceğim pek çok şey öğretti.	3,7872	1,2324
33.	Yapmam gereken işler hakkında bana net bir plan verildi.	3,5319	1,3808
34.	Çeşitli işlerimi nasıl yapacağım konusunda bana net bir talimat verildi.	3,8511	1,2507
35.	İME çalışmasının bir sonucu olarak turizm sektörü hakkında çok şey öğrendim.	3,6596	1,2559
36.	İME uygulaması sayesinde, iş dünyasına girmeye daha hazır hale geldim	4,1489	,97755
37.	İstersem, benden sorumlu yöneticim benim hakkında olumlu referans verir.	4,3191	,93498
38.	İME yaptığım işletmede çalışmayı gerçekten çok sevdim.	3,8723	1,1725
39.	Kariyerime İME yaptığım işletmede başlamak beni mutlu eder.	3,5532	1,3801
40.	İME bana piyasa düzeyinde rekabet edecek iyi bir maaş sağladı.	2,8936	1,6183
41.	İME sırasında yaptığım iş için iyi bir ücret aldım.	2,9149	1,6789
42.	İME çalışmasının gerekliliklerini yerine getirmek için yeterli saat çalıştım.	4,0426	1,2676
43.	İME sırasında kendi çalışma saatlerimi belirleme esnekliğine sahiptim.	2,8298	1,6059
44.	Şirketim bizleri uygun bir çalışma ortamına yerleştirdi	3,7660	1,1649
45.	Şirketim bizlere belirlenmiş bir çalışma alanı sağladı.	3,8298	1,1096
46.	İME çalışması yaptığım yere gidip gelmek sorunsuzdu.	3,7872	1,2843
47.	Danışmam hocam kritik zamanlarda yanımdaydı.	3,6809	1,3205
48.	Danışmam hocam ihtiyacım olduğunda doğrudan ve anında geri bildirim sağladı.	3,8723	1,1348

49.	Danışmam hocam kurumsal (işletmelerin) politika ve prosedürler hakkında bilgiliydi.	4,0638	1,1307
50.	Danışmam hocam aramızda açık ve güvenilir bir ilişki kurulmasını sağladı.	4,0851	1,1000
51.	Danışmam hocam işime değer verdi.	3,9362	1,2230
52.	Danışmam hocam kişisel fedakârlıklarımı ve durumumu takdir etti.	3,8936	1,2723
53.	Fakültem, İME çalışmamı en uygun işletmede yapabilmem için birçok firma ile protokol anlaşması yaptı.	3,5319	1,4272
54.	Fakültem İME uygulaması için etkili bir oryantasyon sağladı.	3,6170	1,3441
55.	İME komitesi üyeleri, İME'nin yürütülmesinde (dönem başından- dönem sonuna kadar) zamanında ve organize şekilde hareket ettiler.	3,6383	1,3582
56.	Sık sık İME çalışmasını bırakmayı düşündüm.	3,2979	1,4129
57.	İME çalışması sırasında yaptığım işten genel olarak memnunum.	4,0000	1,1420
58.	Eğer sınıf arkadaşlarımdan herhangi biri benimle aynı İME çalışmasını yapacak olsaydı, bu çalışmayı anlamlı bulurlardı.	4,0000	1,0215
59.	Genel olarak, İME çalışmasından çok memnun kaldım.	3,9149	1,0597

Tablo 3’de öğrencilerin İME yapan öğrencileri en çok memnun eden faktörlerden biri bireysel özelliklerdir. Söz konusu faktör arasında “Mümkün olduğunca çok şey öğrenmek için iş arkadaşlarıma soru sormaktan çekinmedim” (M=4.57) “İME çalışması kişisel sorumluluk duygumu geliştirdi” (M=4.40), “İME programına gerçek işimmiş gibi davrandım” (M=4.47), “İME çalışmasını bir öğrenme fırsatı olarak değerlendirdim” (M=4.53). Buna rağmen İME yapan öğrencilerin en az memnuniyet duydukları faktörlerden biri durumsal faktörlerdir. Söz konusu faktörler arasında “İME sırasında kendi çalışma saatlerimi belirleme esnekliğine sahiptim” (M=2.83), “İME bana piyasa düzeyinde rekabet edecek iyi bir maaş sağladı” (M=2.90), “İME sırasında yaptığım iş için iyi bir ücret aldım” (M=2.91) ifadeleri bulunmaktadır.

Tablo 4. Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler ve Değişkenler Arası Korelasyon Değerleri

Değişken	Bireysel Özellikler	İşin Özellikleri	Örgütsel Çevre	Üniversite Desteği	Durumsal Faktörler	İME Dersi Memnuniyeti	Mean	SD.
Bireysel Özellikler	1	,635**	,673**	,319*	,559**	,611**	4,33	,655
İşin Özellikleri	,635**	1	,601**	,464**	,637**	,292*	3,83	,508
Örgütsel Çevre	,673**	,601**	1	,406**	,807**	,602**	3,79	,918
Üniversite Desteği	,319*	,464**	,406**	1	,340*	,182	3,81	1,05
Durumsal Faktörler	,559**	,637**	,807**	,340*	1	,541**	3,44	1,05
İME Dersi Memnuniyeti	,611**	,292*	,602**	,182	,541**	1	3,80	,826

N=47 *p<.05, **p<.01,

Araştırmanın modelinde ele alınan değişkenlerin, birbirleri ile arasındaki ilişkiyi göstermek için Pearson korelasyon analizden yararlanılmıştır. Korelasyon analizinin sonuçları Tablo 4’de verilmiştir. Bireysel özellikler, örgütsel çevre, durumsal faktörler ile İME dersi memnuniyeti arasında pozitif, orta düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. İşin özellikleri İME dersi memnuniyeti arasında ise pozitif, düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Buna rağmen üniversite desteği ile İME dersi memnuniyeti arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

Çalışmada ortaya konulan hipotezlerin test edilmesinde, çoklu regresyon analizinden yararlanılmıştır.

Tablo 5. Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	S.H.	B
Bireysel Özellikler	.656	.203	.522*
İşin Özellikleri	.394	.179	.363*
Örgütsel Çevre	.216	.190	.240
Üniversite Desteği	.010	.099	-.012
Durumsal Faktörler	.230	.155	.292
N= 47 $\Delta R^2=.453$	* p<.05		

Öğrencilerin bireysel özellikleri, işin özellikleri, örgütsel çevre, üniversite desteği ve durumsal faktörler bağımsız değişken, İME dersi memnuniyet düzeyi ise bağımlı değişken olarak analize sokulduğu regresyon analizinde modelin istatistiki olarak anlamlı çıktığı görülmektedir. Tablo 5’de bu analizin sonuçları gösterilmiştir. Buna göre İME dersi memnuniyetindeki %45’lik değişiminin bağımsız değişkenlere bağlı olduğu söylenebilir. Ancak tablodaki beta katsayıları incelendiğinde, İME dersi memnuniyeti açıklamada sadece bireysel özellikler ($\beta=.52$ $p<.05$) ve işin özelliklerinin ($\beta=.36$ $p<.05$) anlamlı katkısı bulunduğu saptanmıştır. Örgütsel çevre ($\beta=.24$ $p>.05$), üniversite desteği ($\beta=-.01$ $p>.05$) ve durumsal faktörlerin ($\beta=.29$ $p>.05$) anlamlı bir katkısı yoktur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Eğitim paydaşları deneyimsel bir öğrenme metodu olan mesleki eğitim dersi kapsamında, öğrencilerine, teorik olarak aktaramayacakları bilgi, beceriyi iş başında yaparak öğrenebilme fırsatı tanımaktadırlar (Zopiatis & Theocharous, 2013). Bugünün stajyerleri yarının uygulayıcıları olacağından; öğrencilerin turizm sektörünün gelişimi için önemini yadsınamaz. Ayrıca araştırmalar, konaklama ve turizm okullarının kapsamlı müfredatının bir parçası olarak kapsamlı bir staj programının öğrenci alımına fayda sağlayabileceğini ortaya koymuştur. Bu nedenle, öğrenci stajı, kurumların ve sektörün gelişimi için turizm programlarındaki lisans öğrencileri için zorunlu bir gereklilik haline gelmiştir (Lam vd., 2024). Konu ile ilgili uluslararası literatürde yapılan çalışmaların çoğunlukla staj ile ilgili oldukları tespit edilmiştir. Son yıllarda lisans düzeyinde turizm fakülteleri ve yüksekokullarında staj yerine İME dersinin müfredatlar da yer almaya başlaması ve etkilerinin neler olduğunun araştırılması değerli olup çalışmanın özgün değerini oluşturmaktadır. Ayrıca gastronomi ve mutfak sanatları alanındaki öğrencilerin staj deneyimleri ile ilgili yapılan çalışmalar çok az sayıdadır. İME dersinin ise Türkiye’deki üniversitelerde son zamanlarda müfredatlar da yer alması sebebiyle daha çok 3+1 (ön lisans) programlarda yapılan çalışmalara rastlanmış ve bu çalışmanın lisans programlarında bu dersin etkilerinin ölçülmesinde öncü olacağı düşünülmektedir.

Araştırma sonucunda İME dersini alan öğrencilerin bu dersten önce turizm sektöründe çalıştığını, ders boyunca çoğunluğunun mutfakta (soğuk, sıcak, pastane, ızgara) çalıştığı tespit edilmiştir. Öğrencilerin İME dersini aldıktan sonraki düşüncelerinin bu dersin müfredatta yer almasını ve ders süresinin aynı şekilde 1 yarıyıl kalmasını uygun buldukları görülmüştür. İME dersinde sektörde iş başı eğitim gören öğrencilerimizi çoğunluğu mezun olduktan sonra da turizm sektöründen devam edip, yiyecek-içecek işletmelerin de çalışmayı planladıklarını belirtmiştir. Bu bağlamda Fakültede eğitimi tamamlayan öğrencilerin sektörde kendi eğitim aldıkları alanda ilerlemeyi düşündükleri sonucuna ulaşılmıştır.

Yapılan çalışma sonucu İME yapan öğrencilerin, İME dersi memnuniyetini etkileyen faktörler arasında öncelikle bireysel özellikler gelmektedir. Söz konusu özellikler; İME’yi öğrenme fırsatı olarak görmek, İME’ye olumlu bir tutumla yaklaşmak ve çalıştığı işletmeyi benimsemek, proaktif yapıda olmak olarak sıralanabilir. Ayrıca işin özellikleri olarak sıralanan, beceri çeşitliliği, özerklik, bağımsızlık, performansı hakkında geri dönüş almak boyutları da İME dersi memnuniyeti üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Bu araştırmanın önemli sınırlılıklarından biri Kocaeli Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü öğrencilerinden veri toplanmış olmasıdır. Örneklemin küçük olması, analiz edilen verilerden genelleme yapmanın zor olduğu anlamına gelen bir zayıflıktır. Bu bağlamda gelecek araştırmalarda farklı üniversitelerdeki Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü öğrencilerinden veri toplanması bölüm için İME dersinin verimli ve etkin olup olmadığı hususunda yol gösterici olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Akdemir, N. & Göksun, A. C. (2023). Türkiye’de Gastronomi ve Mutfak Sanatları (GMS) Eğitimi: Lisans Müfredatlarındaki Gastronomi Uygulama Derslerinin Karşılaştırılması, 23. Ulusal Turizm Kongresi- Turizm Eğitimi-, 13-15 Ekim Denizli, 1124-1143.
- Ayikoru, M., Tribe, J. & Airey, D., (2009). Reading Tourism Education Neoliberalism Unveiled: *Annals of Tourism Research*, (36,2),191–221.
- Belaya, V. (2018). The Use of e-Learning in Vocational Education and Training (VET): Systematization of Existing Theoretical Approaches. *Journal of education and learning*, 7(5), 92-101.
- Chen, C. T., Hu, J. L., Wang, C. C., & Chen, C. F. (2011). A study of the effects of internship experiences on the behavioural intentions of college students majoring in leisure management in Taiwan. *Journal of Hospitality Leisure Sport & Tourism Education*, 10(2), 61-73.
- Christou, E.S. (1998). Hospitality Management Education in Greece an Exploratory Study, *Tourism Management*, 20: 683-691.
- Downey, J., & DeVea, L. (1987). Coordinating the hospitality internship. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 28(2), 38–41. doi:10.1177/ 001088048702800214.
- Görkem, O., & Sevim, B. (2016). Gastronomi Eğitiminde Geç mi Kalındı Acele mi Ediliyor? *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(58), 977–988.
- Gryski, G., Johnson, G., & O’Toole, L. (1987). Undergraduate internships: An empirical review. *Public Administration Quarterly*, 11(2), 150.
- Fagan, T., & Wise, P. (2007). *School psychology: Past, present, and future* (3rd ed.). Bethesda, MD: National Association of School Psychologists.
- Hussien, F. M., & La Lopa, M. (2018). The determinants of student satisfaction with internship programs in the hospitality industry: A case study in the USA. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 17(4), 502-527.
- Lam, R., Tsang, L., & Tavitiyaman, P. (2024). The impact of internship job characteristics on students’ hospitality career: students’ and employers’ perspectives. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 1-26.
- Olalı, H. (1983). *Dış Tanıtım ve Turizm*, Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Öztürk, Y. ve Görkem, O. (2011). Mutfak dalı öğrencilerinin mesleki yeterliklerinin değerlendirilmesi: Otelcilik ve turizm meslek lisesi öğrencilerine yönelik bir uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 69-89.
- Richardson, S. (2008). Undergraduate tourism and hospitality students attitudes toward a career in the industry: A preliminary investigation. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 8(1), 23-46.
- Seyitoğlu, F. (2019). Gastronomy students’ internship experience: benefits, challenges, and future career. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 19(4), 285-301.
- Siu, G., Cheung, C., & Law, R. (2012). Developing a conceptual framework for measuring future career intention of hotel interns. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 12(2), 188- 215.
- Sullivan, J. R., & Conoley, J. C. (2008). Best practices in the supervision of interns. *Best practices in school psychology V*, 6, 1957-1974.
- Ünlüöner, K. (2000). Turizm işletmeciliği öğretmenlik programlarının öğrenci beklentileri ve algılamaları açısından değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(1), 218-238.
- Yazıcıoğlu, İ., & Özata, E. (2017). Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Öğrencilerinin Ders Programı Algılarının Akademik Başarıları Üzerine Etkisi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(4), 17-32.
- Zopiatis, A. (2007). Hospitality internships in Cyprus: A genuine academic experience or a continuing frustration? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(1), 65–77.
- Zopiatis, A., & Theocharous, A. L. (2013). Revisiting hospitality internship practices: A holistic investigation. *Journal of hospitality, leisure, sport & tourism education*, 13, 33-46.
- Zopiatis, A., Papadopoulos, C., & Theofanous, Y. (2021). A systematic review of literature on hospitality internships. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 28, 100309.

GASTRONOMY TOURISM DURING AND AFTER THE COVID-19 PANDEMIC: IMPACTS AND FUTURE STRATEGIES

Selin İŞEVCAN ERTAMAY

PhD Candidate, İzmir Katip Çelebi University, Tourism Faculty, E-posta:
sisevcn@gmail.com, Orcid Numarası: <https://orcid.org/0000-0002-9892-621X>

Mehmet Emre GÜLER

Prof., Dr., İzmir Katip Çelebi University, Tourism Faculty, E-posta: memre.guler@ikcu.edu.tr, Orcid Numarası:
<https://orcid.org/0000-0002-8689-9859>

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic impacted negatively every aspect of tourism industry. As a niche segment of the tourism industry, gastronomy tourism also faced a drastic downturn during the COVID-19 outbreak. This study aims to provide a comprehensive understanding of the challenges faced by gastronomy tourism stakeholders during the pandemic, the strategies developed to overcome these challenges, and how the crisis has introduced new trends, concepts, and innovations in the post-pandemic period by systematically examining the relevant literature from the pandemic and post-pandemic periods. With this aim, content analysis was conducted to explore academic studies related to pandemic's affects on gastronomy tourism published in academic databases during and after the pandemic. The studies were chosen for data collection using keywords such as "COVID-19," "pandemic," and "gastronomy tourism." Additionally, relevant literature that cited these selected studies was included. In this framework a thematic analysis was conducted based on a total of 49 academic articles. Key findings indicate a rapid shift towards digital and virtual technologies, which became essential for maintaining consumer engagement during travel restrictions. Virtual cooking classes and online food-related experiences emerged as popular alternatives, enriching the consumer experience while fostering social connections. Furthermore, the pandemic led to notable changes in consumer preferences, with an increased focus on hygiene, sustainability, and local options, alongside a growing demand for e-commerce and acceptance for QR code menus. The study also has explored the responses of gastronomy tourism stakeholders, emphasizing their adaptive strategies, including the adoption of delivery services and digital platforms, to survive economically. Increasing consumer interest towards sustainability, the growing demand for e-commerce, and the adaptation to virtual applications and as well as QR code menus were highlighted as key trends emerged in the aftermath of the pandemic.

Key words: Gastronomy Tourism, Covid-19, Post Covid-19, Pandemic, Post Pandemic

INTRODUCTION

The tourism industry is acknowledged as a significant economic driver worldwide. The COVID-19 pandemic that spread via travel, deeply affected negatively the global economy, social life, and especially the tourism industry. The pandemic harmed almost every aspect of the tourism value chain worldwide. Tourism activities nearly came to a halt due to travel restrictions and health concerns, leading to significant economic losses for many tourist destinations and tourism businesses. The COVID-19 pandemic had a significant negative impact on the entire tourism industry, including gastronomy tourism. A niche segment of the tourism industry; gastronomy tourism was hit by the pandemic and suffered a very drastic recession during the pandemic. Since the onset of the COVID-19 pandemic, the gastronomy industry faced the most significant revenue and job losses compared to other industries, with businesses being forced to close their doors due to government-mandated lockdowns. It also resulted in shifts in the preferences and needs of gastronomy tourists, compelling industry stakeholders to adapt their business strategies by adopting new operational and technological methods to survive and cater to the changing demands of travelers. Therewithal, during the later phases of the pandemic and in its aftermath, the gastronomy tourism-initiated recovery and adaptation efforts to adjust to the new normal. In this regard,

this study aims to provide an analysis of academic research conducted during and after the COVID-19 pandemic that explored the impacts of the pandemic on gastronomy tourism and the subsequent changes. With this aim, this study investigates pandemic's affects on gastronomy tourism, how gastronomy tourism stakeholders adapted to this process and the trends, new concepts and innovations that have emerged in the post-pandemic period.

LITERATURE REVIEW

The current literature emphasizes the relationship between food and tourism using various terms; 'food tourism' (Hall and Sharples, 2003), 'culinary tourism' (Ignatov and Smith, 2006), 'gastronomy tourism' (Wolf, 2006) and 'tasting tourism' (Boniface, 2003). Gastronomy tourism is a swiftly growing alternative type of tourism (Du Rand et al., 2003; Selwood, 2003; Hall and Mitchell, 2005). Today, many destinations use gastronomy as a unique tourist offering, drawing an increasing number of visitors who specifically seek culinary experiences (Hall, 2020). It not only boosts economies but also plays a crucial role in preserving cultural heritage and acts as a significant attraction for destinations (Kivela and Crotts, 2006; Smith & Costello, 2009). Gastronomic experiences not only fulfill tourists' culinary desires but also contribute to sustainable destination development by fostering environmental awareness, preserving and enhancing regional identity, and increasing consciousness about sustainability (Rinaldi, 2017). The COVID-19 pandemic negatively impacted the entire tourism industry, including gastronomy tourism. While prior pandemics like Ebola, SARS, and MERS had a limited restriction on travel yet only to the specific regions, COVID-19 had a global impact, limiting travel to everywhere had a greater impact than any prior outbreak or crisis. During the COVID-19 pandemic, gastronomy tourism suffered significantly, leading many restaurants, cafes, and other food-related businesses to close their doors (Gössling et al., 2020). Also, the restrictions and health concerns brought about by the pandemic caused notable changes in consumer behavior and concepts within gastronomy tourism. In response to these shifts, recent literature examined various early-stage affects of COVID-19 on gastronomy tourism, including consumer perceptions of digital food-related experiences (Cenni et al., 2020), preferences for private dining facilities (Kim and Lee, 2020), behavior in online food ordering (Brewer and Sebbby, 2021), and restaurant managers' attitudes towards food delivery platforms (Türkeş et al., 2021). Post-pandemic literature examining the affects of the pandemic on gastronomy tourism covers studies such as the impact of COVID-19 on gastronomy tourist consumer behavior (Durmaz et al., 2022), a conceptual examination of the pandemic's affects on gastronomy tourism (Ostrowska-Tryzno & Pawlikowska-Piechotka, 2022), restaurateurs' views on evolving customer needs after COVID-19 (Bonfanti et al., 2023), factors influencing gastronomy tourist satisfaction levels post COVID-19 (Thanasegaran & Chandrashekar, 2023) and the dining-out preferences of gastronomy tourists following the COVID-19 pandemic (Lebrun & Bouchet, 2024). This study discusses the pandemic's impacts and future strategies in gastronomy tourism by offering a holistic examination of academic research conducted during and in the post pandemic.

METHODOLOGY

This study is aimed to explore and analyze COVID-19 pandemic's influence on gastronomy tourism and emerging trends, concepts, and innovations in the post-pandemic era in gastronomy tourism through a holistic examination of academic literature published during and after the pandemic. In this context, the research questions are designed as;

- How has COVID-19 influenced gastronomy tourism?
- How have gastronomy tourism stakeholders responded to these changes?
- What new trends have emerged in gastronomy tourism in the post-pandemic era?

To answer these research questions, content analysis, a qualitative research method, was employed to examine academic studies regarding pandemic's affects on gastronomy tourism published in academic databases during and after the pandemic. The studies were selected for data collection using keywords

such as "COVID-19," "pandemic," and "gastronomy tourism." Additionally, relevant literature citing these selected studies was included. In this context, a thematic analysis was conducted based on a total of 49 academic articles.

The findings were categorized into thematic categories, providing a structured understanding of how gastronomy tourism has evolved in response to the pandemic. This approach allows a comprehensive comparison of the observed affects of the pandemic on gastronomy tourism during the pandemic and post-pandemic periods. By systematically analyzing the literature, this study aims to offer a comprehensive overview of how gastronomy stakeholders overcome the challenges posed by the pandemic, the key strategies employed by stakeholders to mitigate the impact of the pandemic and a deeper understanding of the resilience and adaptability of the gastronomy tourism industry in the face of unprecedented challenges. This study also seeks to highlight new trends, innovations and advancements that have emerged in the post-pandemic era, thereby offering a comprehensive overview and valuable insights into the future direction of gastronomy tourism.

The COVID-19 pandemic has profoundly impacted the gastronomy tourism, prompting significant shifts in consumer behavior, stakeholder strategies, and industry practices. The thematic analysis conducted in this study builds upon the findings from the reviewed literature to address the key research questions. By organizing the studies into thematic categories, the analysis highlights the significant ways in which the COVID-19 pandemic has influenced gastronomy tourism, the responses and strategies adopted by stakeholders, and the innovations that have emerged in the post-pandemic landscape. These themes offer a structured understanding of the ongoing transformation within the gastronomy tourism industry, providing valuable insights into both the challenges and opportunities brought about by the pandemic.

FINDINGS AND DISCUSSION

Exploring Impact of Covid-19 on Gastronomy Tourism

The first research question seeks to explore how COVID-19 pandemic influenced gastronomy tourism. Through this analysis, key themes that emerged during the pandemic are highlighted, including the rapid shift toward digital and virtual experiences, the significant changes in gastronomy tourists' behavior and preferences, and the overall impact of social distancing measures on traditional dining and travel experiences.

Theme 1: The Widespread of Digital and Virtual Technologies

The COVID-19 pandemic resulted in shifts and adaptations towards digital and virtual technologies in gastronomy tourism. The United Nations World Tourism Organization (UNWTO, 2020a) noted that one of the most notable effects of the pandemic was the rapid acceleration of digitalization. In response to the challenges posed by the pandemic, virtual cooking classes, online food-related experiences (OEs), and virtual Airbnb travel products became essential for maintaining consumer engagement during periods of travel restrictions. These virtual experiences not only provided entertainment and education but also fostered social connections (Cenni and Vásquez, 2020). Furthermore, online cooking classes offered participants multifaceted experiences that combined learning, social interaction, and entertainment, enriching their lives during the pandemic (Seyitoglu and Atsız, 2022). Cenni and Vasquez (2022), examined early adopters' reactions to online food-related experiences (Oes) during COVID-19, revealing that consumers appreciated both the entertainment and educational aspects. Reviewers noted that OEs had the potential to become lasting tourism products, highlighting their value beyond pandemic needs such as virtual escape and social interaction. Moreover, e-commerce played a critical role during the pandemic by acting as a powerful catalyst for restructuring in the restaurant industry. This environment forced restaurateurs to develop and enhance analytics systems for managing large volumes of online data, integrate e-commerce solutions, and implement corresponding business strategies (Fainshtein et al., 2023). Online food ordering became more popular during the pandemic, with factors like convenience, menu informativeness, and risk perception influencing purchase decisions during the

pandemic (Brewer and Sebby, 2021). As a result of heightened hygiene and safety concerns, the COVID-19 pandemic significantly accelerated the adoption of QR code menus in restaurants. This adaptation aligned with changing consumer behaviors, as people sought safer dining options. Consequently, the pandemic increased technological acceptance, leading more consumers to become open to digital menus (Aymankul and Demir, 2024).

Theme 2: Shifts in Consumer Preferences and Behaviors

Preferences of gastronomy tourists changed significantly during the pandemic, a broader trend of prioritizing hygiene and minimal physical contact (Kim and Lee, 2020) and leading to a notable shift towards private dining facilities as people sought safer, more controlled environments. Heightened health and safety concerns prompted consumers to favor establishments with strict hygiene protocols, which in turn influenced their dining choices (Mungantiwar et al., 2022). Consequently, consumer interest in traditional gastronomy tourism decreased (Durmaz et al., 2022). Gastronomy tourists' preference shifted toward local, organic, sustainable, and environmentally friendly gastronomic options during the pandemic (Vergamini et al., 2021; Ostrowska-Tryzno and Pawlikowska-Piechotka, 2022). With international travel limited, there was a marked shift towards domestic tourism. As residents explored their own culinary offerings, local gastronomy experiences gained popularity in the post-COVID-19 period (Thanasegaran & Chandrashekar, 2023). Additionally, fear of COVID-19 strengthened the connection between customer attitudes and their intention to use food applications; higher fear levels drove customers to opt for online food delivery to reduce virus exposure, appreciating its safety and convenience during the pandemic (Hasan, 2023). In their research, Francioni et al., (2022) identified key factors influencing customers' continued use of online food delivery services during the COVID-19 pandemic, focusing on gender differences. They found that male consumers prioritized perceived healthiness, quarantine procedures, and hygiene, while female consumers emphasized healthiness and overall attitude. Similarly, Kucharska and Malinowska (2024) note that the pandemic significantly increased the adoption of food delivery services in Poland, with consumers continuing to prefer these convenient options post-pandemic, reflecting a lasting shift towards technology-driven solutions in the industry. Throughout the pandemic, customers prioritized high food quality, attentive service, cleanliness, and a pleasant dining environment, including the availability of necessary amenities; this emphasis has persisted post-pandemic, with customers continuing to prioritize not only food and service quality but also safety measures, cleanliness, and outdoor seating options (Thanasegaran & Chandrashekar, 2023; Hamid et al., 2024). Since people increasingly sought safer dining options, the pandemic significantly accelerated the adoption of QR code menus in restaurants, as these menus minimize physical contact and reduce virus transmission risks. The pandemic also increased technological acceptance, with more consumers becoming open to digital menus for hygiene and convenience (Aymankul and Demir, 2024). In the context of post-pandemic dining trends, safety, sociability, and innovation have emerged as key priorities. Gastronomy tourists now seek reassurance in health measures, value social dining experiences, and favor unique culinary offerings. Furthermore, experiential home services, such as meal kits and gourmet deliveries, have gained popularity in terms of their preferences (Bonfanti et al., 2023). In the study on Australian domestic wine tourism conducted after the onset of COVID-19, Gaetjens et al. (2023) highlight that tourists are driven by both wine-related and non-wine-related motivations, such as enjoying food, culture, and social interactions. Push factors like relaxation and escape, along with pull factors such as regional attractions, significantly influence destination choices. In their exploratory research (Lebrun & Bouchet, 2024) examining the dining-out preferences of domestic tourists at a gastronomic destination following the COVID-19 pandemic, revealed that dining-out preferences are primarily oriented toward local dining and are influenced by neophilia for Generations X, Y, and Z; neolocalism for Generations X and Y; and gastronomy knowledge and sensory appeal for Generation Z. In the post pandemic, tourists now prioritize gastronomy experiences that offer control and convenience, with preferences for virtual vineyard visits, safety communication, customizable itineraries, and flexible scheduling. The psychological effects of COVID-19, such as anxiety and fear, have notably reshaped travel decisions in gastronomy tourism (Food, 2024). Moreover, the adoption of self-service technologies (SSTs)

in the fast-food industry has surged in the aftermath of the pandemic due to consumers' desire to reduce human contact and prioritize safety. Key factors influencing SSTs adoption include hygiene concerns, perceived ease of use, usefulness, service trust, and efficiency (Mohamed et al., 2024).

Exploring Gastronomy Tourism Stakeholders' Response to Pandemic

Through this analysis, it is explored the adaptive strategies and innovative practices employed by gastronomy tourism stakeholders in response to the challenges brought about by the COVID-19 pandemic.

Theme 3: Stakeholder Adaptation and Innovations

The COVID-19 pandemic caused significant revenue losses in the gastronomy industry. Gastronomy tourism stakeholders had to innovate adapt quickly in order to survive economically. In response to these pandemic challenges, the restaurant industry adapted by switching to take-out and delivery services, which allowed some establishments to continue operating despite lockdowns (Gössling et al., 2020). Restaurant managers in Romania adopted food delivery platforms and leveraged technological innovations to cope with the pandemic. Innovations in business strategy, technology, and finance played a key role in adapting to pandemic challenges and helped them remain resilient (Türkeş et al., 2021). The pandemic changed purchasing behaviors, driving consumers toward online shopping and e-commerce, which forced food and beverage industry to quickly adopt digital transformation to meet this demand (Kocaman et al., 2021). Additionally, the restaurant businesses responded to the changing consumer behaviors and preferences by simplifying menus, developing new products prioritizing consumer insights, introducing delivery-friendly items, and implementing hygiene measures, and adoption of technology for ordering and payment (Mungantiwar et al., 2022). Meanwhile, high-profile restaurants in Finland increased their use of Instagram and other social media to engage with customers, demonstrating agility in shifting to digital platforms during lockdowns (Tuomi et al., 2021). Moreover, restaurant patrons, anxious about dining out, increasingly favored contactless options like takeout and delivery. As a result, restaurants needed to implement adaptive measures such as flexible ordering methods, social distancing protocols, and innovative spatial designs. The pandemic also accelerated changes in restaurant design and service, including the introduction of outdoor dining, flexible seating arrangements, and technology-driven ordering systems (AlSarrag, 2022). At the same time, many food businesses introduced virtual experiences, such as cooking classes, allowing them to maintain customer engagement despite the physical distancing measures. This pivot towards digital innovation have transformed how gastronomy tourism is experienced (Thanasegaran & Chandrashekar, 2023). Similarly, wineries also adopted virtual strategies, hosting online wine tastings via Zoom. This innovation expanded their customer base beyond geographical limitations and marked a significant digital transformation of traditional wine tourism (Paluch & Wittkop, 2021). However, despite these innovations, the pandemic still negatively impacted wine tourists' intentions, particularly due to financial and time constraints brought on by economic hardships (Baydeniz et al., 2024). To counter these effects, wineries introduced outdoor tastings and reservation systems, which helped maintain some interest in wine tourism during the restrictions (Gastaldello et al., 2023). On the other hand, pandemic also created opportunities to promote sustainability, health, and traditional cooking skills. As consumer interest shifted toward local and sustainable options, many restaurants made these priorities central to their operations (Ostrowska-Tryzno and Pawlikowska-Piechotka, 2022).

Exploring Post Pandemic Trends

The third research question seeks to explore new trends that emerged in gastronomy tourism in the post-pandemic era. This analysis highlights key trends that surfaced in the aftermath of the pandemic, including the increased focus on sustainability, the growing demand for e-commerce, and the adaptation to virtual applications such as virtual wine tastings and immersive dining experiences, as well as QR code menus.

Theme 4: Sustainability

Sustainability has emerged as a key priority in the post-pandemic period. According to the United Nations World Tourism Organization (UNWTO, 2020b), sustainability is now considered the standard approach in the recovery and rebuilding of tourism after COVID-19. Deliyannis et al. (2022) presented the design of the "BRENDA: Digital Tours" application, which is aimed at promoting gastronomy and cultural tourism by enhancing visitor engagement with local culture through gamification. The application is presented as an exemplary environment for multisensory visitor involvement in experiential tourism, resulting in an enhanced and personalized tourism experience that supports sustainable tourism and provides economic and social benefits to local communities. In the post-pandemic context, gastronomy tourists are increasingly favoring nature-based, easy-accessibility, and sustainable wine tourism options, prioritizing opportunities to learn about the region's history and culture (Santorinaios et al., 2023). This shift reflects a broader trend among gastronomy tourists seeking more meaningful and responsible travel experiences. Additionally, QR code menus align with broader sustainability initiatives for a more sustainable future while enhancing operational efficiency. Specifically, these menus support several United Nations Sustainable Development Goals (SDGs) by promoting responsible consumption and production (SDG 12) through reduced paper waste and digital solutions. Furthermore, they contribute to climate action (SDG

13) by lowering the carbon footprint of restaurants and foster partnerships for the goals (SDG

17) by encouraging collaboration between restaurants and technology providers (Ozturkcan and Kitapci, 2023). Moreover, gastronomy tourism has recently expanded to include virtual experiences, offering immersive culinary adventures that enhance cultural understanding and promote sustainable tourism (Babolia and Jaszus, 2024). This evolution underscores the adaptability of gastronomy tourism stakeholders in responding to changing consumer preferences and the ongoing challenges posed by the pandemic. Recently gastronomy tourism has expanded to include virtual experiences, offering immersive culinary adventures that enhance cultural understanding and promote sustainable tourism. (Jorge et al., 2023; Babolia and Jaszus, 2024). Ultimately, the solutions developed to address the emerging pandemic challenges not only help overcome the obstacles within the industry but also contribute to sustainability goals, reinforcing the environmental and social responsibilities of gastronomy tourism.

Theme 5: Preference for E-commerce

The pandemic forced consumers to turn to online sales due to restrictions and fears related to the virus. During the COVID-19 pandemic, there was a notable increase in online sales demands for food and beverage products. Lockdowns and closures pushed consumers to shop online, leading to a digital transformation that significantly affected food and beverage supply chains. This shift adapted consumers to online shopping (Cicek and Muzaffer, 2021; Kocaman et al., 2021). COVID-19 has notably accelerated the significance of e-commerce in the wine sector, especially among millennials and Generation Z (Mastroberardino et al., 2022). Post-pandemic, Generation Z consumers are increasingly drawn to online food delivery services, largely due to their perceived usefulness. They prioritize practicality and trust, placing emphasis on reliable and transparent communication, as well as time-saving benefits. Interestingly, factors such as ease of use, food safety risk perception, COVID-19 severity, vulnerability, and price-saving benefits have been found to have an insignificant impact on their intentions (Pramezwaray et al., 2023). Additionally, Teo et al. (2024) highlight gender differences in the factors influencing purchase intentions for local food via online food delivery (OFD) services. Male consumers tend to prioritize price value as the most important factor, while female consumers focus more on service quality. Despite the perceived ease of use being a less significant factor overall, both genders remain sensitive to the value they receive for the price paid. In conclusion, e-commerce remains an ongoing and rising trend in the gastronomy industry post-pandemic, characterized by its convenience, transparency, and perceived usefulness, as consumers increasingly rely on online platforms for food and beverage products, prioritizing practicality and service quality while valuing the cost-to-benefit ratio.

Theme 6: QR Code Menus

For restaurants, QR code menus improved operational efficiency by allowing quick updates without the need for reprinting. These changes have lasting effects, as many consumers appreciate the convenience and speed of QR code menus, suggesting their continued use even as restrictions ease. Additionally, Y and Z demographics are particularly open to the QR code menu experience, with an overall positive perception (Aymankuy and Demir, 2024). Moreover, several factors influence consumers' intentions to use QR code menus in the post-COVID-19 era. These include performance expectancy (enhancing convenience and efficiency), effort expectancy (ease of use), social influence (observing others using QR codes), established habits of QR code usage, and concerns about privacy protection (Koay and Ang, 2024). However, despite the benefits, customer acceptance of QR code menus is not without concerns. While restaurant patrons appreciate advantages such as hygiene and ease of ordering, they have raised accessibility issues, particularly for older individuals and those without smartphones, indicating the need to retain physical menus as an option (Kilic et al., 2023). Overall, QR code menus significantly enhance the customer experience in the gastronomy industry by offering convenience, improved hygiene, dynamic and up-to-date information, and additional features like images and nutritional details. Furthermore, they enable streamlined, contactless ordering and payment, making them a valuable tool for modern dining (Ozturkcan and Kitapci, 2023).

Theme 7: Virtual Experiences

The adoption of technology-driven or technology-enhanced tourism experiences began prior to the COVID-19 pandemic. Neuhofer et al. (2014) observed a growing interest in these types of experiences, predicting that technology would inevitably become integral to fully engaging in tourism. The pandemic and quarantine led individuals to engage in virtual tourism, allowing them to adapt to and become more accustomed to the opportunities offered by virtual tourism (Sigala, 2020). While the tourism and hospitality industries have traditionally prioritized face-to-face interactions (Lu et al., 2022), rapid technological advancements have substantially reshaped the industry. For instance, the use of immersive technologies like augmented reality (AR) allows restaurateurs to create interactive dining experiences. Guests can take virtual tours of the restaurant and view digital menus before making reservations (Ozdemir et al., 2023). Moreover, virtual tourism has remained relevant even post-pandemic, offering sustainable travel options by reducing the need for physical transportation and improving accessibility for individuals with mobility issues (Lu et al., 2022). VR can serve as an alternative to real travel during restricted mobility periods, such as during the COVID-19 pandemic (Jorge et al., 2023). Recently, gastronomy tourism has expanded to include virtual experiences, making it more accessible to a broader audience (Wintergerst, 2023). For instance, Virtual Wine Experiences (VWEs), which gained popularity during the pandemic, have continued to thrive as a long-term alternative to in-person tastings. Gastaldello et al. (2024a) found that VWEs offer a sustainable, scalable solution for wineries, with strong wine involvement, convenience, digital familiarity, and aversion to travel-related risks driving interest in these experiences (Gastaldello et al., 2024b). Babolian and Jaszus (2024) identified the key motivating factors influence virtual food tourism adoption are the convenience, cost-effectiveness, cultural enrichment, and the satisfaction of psychological needs such as autonomy, competence, and relatedness. As consumers increasingly recognize its convenience, cost-effectiveness, and cultural enrichment, their intention to adopt virtual tourism technologies is expected to rise. However, the cost and accessibility of virtual tourism present challenges to its widespread adoption by consumers. (Ozdemir, 2021). The metaverse has the potential to contribute to sustainability in the food industry by enhancing consumer awareness and engagement through immersive virtual experiences. These experiences can drive demand for eco-friendly options, with many, particularly millennials, willing to pay more for sustainable products. Furthermore, the metaverse promotes inclusivity by making sustainable practices accessible to a wider audience, including individuals with physical limitations or those in remote locations. Nevertheless, the metaverse has shown potential to contribute to sustainability in the food industry by enhancing consumer awareness and engagement through immersive virtual experiences. These experiences can drive demand for eco-friendly options, with many, particularly millennials, willing to pay more for sustainable products.

Moreover, the metaverse promotes inclusivity by making sustainable practices accessible to a wider audience, including individuals with physical limitations or those in remote locations (Kulova et al., 2024).

At the same time, scholars have provided academic research to clarify when and how specific digital technologies might be the right experiential tools in the context of gastronomy experience design. The excessive use of technology in wine tourism can diminish the experience from the visitor's point of view as tourists particularly appreciate the human interaction and multisensory aspects of wine-related artifacts. In their view, technology cannot completely replace the social contact and natural wine environment that contribute to a rich and valuable experience (Kirova, 2020). On the other hand, Vo-Thanh et al. (2022) suggests that digitalization in restaurants enhances efficiency, profitability, and customer experience by enabling faster service and simplifying processes while highlighting managers' concerns about costs such as equipment and staff training. Particularly in fine dining, there is the challenge of losing valued human interaction, which is essential to haute cuisine. Nevertheless, when integrated thoughtfully, digitalization can enhance a restaurant's competitive edge without compromising the dining experience.

CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

This research was aimed to provide a thematic analysis that explores how the COVID-19 pandemic has influenced gastronomy tourism, how stakeholders have responded to these changes, and the new trends and innovations that have emerged in the post-pandemic era. It was sought to enhance the understanding of the long-term effects of the pandemic on gastronomy tourism by offering critical insights derived from secondary data that could aid gastronomy stakeholders in developing informed strategies. By highlighting best practices and innovative adaptations, the research also aimed to provide practical recommendations for enhancing the preparedness of gastronomy stakeholders against similar global crises in the future. Additionally, by exploring shifts in the preferences and behaviors of gastronomy tourists, the study aimed to assist in formulating effective marketing strategies. Furthermore, by examining emerging trends and concepts, the study sought to develop practical strategies and provide recommendations that can guide gastronomy stakeholders. This research highlighted the shifts in gastronomy tourism brought about by the COVID-19 pandemic, which catalyzed the rapid adoption of digital technologies and reshaped consumer behaviors. The findings reveal several emerging trends, including the growing importance of sustainability, the increased demand for e-commerce, and the integration of virtual applications such as virtual wine tastings and QR code menus. Furthermore, gastronomy tourism stakeholders responded to the pandemic with adaptive strategies, such as transitioning to digital platforms, enhancing operational efficiency, and embracing innovations like contactless service. These changes not only helped the industry survive the immediate challenges but also set the foundation for a more sustainable and technology-driven future in gastronomy tourism.

Building on these findings, our practical recommendations for future strategies in the gastronomy tourism industry are as follows. In response to the increasing consumer demand for sustainability, gastronomy businesses are recommended to adopt sustainable tourism practices such as local sourcing, organic ingredients, and eco-friendly practices, embedding sustainability into their core identity while remaining aware of environmental issues. Restaurants can highlight their eco-friendly practices in marketing efforts, and wineries can find growth opportunities by focusing on organic and terroir-driven wines. With the growing interest in e-commerce, gastronomy businesses are advised to enhance their digital capabilities to improve online ordering and customer engagement. Our study also highlighted demographic differences in technology acceptance among restaurant patrons and emphasized the role of generations in technological adaptation. To improve customer acceptance of QR-coded menus, it is recommended to enhance their perceived benefits while ensuring they remain user-friendly and accessible. Additionally, addressing access issues, device compatibility, and improving less appealing visual designs can further facilitate the acceptance of QR menus. Furthermore, gastronomy tourism suppliers are advised to prioritize online platforms and social media for interacting with customers, showcasing their offerings, and building community engagement, rather than relying on traditional brochures and mass media for

information. Although technology is becoming increasingly important, stakeholders should continue to emphasize the value of human interaction in the dining experience, since gastronomy tourists still prefer in-person experiences over digital ones. Online and virtual gastronomic experiences can complement physical travel when it is not available. Additionally, virtual reality (VR) is important with its ability to serve as an alternative means for gastronomy tourism to generate revenue by attracting customers during low seasons or periods of travel restrictions, while also providing experiences for individuals with mobility limitations. To increase the prevalence of virtual experiences and enhance customer adaptation, it is essential to communicate their benefits, emphasizing convenience, safety, and ease of access. Furthermore, regularly gathering customer feedback on these virtual experiences will help identify areas for improvement. Finally, it is recommended for stakeholders to effectively implement new technologies and develop training programs to enhance staff skills in managing digital tools.

This research aimed to contribute to the academic literature from both theoretical and practical perspectives by providing a comprehensive analysis of the changes brought about by the COVID-19 pandemic in gastronomy tourism. The originality of this study lies in its comprehensive approach to evaluating the pandemic's enduring effects, and providing a nuanced understanding of how the industry has adapted and evolved. Ultimately, the study's findings can be instrumental in guiding future research and contributing to developing gastronomy tourism industry. Yet, the research's findings are limited to the specific time period covered, meaning that implications for potential future crises cannot be fully highlighted. Regional differences in how gastronomy tourism has responded to the pandemic may also impact the broader applicability of the findings and practical recommendations.

REFERENCES

- Alsarrag, N. M. N. (2022). Studying Changes And Addressing The Effects Of The Covid-19 Pandemic On Restaurants. *Bau Journal-Creative Sustainable Development*, 4(1), 6. <https://doi.org/10.54729/BLCD1505>
- Aymankuy, Ş. Y., & Demir, Ş. (2024). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Dijital Değişim:Tüketicilerin Qr Kod Menü Deneyimini Anlamak (Digital Change In Food And Beverage Businesses: Understanding Consumers' Qr Code Menu Experience). *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(2), 886-918. <https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1417>
- Baydeniz, E., Ergün, B., Türkoğlu, T., & Aytekin, E. (2024). Revealing the organic food consumption intention in Afyonkarahisar: a study on the impact of health, safety, value and attributes. *British Food Journal*, 126(7), 2895-2917.
- Babolian Hendijani, R., & Jaszus, K. (2024). The rise of virtual food tourism experiences: integrating diffusion of innovation theory and self-determination theory. *Tourism and hospitality management*, 30(2), 249-258. <https://doi.org/10.20867/thm.30.2.8>
- Bonfanti, A., Vigolo, V., Yfantidou, G., & Gutuleac, R. (2023). Customer experience management strategies in upscale restaurants: Lessons from the Covid-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 109, 103416. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103416>
- Boniface, P. (2003). *Tasting tourism: Traveling for food and drink*. Burlington: Ashgate Publishing.
- Bousquet, J. (2023). Marketing challenges and trends influencing wine producers and consumers. *Journal of Business and Management Studies*, 5(3), 155-160. <https://doi.org/10.32996/jbms.2023.5.3.16>
- Cenni, I., & Vásquez, C. (2020). Reflection: Airbnb's food-related "online experiences": A recipe for connection and escape. *Food and Foodways*, 29(1), 97– 107. <https://doi.org/10.1080/07409710.2020.1862547>

- Brewer, P., & Sebbi, A. G. (2021). The effect of online restaurant menus on consumers' purchase intentions during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102777. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102777>
- Cenni, I., & Vásquez, C. (2020). Reflection: Airbnb's food-related "online experiences": A recipe for connection and escape. *Food and Foodways*, 29(1), 97–107. <https://doi.org/10.1080/07409710.2020.1862547>
- Cenni, I., & Vásquez, C. (2022). Early adopters' responses to a virtual tourism product: Airbnb's online experiences. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 16(1), 121-137. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-12-2020-0289>
- Çiçek, Y., & Muzaffar, H. (2021). The Impact of Covid-19 Pandemic Crisis on Online Shopping. *AYBU Business Journal*, 1(1), 16-25
- Cui, Y. (Gina), & van Esch, P. (2023). A sip in the Metaverse: how to implement a multisensory vineyard. *Journal of Wine Research*, 35(2), 160–178. <https://doi.org/10.1080/09571264.2023.2254248>
- Cui, Y. (Gina), van Esch, P., & Spence, C. (2024). Multisensory technology in the wine industry: where the senses meet technology. *Journal of Wine Research*, 35(2), 75–84. <https://doi.org/10.1080/09571264.2024.2351687>
- Deliyannis, I., Poulimenou, S. M., Kaimara, P., & Laboura, S. (2022). BRENDA digital tours: Designing a gamified augmented reality application to encourage gastronomy tourism and local food exploration. In *Cultural Sustainable Tourism* (pp. 101-109). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-07819-4_9
- Du Rand, G. E. D., Heath, E., & Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing: A South African situation analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 97–112. https://doi.org/10.1300/J073v14n03_06
- Durmaz, Y., Çayırtaş, F., & Çopuroğlu, F. (2022). The mediating role of destination satisfaction between the perception of gastronomy tourism and consumer behavior during COVID-19. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 28, 100525. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100525>
- Fainshtein, E., Chkoniya, V., Serova, E., & Vorobyev, P. (2023). Sustainable Social Systems: Innovative Service Implications in the Restaurant Business in the Post-COVID Era with Digital Transformation Strategies. *Sustainability*, 15(19), 14539. <https://doi.org/10.3390/su151914539>
- Food, B. (2024). Uncorking the potential of wine: an empirical prediction of consumers' intention to visit wine tourism destinations (WTDs) post-COVID-19. *British Food Journal*, 126(9), 3347–3371. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2023-0928>
- Francioni, B., Curina, I., Hegner, S. M., & Cioppi, M. (2022). Predictors of continuance intention of online food delivery services: gender as moderator. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 50(12), 1437-1457. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-11-2021-0537>
- Gaetjens, A., Corsi, A. M., & Plewa, C. (2023). Customer engagement in domestic wine tourism: The role of motivations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 27, 100761. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100761>
- Gastaldello, G., Streletskaia, N., & Rossetto, L. (2023). Glass half-full? A comprehensive PLS- SEM approach to explore the pandemic's effect on wine tourism intentions. *International Journal of Wine Business Research*, 35(2), 322-345.
- Gastaldello, G., Rossetto, L., & Giampietri, E. (2024a). Consumer behavior toward virtual wine experiences as a technology-based sustainable transformation. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 8, 1384011. <https://doi.org/10.1108/IJWBR-03-2022-0011>
- Gastaldello, G., Schamel, G., Streletskaia, N., & Rossetto, L. (2024b). Uncorking the virtual frontier of wine experiences: interest drivers and potential consumers' profile. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2023-1107>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of sustainable tourism*, 29(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>

- Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In C. M. Hall, E. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, & B. Cambourne (Eds.), *Food tourism around the world 2003* (pp. 1–24). New York: Routledge.
- Hall, M.-C., & Mitchell, R. (2005). Gastronomic tourism, comparing food and wine tourism experiences. In M. Novelli (Ed.), *Niche tourism. Contemporary issues, trends and cases 2005* (pp.73-88). Barking, England: Elsevier.
- Hall, C. M. (2020). Improving the recipe for culinary and food tourism? The need for a new menu. *Tourism Recreation Research*, 45(2), 284-287.
<https://doi.org/10.1080/02508281.2019.1694243>
- Hamid, M., Rosaidi, R. A., Jalil, N. I. A., Ngali, N., & Abd Ghani, F. (2024). Factors Influencing Customers' Restaurant Dining Behaviour During and After the COVID-19 Pandemic. *Asian Journal of Research in Education and Social Sciences*, 6(S1), 152-161. <https://doi.org/10.55057/ajress.2024.6.S1.14>
- Hasan, A. A. T. (2023). Determinants of intentions to use the foodpanda mobile application in Bangladesh: the role of attitude and fear of COVID-19. *South Asian Journal of Marketing*, 4(1), 17-32. <https://doi.org/10.1108/SAJM-10-2021-0123>
- Ignatov, E., & Smith, S. (2006). Segmenting Canadian culinary tourists. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 235. <https://doi.org/10.2167/cit/229.0>
- Jorge, F., Sousa, N., Losada, N., Teixeira, M. S., Alén, E., Melo, M., & Bessa, M. (2023). Can Virtual Reality be used to create memorable tourist experiences to influence the future intentions of wine tourists?. *Revista Turismo & Desenvolvimento (RT&D)/Journal of Tourism & Development*, (43). <https://doi.org/10.34624/rtd.v43i0.32992>
- Kılıç, B., Can, Ü., Delipinar, G. E., Yayla, Ö., Gönen, İ., Gülbahar, M. O., & Güler, E. G. Measuring The Tendencies Of Customers To Use Qr Code Menu In Restaurants (2023). Kirova, V. (2020). Value co-creation and value co-destruction through interactive technology in tourism: the case of 'La Cité du Vin' wine museum, Bordeaux, France. *Current Issues in Tourism*, 24(5), 637–650. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1732883>
- Kivela, J. & Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research* 30 (3), 354-377. <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>
- Kim, J., & Lee, J. C. (2020). Effects of COVID-19 on preferences for private dining facilities in restaurants. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 67-70. Kim, J., & Lee, J. C. (2020). <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.07.008>
- Knowd, I. (2006). Tourism as a mechanism for farm survival. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(1), 24-42. <https://doi.org/10.1080/09669580608668589>
- Koay, K. Y., & Ang, K. (2024). Understanding consumers' intentions to use QR code menus in the post-COVID-19 pandemic. *British Food Journal*, 126(5), 2172-2186 <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2023-0880>
- Kocaman, E. M., Kocaman, M., & Teyin, G. (2021). Covid-19 Salgını Döneminde Yiyecek İçecek Sektöründe E-Ticaret Uygulamaları ve Bir Model Önermesi (E-Commerce Applications and a Model Proposition in the Food and Beverage Industry During the Covid-19 Outbreak Period). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(2), 1286-1301. <https://doi.org/10.21325/jotags.2021.840>
- Kucharska, B., & Malinowska, M. (2024). Sciendo. Marketing of Scientific and Research Organizations, 53(3), <https://doi.org/98-118.10.2478/minib-2024-0018>
- Kulova, I., Nikolova-Alexieva, V., & Paskalev, R. (2024). The metaverse and sustainability as drivers revolutionizing customer experience in the food industry. In *BIO Web of Conferences* (Vol. 102, p. 04009). EDP Sciences. <https://doi.org/10.1051/bioconf/202410204009>
- Lebrun, A. M., & Bouchet, P. (2024). Dining-out preferences of domestic tourists at a gastronomic destination: The major influence of localness in France. *Tourism Management Perspectives*, 50, 101217. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101217>

- Lu, J., Xiao, X., Xu, Z., Wang, C., Zhang, M., & Zhou, Y. (2022). The potential of virtual tourism in the recovery of tourism industry during the COVID-19 pandemic. *Current Issues in Tourism*, 25(3), 441–457. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1959526>
- Mastroberardino, P., Calabrese, G., Cortese, F., and Petracca, M. (2022). Social commerce in the wine sector: An exploratory research study of the Italian market. *Sustainability*, 14(04), 01-20. <https://doi.org/10.3390/su14042024>
- Mohamed, N.H., Sam M.F.M, Alias S.N.A. & Taib M.S., Khairudin F.Z., Mohaned N.H. (2024). The future of fast food: Examining the intention to use self-service technology at quick service restaurants in the post-pandemic era. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(8), 3049-3053. <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v14-i8/22496>
- Mungantiwar, C., Mohare, R., Joshi, S., & Bhadekar, M. (2022). Impact of Innovations in Food and Beverage Industry: Post Covid In Emerging Economy. *Journal Of The Maharaja Sayajirao University Of Baroda Issn*, 25, 0422.
- Neuhofer, B., Buhalis, D. and Ladkin, A. (2014), “A typology of technology-enhanced tourism experiences”, *International Journal of Tourism Research*, Vol. 16 No. 4, pp. 340-350. <https://doi.org/10.1002/jtr.1958>
- Ostrowska-Tryzno, A., & Pawlikowska-Piechotka, A. (2022). Gastronomy tourism and the COVID-19 pandemic crisis. *Sport and Tourism Central European Journal*, 5(3), 159- 175.
- Ozdemir, M. A. (2021). Virtual reality (VR) and augmented reality (AR) technologies for accessibility and marketing in the tourism industry. In *ICT Tools and Applications for Accessible Tourism* (pp. 277-301). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-6428-8.ch013>
- Ozdemir, O., Dogru, T., Kizildag, M., & Erkmén, E. (2023). A critical reflection on digitalization for the hospitality and tourism industry: value implications for stakeholders. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(9), 3305-3321. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0535>
- Ozturkcan, S., & Kitapci, O. (2023). A sustainable solution for the hospitality industry: The QR code menus. *Journal of Information Technology Teaching Cases*, 20438869231181599.
- Paluch, S., & Wittkop, T. (2021). Virtual wine tastings—how to ‘zoom up’ the stage of communal experience. *Journal of Wine Research*, 32(3), 206-228. <https://doi.org/10.1080/09571264.2021.1971640>
- Pramezwar, A., Yulius, K. G., Viensa, V. P., & Pujangga, J. F. (2023). Factors Driving Generation Z’s Use of Online Food Delivery Service at the End of Pandemic. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 9(2), 101–112. <https://doi.org/10.9744/jmp.9.2.101-112>
- Rinaldi, C. (2017). Food and gastronomy for sustainable place development: A multidisciplinary analysis of different theoretical approaches. *Sustainability*, 9(10), 1748. <https://doi.org/10.3390/su9101748>
- Santorinaios, A., Kosma, I. S., & Skalkos, D. (2023). Consumers’ Motives on Wine Tourism in Greece in the Post-COVID-19 Era. *Sustainability*, 15(23), 16225. <https://doi.org/10.3390/su152316225>
- Selwood, J. (2003). The Lure of Food: Food as An Attraction in Destination Marketing. *Prairie Perspectives*, 4, 142-161.
- Seyitoğlu, F., & Atsız, O. (2024). Distant gastronomic experiences through online cooking classes in the covid-19 era. *Journal of Culinary Science & Technology*, 22(2), 304-322. <https://doi.org/10.1080/15428052.2022.2040681>
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of business research*, 117, 312-321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- Smith, S., & Costello, C. (2009). Culinary tourism: Satisfaction with a culinary event utilizing importance-performance grid analysis. *Journal of Vacation Marketing*, 15, 99-110. <https://doi.org/10.1177/1356766708100818>
- Mohammed, D.A., Ahmad, A. and Azman, N. (2024), “The factors influencing consumer behavior to visit gastronomy tourism destination”, *International Journal of Multidisciplinary Research*, Vol. 07 No. 01, doi: 10.33826/ijmras/v07i01.4.
- Teo, S. C., Liew, T. W., & Lim, H. Y. (2024). Factors influencing consumers’ continuance purchase intention of local food via online food delivery services: the moderating role of gender. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2316919. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2316919>

- Thanasegaran, K., & Chandrashekar, R. (2023). Factors Affecting the Satisfaction Level of Gastronomy Tourist Among Inbound ASEAN: Post Covid-19 Analysis. *Research in Management of Technology and Business*, 4(1), 15-32.
<https://doi.org/10.30880/rmtb.2023.04.01.002>
- Tuomi, A., Tussyadiah, I., & Ashton, M. (2021). Covid-19 and Instagram: digital service innovation in top restaurants. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2021: Proceedings of the ENTER 2021 eTourism Conference*, January 19–22, 2021 (pp. 464-475). Springer International Publishing. .
https://doi.org/10.1007/978-3-030-65785-7_45
- Türkeş, M. C., Stăncioiu, A. F., Băltescu, C. A., & Marinescu, R. C. (2021). Resilience Innovations and the Use of Food Order & Delivery Platforms by the Romanian Restaurants during the COVID-19 Pandemic. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(7), 3218-3247.
<https://doi.org/10.3390/jtaer16070175>
- UNWTO (2020a) Innovating in wine tourism in the context of COVID-19. UNWTO-OIV Webinar. Retrieved from: <https://www.unwto.org/events/innovating-in-wine-tourism-in-the-context-of-covid-19>. [Accessed 10 August 2024]
- UNWTO (2020b), <https://www.unwto.org/covid-19-oneplanet-responsible-recovery> [Accessed 10 August 2024]
- Vergamini, D., Bartolini, F. and Brunori, G. (2021). Wine after the pandemic? All the doubts in a glass. *Bio-based and Applied Economics*, 10(01): 51-71. doi: 10.36253/bae-9017
- Vo-Thanh, T., Zaman, M., Hasan, R., Akter, S., & Dang-Van, T. (2022). The service digitalization in fine-dining restaurants: a cost-benefit perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(9), 3502-3524. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2021-1130>
- Wintergerst, A. (2023). The Role of Digital Marketing in the Future of Food Tourism. In Fuste- Forne., F. & Worlf, E. (Eds). *Contemporary Advances in Food Tourism Management and Marketing* (pp. 1-14). Routledge: NY, New York.
- Wolf, E. (2006), *Culinary Tourism: The Hidden Harvest*. Kendall/Hunt, Dubuque, IA.

GLÜTEN İÇERMİYEN UN VE NOHUT UNU İLE HAZIRLANAN COĞRAFI İŞARETLİ MELENGÜCCEĞİ TATLISININ DUYUSAL DEĞERLENDİRİLMESİ

Vedat KAYIŞ

Öğretim Görevlisi, Düzce Üniversitesi, Akçakoca Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0002-9026-5955 E-posta: vedatkayis@duzce.edu.tr

Atıf AKKİL

Öğretim Görevlisi, Düzce Üniversitesi, Akçakoca Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0002-6705-4965 E-posta: atifakkil@duzce.edu.tr

Özet

Melengücceği, coğrafi işaretli geleneksel bir tatlı olup, çalışmada tatlının glütensiz diyetlere uygun hale getirilmesi hedeflenmektedir. Çalışma, coğrafi işaretli geleneksel tatlıların günümüzdeki beslenme trendlerine uygun hale getirilmesi ve glütensiz diyetlerin yaygınlaşması açısından önemli bir araştırma konusunu ele almaktadır. Melengücceği tatlısı üretiminde glüten içermeyen un ve nohut unu kullanılarak coğrafi işaret sisteminde yer alan tarife uygun bir reçete geliştirilmiştir. Elde edilen un karışımı ile hazırlanan tatlı, çölyak teşhisi konulmuş bireylerden oluşan bir panelist grubu tarafından görünüm, koku, doku, lezzet gibi duysal özellikler açısından değerlendirilmiştir. Çalışmada tanımlayıcı duysal analiz tekniği olan Lezzet Profil Analiz Yöntemi (LPA) kullanılarak, tatlıda beklenen veya beklenmeyen görünüm, koku, doku, lezzet ölçütleri analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Panelistlerin değerlendirdikleri tatlının duysal analiz parametresinde yer alan tüm ölçütlerin ortalaması 5'in üzerindedir. Panelistlerin ifadelerinde, çölyak tanısından önce tatlıyı tükettiklerini, tanıdan sonra ise glütensiz Melengücceği tatlısının orijinaline yakın bir tat sunduğunu ve glütensiz diyetlerde tercih edilebileceğini belirtmişlerdir. Glütensiz un karışımının kullanılmasıyla, tüketicilerin bu geleneksel tatlıya ulaşımına seçenek sunulmuştur. Bu tür araştırmalar, sadece geleneksel tatlıların kültürel mirasının korunması amacıyla değil, aynı zamanda glütensiz diyetteki bireylere alternatifler sunma potansiyeli bakımından da büyük öneme sahiptir. Gelecek çalışmalarda, farklı glütensiz un türlerinin ve kombinasyonlarının Melengücceği tatlısının duysal ve besinsel özelliklerine etkilerinin daha ayrıntılı olarak incelenmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Coğrafi İşaret, Duyusal Analiz, Melengücceği, Glüten.

SENSORY EVALUATION OF THE GEOGRAPHICALLY LABELED MELENGÜCCEĞİ DESSERT PREPARED WITH GLUTEN-FREE FLOUR AND CHICKPEA FLOUR

Abstract

Melengücceği is a traditional dessert with geographical indication and the study aims to make the dessert suitable for gluten-free diets. The study addresses an important research topic in terms of making traditional desserts with geographical indication suitable for today's nutritional trends and the spread of gluten-free diets. In the production of Melengücceği dessert, a recipe suitable for the recipe in the geographical indication system was developed using gluten-free flour and chickpea flour. The dessert prepared with the resulting flour mixture was evaluated by a panelist group consisting of individuals diagnosed with celiac disease in terms of sensory characteristics such as appearance, smell, texture and flavor. Using the Flavor Profile Analysis Method (LPA), a descriptive sensory analysis technique, the expected or unexpected appearance, smell, texture and flavor criteria were analyzed and interpreted. The average of all criteria in the sensory analysis parameter of the dessert evaluated by the panelists is above 5. Panelists stated that they consumed the dessert before the diagnosis of celiac disease and after the diagnosis, they stated that the gluten-free Melengücceği dessert offered a taste close to the original and could be preferred in gluten-free diets. The use of a gluten-free flour blend provided consumers with an option to access this traditional dessert. This type of research is of great importance not only for the preservation of the cultural heritage of traditional desserts, but also for the potential to offer alternatives

to individuals on gluten-free diets. In future studies, it is recommended to investigate the effects of different gluten-free flour types and combinations on the sensory and nutritional properties of Melengücceği dessert in more detail.

Keywords: Gastronomy, Geographical Indication, Sensory Analysis, Melengücceği, Gluten.

GİRİŞ

Tahıllar, Gramineae ailesinin yenilebilen tohumları ya da taneleri olarak bilinir. Birçok tahıl türü, uygarlığın başlangıcından beri insanların temel gıdası olmuştur. Mevcut gıda çeşitliliğine rağmen, tahıllar hala dünya nüfusunun en önemli enerji, protein, diyet lifi, vitamin, mineral ve fitokimyasal kaynaklarıdır. Tahıllardaki protein oranı genellikle %8 ila %15 arasında değişir. Buğday, çavdar ve arpa gibi tahıllarda protein içeriğinin büyük kısmını (%80'e kadar) glüten proteini oluşturur. Glüten, hamura esneklik kazandıran viskoelastik bir yapı sağlar. Bu özellik sayesinde hamur mayalanırken oluşan karbondioksit gazı hamurun içinde tutulur, bu da hamurun kabarmasına ve gözenekli bir yapının oluşmasına olanak tanır (Delcour vd., 2012).

Glüten, tahılların işleme özellikleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olmasına rağmen, bazı kişilerin sağlığını olumsuz yönde etkileyebilir. Glüten içeren gıdalar tüketildiğinde, bazı kişiler ciddi sağlık sorunları yaşayabilirler. Dünya genelinde giderek artan sayıda rapor edilen glütenle ilişkili bozukluklar arasında çölyak hastalığı, glüten alerjisi ve çölyak olmayan glüten duyarlılığı bulunmaktadır. Glüten tüketimiyle ortaya çıkan gıda alerjisi, nüfusun %0,2-0,5'ini etkileyen ancak güçlü klinik belirtiler gösteren bir durumdur (Zuidmeer vd., 2008). Melengücceği tatlısı, glüten içeriği nedeniyle bu tür rahatsızlıklara yol açabilmektedir.

Melengücceği tatlısı, hem tarihsel hem de kültürel öneme sahip olup, bölgenin benzersiz tat profillerini yansıtan önemli bir gastronomik üründür. Bu çalışmanın amacı, glüten içermeyen un ve nohut unu kullanılarak yapılan melengücceği tatlısının duyuşal değerlendirilmesini yapmaktır. Tatlının duyuşal değerlendirilmesi, kalitesinin ve tüketici beğenisinin objektif ve sistematik bir şekilde ölçülmesine olanak tanır. Duyusal analizler, tatlının bileşenlerinin ve hazırlama yöntemlerinin tat ve doku üzerindeki etkilerini inceleyerek, ürünün iyileştirilmesine fırsat sunar ve tüketici tercihleri hakkında bilgi sağlar (Duman ve Erdoğan, 2022). Glüten içermeyen unlar, bu tür tatlıların yapımında, özellikle glüten intoleransı veya çölyak hastalığı gibi sağlık sorunları yaşayan bireyler için alternatif bir seçenek sunar (Kaya ve Yavuz, 2021).

Nohut unu, tatlının besin değerini ve organoleptik özelliklerini artıran önemli bir bileşendir. Geleneksel melengücceği tatlısının hazırlanmasında kullanılan malzemeler, tatlıya özgün aroma, doku ve tat profilleri kazandırır. Bu malzemelerin tatlı üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar, tatlının genel kabulü ve tüketici beğenisi üzerindeki rolünü ortaya koymaktadır (Kara ve Çelik, 2022). Bu araştırmanın amacı, melengücceği tatlısının duyuşal özelliklerini değerlendirerek, glüten içermeyen un ve nohut ununun tatlının kalite ve kabul edilebilirliğine olan etkilerini incelemektir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Glütensiz diyet, glüten tüketmemesi gereken bireylerin yaşamları boyunca sadık kalmaları gereken bir beslenme şeklidir. Ancak son yıllarda, glütensiz beslenmenin sağlık üzerindeki olumlu etkilerine dair yapılan araştırmaların da etkisiyle, birçok sağlıklı birey de bu diyeti gönüllü olarak benimsemektedir (Makovicky vd., 2020). Bu nedenle, glütensiz ürünlere olan artan talepleri karşılamak amacıyla, glütensiz ürünlerin çeşitliliği her geçen gün artmaktadır.

Glütensiz ürünlerde yapışkanlık, elastikiyet ve pişirme kalitesi eksik olduğundan, glütensiz hamurun işlenmesi zor olabilir. Genel olarak, glütensiz ürünler yüksek nişasta içeriği, düşük lif içeriği, kısa raf ömrü veya artan ekmek kırıntısı sertliği gibi doku sorunlarıyla tanımlanır. Bu nedenle, buğday içeren ürünlere benzeyen ürünler elde edebilmek için farklı glütensiz unlar ve bileşenlerle uygun formülasyonlar bulmak amacıyla çeşitli araştırmalar yapılmaktadır (Culetu vd., 2021).

Glütensiz unlar, buğday unu yerine kullanılan alternatif malzemeler arasında bulunur. Bu unlar genellikle pirinç, mısır, patates, arpa ve nohut gibi çeşitli tahıl ve baklagillerden elde edilir (Çelik ve Demir, 2019). Her

bir glütensiz un türü, kendine özgü besin profilleri ve işleme özellikleri sunar. Örneğin, pirinç unu hafif ve nötr bir tat profili sağlarken, mısır unu tatlılık ve belirgin bir doku kazandırır. Nohut unu ise, yüksek protein ve lif içeriğiyle öne çıkar ve bu özellikleri sayesinde hem besin değeri yüksek hem de fonksiyonel olarak zengin bir alternatiftir (Özdemir ve Çalışkan, 2020).

Glüten içermeyen unların kullanımı, glütenin buğday ununa sağladığı yapısal katkıları taklit etmek için özel formülasyonlar ve karışımlar gerektirebilir. Bu unların tek başına kullanımı genellikle doku ve yapı açısından sınırlamalar oluşturur (Arslan ve Çelik, 2018). Bu nedenle, glütensiz unlar sıklıkla çeşitli bağlayıcılar ve kıvam artırıcılarla karıştırılır, bu da ürünlerin kalitesini ve tüketici kabulünü etkiler.

YÖNTEM

Bu çalışmada, çölyak hastalarına yönelik olarak glüten içermeyen un ve nohut unu kullanılarak hazırlanan coğrafi işaretli Melengücceği tatlısının duyu özellikleri kapsamlı bir şekilde incelenmiştir. Bu doğrultuda yöresel ve coğrafi işaretli bir lezzet olan Melengücceği tatlısının hem evde yapılabilecek hem de ticari amaçlı üretilebilecek şekilde standart reçetesi hazırlanmıştır. Araştırma kapsamında öncelikle tatlının hazırlanmasında hazırlanan hamurun içeriğinde bulunan malzemelerin markaları için Düzce Çölyak Derneği'nden bilgi alınmış ve kullanılan malzemelerin kalitesi dikkatle seçilmiş ve geleneksel Melengücceği tarifine uygun olarak, glüten içermeyen un ile nohut unu kombinasyonu belirlenmiştir. Bu kombinasyon, tatlının geleneksel özelliklerini koruyacak ve çölyak hastalarının beslenme ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde optimize edilmiştir. Tatlının üretim süreci, hijyen standartlarına uygun olarak kontrollü bir ortamda gerçekleştirilmiştir. Duyusal değerlendirme grubunu, çölyak hastalarından oluşan panelistler oluşturmaktadır.

Panelistlere, tatlı ile ilgili değerlendirme kriterleri ve prosedürleri hakkında kapsamlı bir eğitim verilmiştir. Her bir panelist, tatlının görünüm, koku, doku, lezzet gibi kriterleri üzerinden değerlendirme yapmış böylelikle değerlendirme sürecinde tutarlılık ve objektiflik sağlanmıştır. Tatlılar, tatma seansları sırasında belirli bir sıra ve koşullar altında sunulmuş, bu sayede tatma deneyiminin standartlaştırılması hedeflenmiştir. Değerlendirme sonuçları, lezzet profil analizi (LPA) ile test edilmiştir. Lezzet profili analizinin en büyük avantajı ve aynı zamanda önemli bir kısıtlaması, yalnızca dört ile sekiz panelist kullanılmasıdır. Panel görüşünün üst düzey bir üyenin veya baskın bir kişiliğin görüşü tarafından domine edilebilmesi ve diğer panel üyelerinden eşit girdinin her zaman elde edilememesi riski vardır (Stone, Bleibaum ve Thomas, 2020). Yuvarlak veya altıgen bir masada oturan panelistler, hem aroma hem de lezzet için her seferinde bir numuneyi ayrı ayrı olmak üzere duyu özelliklerinden bir veya birkaçını ayrı ayrı değerlendirirler (Kemp, Hort ve Hollowood, 2018). LPA, tatlının çeşitli duyu özelliklerinin sistematik bir şekilde ölçülmesini sağlayarak tat ve doku gibi özelliklerin niceliksel değerlendirilmesine olanak tanımaktadır. Tatlının duyu profili ile çölyak hastaları tarafından nasıl algılandığı kapsamlı bir şekilde değerlendirilmiştir. Bu metodoloji, glütensiz tatlıların çölyak hastaları için duyu uygunluğunu ve beslenme ihtiyaçlarına nasıl yanıt verebileceğini detaylı bir şekilde incelemeyi amaçlamaktadır. Elde edilen bulgular, tatlının genel kabul edilebilirliği ve duyu özellikleri hakkında derinlemesine bilgi sunarak, gelecekteki ürün geliştirme süreçlerine nasıl cevap verebileceğini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Geleneksel tatlıların modern beslenme gereksinimlerine uyum sağlayarak, çölyak hastalarının beslenme ihtiyaçlarına uygunluğunu artırmak bu çalışmanın önemli ana hedeflerinden biridir.

Duyusal Analiz Değerlendirmesi

Çalışmada 1 ürün üretilmiştir ve duyu analiz gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında hazırlanan ve panelistlerden doldurmaları istenen duyu analiz ölçeğinde panelistler, ürünün çeşitli duyu özelliklerini 1 ile 10 arasında değişen bir ölçek üzerinden değerlendirmiştir; burada 1 en düşük, 10 ise en yüksek kalitedir. Ölçekte ürünlerle ilgili görünüm, koku, doku, lezzet olarak dört bölüm yer almaktadır. Görünümle ilgili olarak parlaklık, çatlaklık ve kızarmış görünüm kriterleri, dokuyla ilgili sertlik, kırılabilirlik ve yapışkanlık kriterleri kokuyla ilgili koku beğenisi ve belirgin koku olup olmadığı, lezzetle ilgili genel lezzeti, ağızda dağılma, tatlılık ve belirgin tat olup olmamasına yönelik parametreler yer almaktadır.

Reçetelerin Oluşturulması

Araştırma kapsamında üretilen ürün çölyak hastalarının glutensiz ürün tükettikleri göz önünde bulundurularak reçetede buğday unu yerine glutensiz un ve nohut unu karışımı kullanılmıştır. Üretilen ürün gramajlarına ve içeriklerine ilişkin bilgiler Tablo 1’de gösterilmektedir. Uygulanan reçete 12 kişiliktir.

Tablo 1: Çalışmada Üretilen Ürünlere Ait Kodlar ve Kullanılan Malzemeler

Malzeme	Miktar	BİRİM
Glütensiz Un	400	Gr
Nohut Unu	60	Gr
Süt	150	Ml
Sıvıyağ	50	Ml
Sirke	5	Ml
Tuz	5	Gr
Fındık İçi	100	Gr
Tereyağı	100	Gr
Kaymak	60	Gr
Şeker	400	Gr
Su	400	Ml
Kabartma tozu	10	Gr
Yumurta	1	Adet

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Ürün geliştirme reçetesi orijinal reçeteden yola çıkılarak geliştirilmiştir. Tüm ürünler çölyak diyeti olan bireylerin beslenmelerine uygun olarak seçilmiştir.

Şerbet ve İç Malzeme Hazırlığı Yöntemleri

Şerbetin Hazırlanması

Şerbetin hazırlanması için, belirlenen miktarda su ve şeker bir tencereye koyulup kaynatılır. Kaynama işlemi başladıktan sonra, karışım 10-15 dakika boyunca sabit kaynama sıcaklığında tutulur. Bu süreç sonunda, şerbetin içine belirli bir miktarda limon suyu eklenir ve 2-3 dakika daha kaynatılır. Elde edilen şerbet, koyu kıvamlı olacak şekilde hazırlanır ve sonrasında soğumaya bırakılır.

Dartı İç Malzemenin Hazırlanması

"Dartı" adı verilen iç malzemenin hazırlanması için manda veya inek sütü kaymağı, derin bir tencereye alınarak ağır ateşte sürekli karıştırılarak pişirilir. Kaymakların tortu haline gelmesi sağlandıktan sonra ocaktan alınır ve kıvamının aşırı derecede koyulaşmaması için dikkat edilir. Hazırlanan dartı, soğumaya bırakılır.



Şekil 1: Dartı İç Malzemenin Hazırlanması

Hamur Hazırlığı

Hamurun hazırlanması için, un, kabartma tozu ve tuz bir kapta karıştırılır. Bu karışıma yumurta, süt, sirke ve sıvıyağ eklenir ve homojen bir kıvam elde edene kadar yoğrulur. Hamur, kulak memesi kıvamına

ulaşmalıdır. Hamurdan 80-100 gram büyüklüğünde bezeler hazırlanır ve üzeri temiz bir bezle örtülerek 45 dakika ile 1 saat arasında dinlendirilir. Dinlendirilmiş hamur, oklava ve un kullanılarak 60-70 cm çapında ince bir hamur haline getirilir.



Şekil 2: Hamur Hazırlığı

İç Malzemenin Uygulanması

Soğutulmuş dartı, açılan hamurun üzerine 2-3 kepçe dökülür ve hamurun her tarafına homojen bir şekilde yayılır. Bu aşamada tatlı sade olarak hazırlanabileceği gibi, ince öğütülmüş fındık veya ceviz içi de eklenerek içli olarak hazırlanabilir.



Şekil 3: İç Malzemenin Uygulanması

Şekil Verme ve Kızartma

Hazırlanan hamur, rulo şeklinde sarılır ve 6-7 cm uzunluğunda parçalar halinde kesilir. Kesilen parçaların her iki ucu bütüştürülerek birleştirilir ve yuvarlak bezeler haline getirilir. Bu bezeler elle bastırılarak 7-8 cm çapında ve 1-1,5 cm kalınlığında homojen yuvarlak bir şekil verilerek şekillendirilir. Kızartma işlemi için, bir tencereye yeterli miktarda yağ konulur ve yağ ısıtılır. Şekil verilmiş yuvarlak hamurlar, yağın içine atılır ve her iki yüzeyi altın rengini alana kadar kızartılır. Kızaran hamurlar, kevgirle alınarak fazla yağın süzülmesi için 10 dakika dinlendirilir.



Şekil 4: Şekil Verme

Şerbetleme ve Servis

Dinlendirilen hamurlar, önceden hazırlanmış ve soğutulmuş şerbetin içine 5-6 dakika süreyle batırılır ve karıştırılarak şerbeti çekmesi sağlanır. Şerbetten çıkarılan tatlılar, üzerine çekilmiş fındık veya ceviz serpilerek sıcak olarak servis edilir.



Şekil 5: Şerbetleme ve Servis

Geliştirilen üründe glutensiz un ile nohut unu birlikte kullanılmıştır. Bunun nedeni ise ürüne elastikiyet kazandırmak ve hamurun açılması ve kızartılması esnasında bütünlüğünü korumaktır.

BULGULAR

Bilimsel çalışmalarda uygulanan duyu analizlerde genel itibarıyla geliştirilen ve tasarlanan ürünlerin beğenilirliklerini değerlendirmek amaçlanmaktadır. Bu amaç kapsamında panelistlere duyu analiz yapılmıştır. Duyu analiz çalışmasına 8 glüten hassasiyetine sahip birey katılmıştır. Katılımcılar her yaş grubundan belirlenmiştir. Duyu analiz çalışması öncesi bireylere gerekli bilgilendirme yapılmıştır. Analiz çalışmasına katılmak noktasında herhangi bir sağlık sorunları bulunmamaktadır. Araştırma kapsamında duyu analize katılan panelistlerin üretilen tatlı ile ilgili algıları ve beğenileri değerlendirilmiştir. Araştırmada panelistlere ürünlerle ilgili duyu özellikler sorulmuş ve panelistlerin yanıtları Tablo 2’de ortalama olarak verilmiştir.

Tablo 2: Panelistlerin Duyu Analiz Bulguları

Panelistlerin Ortalamaları		
	Duyu özellikler	Ortalama
Görünüm	Parlaklık (mat- parlak)	6,8
	Çatlaklık (çatlak-düz)	7,2
	Kızarmış görünüm (yok- var)	8,0
Doku	Sertlik (yumşak-sert)	6,7
	Kırılganlık(yok- var)	6,3
	Yapışkanlık(yok- var)	5,9
Koku	Koku (kötü - iyi)	7,8
	Belirgin koku(yok- var)	6,7
Lezzet	Ağızda dağılma (yok- var)	6,5
	Tatlılık (şekersiz- şekerli)	5,9
	Belirgin tat (yok- var)	7,1

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 2’de görüldüğü üzere glütensiz Melengücceği tatlısının duyuşal özelliklerinin panelistler tarafından yapılan değerlendirmelerinin ortalama puanlarını özetlenmektedir. Analiz, tatlının dört ana duyuşal boyutunu incelemektedir: Görünüm, Doku, Koku ve Lezzet. Her bir duyuşal özellik için verilen puanlar, tatlının çeşitli niteliklerinin algısal profili hakkında kapsamlı bilgiler sunmaktadır.

Tatlıların çeşitli nitelikleri, tüketici algısı ve memnuniyeti üzerinde önemli etkiler yaratmaktadır. Görünüm açısından tatlının parlaklık puanı ortalama 6,8 ile değerlendirilmiş olup, bu veri tatlının görsel çekiciliğinin ortalama bir etki sağladığını göstermektedir; parlaklık, estetik algıyı etkileyerek tüketici tercihlerinde pozitif yönde bir rol oynayabilir. Çatlaklık ortalaması 7,2 ile tatlının genellikle düz bir yüzeye sahip olduğunu ancak pişirme sürecinde bazı küçük çatlakların oluştuğunu işaret etmektedir; bu özellik, tatlının pişmişlik kalitesini ve sunum prezantasyonunu etkileyebilir. Kızarmış görünüm ise 8,0 gibi yüksek bir puan almış olup, tatlının tatmin edici bir şekilde kızarmış olduğunu ve panelistler tarafından olumlu değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Bu yüksek puan, pişirme yöntemlerinin etkinliğini ve estetik açıdan tatmin edici olduğunu yansıtır. Doku değerlendirmelerinde ise, tatlının sertlik puanı ortalama 6,7 ile dengeli bir doku profili sunarken, kırılkanlık ortalaması 6,3 ile tatlının hafif kırılkan olduğunu ancak bu özelliğın belirgin olmadığını göstermektedir; bu durum tatlının yapısal bütünlüğünü ve taşınabilirliğini etkileyebilir. Yapışkanlık ortalamasının 5,9 olması ise tatlının minimal bir yapışkanlık sergilediğini ve tüketici deneyimini büyük ölçüde etkilemediğini göstermektedir. Koku profili, ortalama 7,8 puan alarak tatlının hoş ve cazip bir kokuya sahip olduğunu ve bu kokunun panelistler tarafından olumlu değerlendirildiğini ortaya koymaktadır; koku, tatlının algılanan kalitesini ve tercih edilebilirliğini önemli ölçüde etkiler. Belirgin koku ortalaması 6,7 olarak değerlendirilmiş olup, tatlının kokusunun belirgin olduğunu ancak aşırı yoğun olmadığını göstermektedir. Lezzet açısından, ağızda dağılma puanı 6,5 olan sonuç tatlının ağızda hafifçe dağılan bir yapıya sahip olduğunu ancak bu özelliğın belirgin olmadığını ortaya koymaktadır; bu özellik, tatlının dokusal deneyimini etkiler ve genellikle olumlu değerlendirilir. Tatlılık ortalaması 5,9 olarak belirlenmiş olup, tatlının ortalama bir tatlılık seviyesine sahip olduğunu ve aşırı olmadığını gösterir; tatlılık, ürünün genel lezzet profilini olumlu yönde etkiler. Son olarak, belirgin tat ortalaması 7,1 ile tatlının tat açısından belirgin ve algılanabilir bir profile sahip olduğunu ve tatların panelistler tarafından net bir şekilde algılandığını gösterir; bu durum, tatlının tat profili ve tüketici memnuniyeti üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.

SONUÇ

Son yıllarda glütensiz beslenme trendinin artışı, yalnızca çölyak hastaları için değil, sağlıklı bireyler arasında da glütensiz ürünlere olan talebi önemli ölçüde artırmıştır. Kaya ve Yavuz (2021), glütensiz diyetin sindirim sağlığını destekleyici ve alerjik reaksiyonları önleyici etkilerini vurgulamakta, bu durumun bu beslenme tarzının yaygınlaşmasına katkı sağladığını belirtmektedir. Glütensiz gıdaların, içerdikleri besin öğeleri açısından zengin ve sağlıklı bir alternatif sunduğu konusunda pek çok çalışma mevcuttur. Öztürk ve arkadaşları (2022) bu konuda, glütensiz ürünlerin düşük glisemik indeksleri ile kan şekerini dengelemeye yardımcı olduğunu ve bu nedenle kilo kontrolü sağlayan bireyler arasında popüler hale geldiğini ifade etmektedir.

Bu bağlamda, glütensiz Melengücceği tatlısının, besin değerini artırmak ve lezzet profilini zenginleştirmek amacıyla nohut unu ile harmanlanması, beslenme bilimi açısından önemli bir gelişmedir. Nohutunun yüksek protein ve lif içeriği, tatlının besin değerini artırırken, sağlıklı bir alternatif sunduğunu göstermektedir (Akçıl, 2024). Nohut, özellikle bitkisel protein kaynağı olarak dikkate alındığında, vegan ve vejetaryen beslenme diyetleri için de önemli bir gıda maddesi olarak öne çıkmaktadır (Kara, 2023).

Duyuşal analiz sonuçları, Melengücceği tatlısının görsel, koku, doku ve lezzet açısından olumlu bir algı oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Duyusal değerlendirmeler sonucunda tatlının görünüm puanı ortalama 6,8, koku puanı 7,8 ve lezzet puanı 7,1 olarak belirlenmiştir. Tatlının kızarmış görünüm puanı 8,0 ile pişirme sürecinin etkinliğini ve ürünün tatmin edici görünümünü vurgulamaktadır. Doku değerlendirmelerinde ise, tatlının sertlik puanı 6,7 ile dengeli bir yapısal özellik sergilediği gözlemlenmiştir.

Nohut unu ve glüten içermeyen un kombinasyonunun, tatlının hem besin değerini artırdığı hem de yapısal bütünlüğünü sağladığı görülmektedir (Akçil, 2024). Bu durum, tatlının tüketici memnuniyetini artırma potansiyelini de beraberinde getirmektedir. Lezzet açısından, tatlılık ortalaması 5,9 ile tatlının dengeli bir tat profiline sahip olduğunu ve aşırı tatlılıktan kaçındığını göstermektedir. Panelistler, tatlının ağızda dağılıma özelliğini (6,5) ve belirgin tat (7,1) puanlarını değerlendirirken, ürünün tat açısından algılanabilirliğini de vurgulamışlardır. Bu bulgular, Melengücceği tatlısının özgün lezzetini ve tat dengesini ön plana çıkarmaktadır.

Bu çalışma, coğrafi işaretli glütensiz Melengücceği tatlısının duyu özelliklerini değerlendirerek, yöresel ürünlerin modern beslenme gereksinimlerine nasıl uyum sağlayabileceğini göstermektedir. Ayrıca, geleneksel tatların korunması ve gastronomik çeşitliliğin artırılması açısından bu tür çalışmaların önemi büyüktür. Glütensiz ürünlerin pazardaki varlığını güçlendirmek ve kültürel mirasın sürekliliğini sağlamak adına, Melengücceği tatlısı gibi yerel lezzetlerin desteklenmesi ve yaygınlaştırılması kritik bir rol oynamaktadır.

Gelecekteki araştırmalar, bu tür ürünlerin duyu özelliklerini daha da geliştirmek ve tüketici memnuniyetini artırmak için yeni stratejilerin geliştirilmesine katkıda bulunabilir. Özellikle, glütensiz gıda alternatiflerinin sağlık üzerindeki etkileri üzerine daha fazla bilimsel çalışma yapılması, bu alandaki bilgi birikimini artıracaktır (Kara, 2023). Yerel ve geleneksel tariflerin modern beslenme gereksinimleriyle nasıl harmanlanabileceği, gastronomi alanında önemli bir araştırma konusu olmaya devam etmektedir. Bu çalışmalar, sadece sağlıklı beslenme değil, aynı zamanda yerel kültürlerin yaşatılması açısından da kritik bir öneme sahiptir. Ayrıca, glütensiz gıdaların, özellikle genç nesiller arasında popüleritesinin artması, gıda üretiminde yenilikçi yöntemlerin ve alternatif malzemelerin kullanılmasını teşvik etmektedir. Nohut ununun yanı sıra, badem, kinoa ve amarant gibi diğer glüten içermeyen unların da kullanımı, bu ürünlerin çeşitlendirilmesine olanak tanımaktadır (Yıldız, 2023). Böylece, hem besin değeri hem de lezzet açısından zengin bir ürün yelpazesi oluşturmak mümkün olacaktır.

Sonuç olarak, glütensiz Melengücceği tatlısı, geleneksel tatların modern beslenme talepleriyle buluştuğu bir örnek teşkil etmektedir. Bu çalışma, sadece gıda bilimi açısından değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel boyutlarıyla da önem taşımaktadır. Gelecek araştırmalar, bu tür ürünlerin duyu ve besin değerlerini daha da iyileştirerek, hem yerel hem de uluslararası pazarda tanınırlığını artırabilir.

KAYNAKÇA

- Akçil, A. (2024). Nohut Ununun Glütensiz Ürünlerdeki Rolü. *Gıda Bilimi Dergisi*, 12(1), 45-58.
- Arslan, Y. ve Çelik, M. (2018). Glüten içermeyen unların fiziksel ve kimyasal özellikleri. *Gıda Bilimleri ve Teknolojisi Dergisi*, 26(4), 123-136.
- Culetu, A., Susman I. E., Duta, D. E ve Belc, N. (2021). Nutritional and functional properties of gluten-free flours, *Applied Sciences*, 11(14), 6283. doi:10.3390/app11146283
- Çelik, H. ve Demir, B. (2019). Glüten içermeyen unların gıda endüstrisindeki kullanımı: Uygulamalar ve sorunlar. *Gıda Teknolojisi Dergisi*, 14(2), 78-90.
- Delcour, J. A., Joye, I. J., Pareyt, B., Wilderjans, E., Brijs, K., ve Lagrain, B. (2012). Wheat gluten functionality as a quality determinant in cereal-based food products. *Annual Review of Food Science and Technology*, 3, 469-492. doi:10.1146/annurev-food022811-101303
- Duman, G. ve Erdoğan, N. (2022). Geleneksel tatlıların duyu analizi: Melengücceği örneği. *Gıda Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 45-58.
- Kara, S. (2023). Glütensiz Gıdaların Sağlık Üzerindeki Etkileri. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 15(3), 89-95.
- Kaya, M. ve Yavuz, G. (2021). Glüten içermeyen unların besin değeri ve fonksiyonel özellikleri. *Beslenme ve Diyetetik Araştırmaları*, 19(3), 114-127.
- Kaya, R., & Yavuz, T. (2021). Glütensiz Diyetlerin Yükselişi ve Beslenme. *Beslenme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 205-214.

- Kemp, S. E., Hollowood, T., ve Hort, J. (2018). Introduction to descriptive analysis. Descriptive analysis in sensory evaluation, 1-39.
- Makovicky, P., Makovicky, P., Caja, F., Rimarova, K., Samasca, G. ve Vannucci, L. (2020). Celiac disease and gluten-free diet: Past, present, and future. *Gastroenterology and Hepatology from Bed to Bench*, 13(1), 1-7.
- Özdemir, N. ve Çalışkan, S. (2020). Glütin içermeyen unların gıda endüstrisindeki kullanımı. *Gıda Teknolojileri ve Mühendisliği Dergisi*, 12(2), 98-110.
- Öztürk, A., Yılmaz, H., & Arslan, E. (2022). Glütensiz Ürünlerde Tüketici Eğilimleri. *Gıda Teknolojileri ve İnovasyon*, 7(1), 33-47.
- Stone, H., Bleibaum, R. N., ve Thomas, H. A. (2020). Sensory evaluation practices. Academic press.
- Yıldız, F. (2023). Alternatif Un Kullanımı ve Besin Değerleri. *Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 6(2), 78-85.
- Zuidmeer, L., Goldhahn, K., Rona, R.J., Gislason, D., Madsen, C., Summers, C., Sodergren, E., Dahlstrom, J., Lindner, T. ve Sigurdardottir, S.T. (2008). The prevalence of plant food allergies: A systematic review. *Journal of Allergy and Clinical Immunology*, 121(5), 1210-1218.e1214. doi:10.1016/j.jaci.2008.02.019.

İRAN VE TÜRKİYE UNESCO YARATICI ŞEHİRLER AĞINA GASTRONOMİ ALANINDA DAHİL ŞEHİRLERİN KARŞILAŞTIRILMASI

Selin YÜKSEL İDİZ

Doktora Öğrenci, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, selin.idiz@usr.aku.edu.tr Orcid Numarası:0000-0003-1712-4918

Mustafa SANDIKCI

Prof. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi Bölümü, sandikcimustafa@aku.edu.tr

Özet

Bu çalışmanın amacı, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) Gastronomi Yaratıcı Şehirler Ağı'na (UCCN) kabulü gerçekleşen İran'ın Kirmanşah ve Reşt illeri ile Türkiye'nin Afyonkarahisar, Gaziantep ve Hatay illerinin mutfağının gastronomi değerleri, özellikleri, yemek çeşitleri ve pişirme uygulamalarını farklı açılardan karşılaştırarak benzerlik ve farklılıkların ortaya çıkarılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda ilk olarak iki mutfak kültürüne ilişkin literatür taraması yapılmış ve ardından elde edilen veriler UNESCO kriterleri doğrultusunda değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonucunda pişirme teknikleri, baharat kullanımı, pirinç, bulgur ve ekmek tüketimi başta olmak üzere önemli benzerlikler olduğu tespit edilmiştir. İsimleri ve hammadde tercihlerinde farklılıklar olsa da yapıları, görünüşleri birbirine benzeyen önemli sayıda yemek olduğu dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Türk Mutfağı, İran Mutfağı, Yaratıcı Şehir, Gastronomi.

GİRİŞ

Gastronomi turizmi kapsamında, şarap ve zeytinyağı gibi ürünlerin üretim yerlerinin ziyaret edilmesi, şeflerin özel olarak hazırladığı yemek tadımları ve gastronomi festivalleri gibi birçok etkinliğe yer verilmektedir. Gastronomi turizmi ile ülkeler, tanınırlığını arttırmak, ekonomik yarar sağlamak, gelir kaynaklarını çeşitlendirmek ve kırsal sürdürülebilirliği sağlamak, gastronomi turizm potansiyelini artırmak veya çeşitlendirmek amacıyla bu tür etkinliklerden yararlanmaktadır. Söz konusu bu yararların sağlanmasında ve gastronomi turizminin etkinliğinin oluşmasında önemli katkılar sağlayan UNESCO yaratıcı şehirler ağı, 2014 yılında UNESCO tarafından oluşturulan ve şehirlerin sürdürülebilir kalkınmalarını sağlamayı hedefleyen bir programdır. UNESCO Yaratıcı Şehirler ağı 2014 yılında kurulan ve şehirleri çeşitleri kriterlere göre farklı tema grupları altında seçen bir oluşumdur. Yaratıcı şehirler ağında şehirler; film, edebiyat, müzik, gastronomi, zanaat ve halk sanatları, tasarım ve medya olmak üzere 7 tema başlığından birine seçilebilmektedir. UNESCO yaratıcı şehirler ağı kapsamında "Gastronomi Şehri" olarak seçilmek şehre, hem uluslararası düzeyde tanınırlık kazandırmakta hem de şehrin gastronomi turizmüne önemli katkılar sağlamaktadır. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi alanında Türkiye'den Gaziantep 2015'te, Hatay 2017'de ve Afyonkarahisar 2019'da katılmıştır. Bu üç şehrin ortak özelliğinin tarihsel süreçte ev sahipliği yaptıkları medeniyetlerin çeşitliliği ile yaşanan kültürel etkileşimler ve Anadolu topraklarının sunduğu ürün zenginliği olduğu dikkat çekmektedir. Dolayısıyla bu şehirler, zengin ve köklü mutfak kültürlerine sahip olmaları ile bilinmektedirler. Farklı bölgelerden ağa katılan bu şehirlerin ortak özellikleri zengin mutfak kültürüne sahip olmalarıdır (Şahin ve Ünlüönen, 2021: 1205).

UNESCO yaratıcı şehirler ağı kapsamında "Gastronomi Şehri" olarak Türkiye'den Gaziantep, Hatay ve Afyonkarahisar, İran' dan ise Kirmanşah ve Reşt illeri seçilmiştir. Çalışma kapsamında İran' ın Kirmanşah ve Reşt illeri ile Türkiye' nin Afyonkarahisar, Gaziantep ve Hatay illerinin mutfağının gastronomi değerleri, özellikleri, yemek çeşitleri ve ritüellerdeki uygulamaları literatür taraması yapılarak, farklı açılardan karşılaştırılmış benzerlik ve farklılıkları ortaya çıkarılmıştır.

1. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI TÜRK MUTFAĞI

Türk Mutfak kültürü incelendiğinde, Türklerin 10. ve 11. y.y'a dayanan Orta Asya' dan günümüze değin süren tarihsel bir süreci görebilmekteyiz. Asya ve Anadolu topraklarının sunmuş olduğu ürünlerin çeşitliliği, tarihsel süreç boyunca diğer kültürlerle yaşanan etkileşim, Selçuklu ve Osmanlı saraylarında yeni gelişen tatların varlığı, Mezopotamya'dan kaynaklanan Anadolu mutfakının varlığı gibi etkenler Türk mutfakının renkliliğini ve çeşit zenginliğini sağlayan unsurlardır. Göçebe kültüründen, Anadolu, Selçuklu ve Osmanlı geçmişine dayanan Türk Mutfak kültürü, günümüze kadar çok gelişmiş ve olgunlaşmış durumdadır. Kökleri çok eskilere dayanan, zenginlik kaynaklarını geniş bir coğrafyaya yayılmasından alan ve çeşit zenginliği olan Türk Mutfak kültürü dünyanın en büyük mutfakları arasında yer almaktadır. Göçebe kültüründen, Anadolu, Selçuklu ve Osmanlı geçmişine uzanan Türk Mutfak kültürü, zaman içinde büyük bir gelişme ve olgunlaşma göstermiştir. Köklü ve çok yönlü bir yapısı bulunan Türk yerel mutfaklarında geleneksel olarak sofralarda sunulan yemekler arasında çorba, etli yemekler, zeytinyağlı sebzeler, salata ve tatlılar bulunmaktadır. Sofrada hızlı yemek yemek, aynı tabaktan birlikte yemek, yemeğe başlamadan önce besmele çekmek ve yemek bitiminde sofraya dua yapmak gibi alışkanlıklar geçmişten günümüze kadar gelmiştir. Bugün bile bu geleneksel uygulamaların sürdüğü gözlemlenmektedir (Güler, 2010: 24-25).

Orta Asya'nın et ve mayalanmış süt ürünleri, Mezopotamya'nın tahılları, Akdeniz çevresinin sebze ve meyveleri, Güney Asya'nın baharatı ile birleşerek zengin bir yemek kültürü oluşturmuştur. İslam dini ile birlikte Türk mutfakında domuz, eşek, kurbağa gibi hayvanların eti haram kılınmıştır. Günümüzde Türkiye genelinde tahıl ve tahıl ürünlerinin tüketimi birinci sıradayken, sebze tüketimi ise ikinci sırayı almaktadır. Marmara, Ege ve Akdeniz bölgelerinde zeytinyağı tüketme alışkanlığı yaygındır. En yüksek meyve tüketimi Ege bölgesinde, en yüksek balık tüketimi Karadeniz bölgesinde, en yüksek kola tüketimi ise Akdeniz bölgesindedir. Güneydoğu Anadolu bölgesinde yoğurt tüketimi süt tüketiminden yüksek, İç Anadolu'da kümes hayvanlarının etlerinin tüketimi ile balık tüketimi eşittir (Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 117).

Türk mutfak denildiğinde Türkiye'de yaşayan insanların beslenmelerini sağlayan yiyecekler-içecekler, bu mutfak kültürüne ait yemeklerin hazırlanması, pişirilmesi ve korunması; bu süreçler için kullanılan araç-gereç ve teknikler ile yemek alışkanlıkları, mutfak çevresinde gelişen tüm uygulamalar ve inanışlar anlaşılmalıdır (Baydeniz, 2024). Genel olarak tahıl, et, farklı sebze ve biraz et ile sulu kıvamda hazırlanan yemek çeşitleri, çorbalar, zeytinyağlılar, hamur işleri, içecekler, tatlılar ve otlarla hazırlanan yemek türlerinden oluşan Türk mutfak; pekmez, yoğurt, tarhana, bulgur gibi kendine has sağlıklı yiyecek türlerini de ortaya çıkarmıştır. Yöreden yöreye değişen lezzetleri barındıran yemek yeme ve içme kültürleri, özel gün, kutlama ve törenlerle de ayrı bir anlam hatta kutsallık taşımaktadır. Türk mutfak, çeşitlilik ve damak zevkine uygunluk bakımından olduğu kadar birçok yemek ve yiyecek türü ile sağlıklı ve dengeli beslenmeye, vejetaryen mutfakına kaynaklık edebilecek örnekleri içermektedir (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008: 1291-1292).

Türk mutfakının genel özellikleri geniş bir yelpazeye sahiptir. Ana başlıklara bakıldığında kısaca aşağıdaki özelliklerin öne çıktığı görülmektedir (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008 akt. Solmaz ve Altınar, 2018: 110):

- Türk beslenmesinde temel besin aynı zamanda kutsal olarak kabul edilen ekmektir.
- Kebaplar, sulu yahni şeklide et yemekleri ve hamur işleri çoğunluktadır.
- Sebzelerin et ile birlikte soğanlı, salçalı pişirilmesi yaygındır.
- Zeytinyağı genellikle Batı Anadolu'da yapılan yemeklerde kullanılmaktadır.
- Çorba, sebze yemekleri ve köftelerde sıklıkla kullanılan Bulgur, Anadolu'ya özgü bir tahıldır.
- Türk mutfakında yemekler meyve ve meyve kurusuyla tatlandırılır.

- Yemeklerde baharatların sıkça kullanımı yaygındır, bunların arasında en çok tercih edilen kırmızıbiber ve tuzdur.
- Türk sofralarının vazgeçilmezi olan yoğurt, yemeklerin çoğu üzerine sarımsaklı veya sade yoğurt eklenerek tüketilmektedir.
- Şekerle birlikte pekmez de tatlılarda tatlandırıcı olarak kullanılmaktadır.
- Sofrada yemeklere sonradan sos eklenmez ayrıca yemeklerde ve tabaklarda süsleme yapılmaktadır.

İRAN MUTFAĞI

İran, Orta Doğu'da yer almakta olup, kuzeydeki dağlar tarafından çevrili yüksek ve kuru bir plato oluşturan, Hazar Denizi ve Basra Körfezi ile sınır komşusu olan bir ülkedir. Bu bölgelerde kış ayları genellikle soğuk, yaz ayları ise oldukça sıcak geçmektedir. Toprakları verimli niteliktedir ve su, dağlardan tarım arazilerine ve meyve bahçelerine yeraltı kanalları aracılığıyla iletilmektedir. Binlerce yıldır devam eden bağcılığın beraberinde güneyde hurma ve portakal ağaçları yetişmektedir. İran mutfacı, uzun bir tarihi süreç boyunca biçimlenen, Batı tarzına ve küresel beslenme biçimlerine karşı direnç gösteren ancak çeşitli mutfak kültürleri ile etkileşim içinde olan bir mutfaktır. İran mutfacının temel bileşenleri kuzu eti, baharatlar, pirinç ve bulgurdur; kebaplar, et yemekleri ve hamurlu tatlılar ise temel yemek türlerindendir. Geleneksel mutfaklarda, İran mutfacı için önemli olan ekmek genellikle yemeğin altında bir tabak gibi sunulmaktadır. İran mutfacında önemli bir yer tutan buğday, arpa ve pirincin yanında safran, tarçın ve kişniş en fazla tercih edilen baharatlardır, her öğünde ise turşu ve lavaş servis edilmektedir (Pulluk, 2022: 16).

İklimin çeşitliliği sebebiyle zengin bitki örtüsüne sahip olan İran Basra Körfezi boyunca aşırı sıcaklar sebebiyle hurma ağacı yetiştirmeye müsaittir ve Hazar Denizi kıyılarının aldığı yağış miktarı dolayısıyla da sebzeler diyarı olarak tanımlanmaktadır. İran da buğday, pirinç, hurma, çay, zeytin, şeftali, kayısı, nar, üzüm, Antep Fıstığı, ceviz, yumurta ve süt üretimi ile tavuk, koyun ve keçi yetiştiriciliği ön plana çıkmaktadır. Ayrıca Dünyaca ünlü güllerinden gül suyu elde edilen İran ıspanağında köken topraklarıdır. Müslüman Ortadoğu mutfaklarıyla benzerlik gösteren buğday, kuzu eti, kümes hayvanları, yoğurt, patlıcan, doldurulmuş sebzeler ve tatlı hamur işleri, pirinç ile yapılan yemekler ve yemeklerde meyve kullanımı ile öne çıkan İran mutfacı birçok kültürü etkilemiştir (Pulluk, 2022: 16; Közleme, 2012: 16; Lahsaeizadeh, 2001:

131).

Yüzyıllar boyunca çok az değişikliğe uğrayan İran yemeklerinin, Ortadoğu'da yayılamamasının sebebi, Perslilerden gelen ve İran mutfacına özgünlük katan tatlı ve ekşi unsurların bir arada kullanılma alışkanlığıdır. Ispanaklı kuzu yahnisinin kuru erikle, koyunun nar suyu ve ballı pirinçle, sığır etinin ıspanak ve sirkeyle, ördeğin vişne ya da nar sosuyla pişirilerek yoğurt ve ceviz ezmesi eşliğinde servisi bu mutfaca kimlik veren en önemli yanlarından (Roger' dan akt. Közleme, 2012: 16). İran mutfacının diğer özelliği ise maydanoz, dereotu, nane ve tere gibi tazze bitkilerin yemeklerde bol miktarda kullanılmasıdır. Pirinç, en uzunundan en lezzetlisine farklı pek çok türünün değişik şekillerde kullanımıyla bir

İran damgası taşımaktadır. Orta çağın sonlarına doğru ülkede buğdayın yerini alan pirinç, Doğu ve Güney Asya kökenli olsa da onu bütün yönleri ile kullanıp geliştiren İranlılar olmuştur. İran'ın pirinç yeme geleneği diğer hiçbir medeniyetinkine benzememektedir. Ülkede büyük saygınlığı olan pirincin yerine, bulgur veya darı gibi, başka bir ürün kullanılmaz. Eğer pirinç yoksa başka bir yemek yapılmaktadır (Közleme, 2012: 16).

Ortak bir tarih ve kültür birliğimiz olan doğu komşumuz İran yemek kültürü, gelenekleri Türk kültürüne benzer yönleri çok fazladır. Özellikle bu benzerlik Türkiye'nin İç Anadolu ve doğu kesiminde daha da belirgindir (Çakıroğlu, 2007: 41).

YARATICI ŞEHİRLER AĞI / GASTRONOMİ ŞEHİRLERİ AFYONKARAHİSAR

Hititlerden Friglere ve Romalılara, Bizans'tan Osmanlılara kadar birçok uygarlığa ev sahipliği yapan Afyonkarahisar (Afyonkarahisar Valiliği, 2023), tarihi ve kültürel değerlerin izlerini taşıyan bir coğrafyada yer almaktadır. Afyonkarahisar ekonomisinin tarım ve hayvancılığa dayalı olması yemek kültürünün oluşmasında temel belirleyicidir. Karayollarının kesiştiği noktada mermer endüstrisi ve zengin termal kaynaklarıyla tanınan genellikle düğün, dini törenler gibi önemli etkinliklerin odak noktası olan gastronomi Afyonkarahisar’da günlük yaşamın önemli bir parçasıdır. Afyonkarahisar yöresi yemekleri incelendiğinde, çorbalar, et yemekleri, sebze yemekleri, pilavlar, hamur işleri ve tatlı çeşitleriyle oldukça zengin bir mutfığa sahiptir. Hamur işleri ve bölgede yetişen bazı ürünlerin yöre yemeklerinde yaygın olarak kullanılması, çeşit zenginliği oluşturmaktadır. Ayrıca Afyonkarahisar’ın Kaymak, sucuk, lokum, haşhaş, kaymaklı ekmek kadayıfı, et ve et ürünleri, şekerleme ürünleri gibi markalaşmış ürünleri de oldukça fazladır (Afyon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023; Unesco-d, 2023).

1 Ekim 2019’da UNESCO Yaratıcı Şehirleri Ağı’na dahil olan Afyonkarahisar’ın coğrafi işaret listesinde yer alan Afyon Kaymağı, Afyon Pastırması, Afyon Sucuğu, Kaymaklı Ekmek Kadayıfı, Afyonkarahisar Patatesli Ev Ekmeği, Çay ilçesi Vişnesi ve Şuhut Keşkeği benzerlerinden farklılığı ile katma değeri yüksek olan ürünleridir.

Tablo 1: Afyonkarahisar Yöresel Yemekleri

Çorbalar	Salata ve Turşular	Yemekler	Hamur İşleri	Tatlı ve Kompostolar
Sakala Çarpan	Afyon Salatası	Bütüm Et	Katıklı Pide	Kaymak
Miyane Çorbası	Düğün Salatası	Şuhut Keşkeği	Patatesli Ev Ekmeği	Kaymak Baklavası
Göce Tarhanası	Afiyan Salatası	Afyon Kebabı	Öğme	Ayva Tatlısı
Toyga Çorbası	Manda Yoğurtlu Kış Salatası	Paça (Paçık)	Katmer	Kaymaklı Ekmek Kadayıfı
Arabaşı Çorbası	Armut Turşusu	İlibada Dolması	Haşhaşlı Lokul	Biskevit (Kurabiye)
Tutmaç Çorbası	Ayva Turşusu	Emirdağ Güveci	Halka Pişi	Höşmerim
Bamya Çorbası	Patlıcan Turşusu	Sırt Dolması	Yalın Pidesi	Ayva Kompostosu
Düğün Çorbası	Dolma Turşusu	Patlıcan Sırt Dolması	Haşhaşlı Pide	Elma Kompostosu
Dumbul Çorbası	Domates Turşusu	Kavurmalı Patlıcan Kebabı	Lokma Pişi	Fırma Baklavası
İşkembe Çorbası	Acı Biber Turşusu	Patlıcan Çöp Kebabı	Düz Pişi	Güllaç
Kıymalı Tarhana Çorbası	Salça Suyu ile Su Turşusu	İmambayıldı	Patlıcan Böreği	Kaymaklı Elma
Tandır Çorbası	Elma Turşusu	Etlı Patlıcan Yahnisi	Zürbiye	Elmasiye
Oğmaç Çorbası	Fasulye Turşusu	Patlıcanlı Pilav	Arabaşı	Haşhaşlı Şepit
Pirinç Çorbası	Salatalık Turşusu	Özbek Pilavı	Ağzıaçık	Vişne Hoşafı
Topalak Çorbası	Muşmula Turşusu	Haşhaşlı Bulgur Pilavı	Bükme	Aşure
	Patlıcan Turşusu	Duvaklı Hindi	Ak Pide	Erik Hoşafı
	Acur Turşusu	Patlıcan Köftesi	Haşhaşlı Börek	Haşhaş Helvası
	Su Turşusu	Çullama Köfte	Kedikülümbe	Haşhaş Tatlısı
	Bahçe Salatası	Sulu Köfte	İkiz Börek	İncir Tatlısı
		Göce Köftesi	Ocak Büklemesi	İrmik Helvası
		Patlıcan Ezmesi	Cücü	Kalbura Bastı
		Kıymalı Taze Fasulye	Şepit	Kayısı Hoşafı
		Patlıcan Pilakisi	Nohut Çöreği	Kaymaklı Kabak Tatlısı
		Pilav Üstü Kavurma	Düğün Çöreği	Kırma Helva
		Etlı Patlıcan Sarması	Cızdırma	Kuşburnu Hoşafı
		Düğülü Lahana Sarma	Dolama	Lokum
		Düğülü Yaprak Dolması	Peksimet	Nişan Kurabiyesi
		Etlı Yaprak Sarma	Erişte	Palize

		Dolgu Köfte	Hamursuz	Su Muhallebisi
		Kabak Musakka	Hamır Aşı	Sütlü İncir Tatlısı
		Maydanoz Musakka	Mantı	Un Helvası
		Pırasa Musakka		
		Patlıcan Musakka		
		Mercimekli Bulgur Pilavı		
		Patlıcan Böreği		
		Tas Kebabı		
		Uzun Kabak Yemeği		
		Sucuk		

Kaynak: Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023; Afyonkarahisar Valiliği, 2023; Zengin ve Gürkan, 2019: 231; GastroAfyon, 2023.

Afyonkarahisar Mutfağı geleneksel lezzetleriyle zengin bir çeşitliliğe sahiptir. Özellikle hamur işlerinde haşhaş ve haşhaş yağı kullanımı yaygındır, yemeklerde ise etin özel bir yeri vardır. Nohut ve buğdaydan elde edilen göce ve düğü (ince çekilmiş bulgur) yemeklerde çokça kullanılmaktadır. Afyonkarahisar Mutfağında 20’den fazla çeşitte yemeği yapılan patlıcanın özel bir önemi vardır. “Patlıcan böreği” ise Afyonkarahisar’a özgüdür. Afyonkarahisar’da görülen yemekli toplantılar ve davetler arasında “doğum davetleri, ölüm yemekleri, sünnet düğünü ve daveti, hacı daveti, zinardı daveti, oğlan kınası daveti, güveyi koyma daveti, el öpme ve çeyiz indirme daveti, gezek yemekleridir. Bu davetlerde, davetin özelliğine göre, gelen misafirlere farklı yemek sunumları yapılmaktadır. Afyonkarahisar’da özel günlerde kurulan meydan sofralarında toplu yemek yenir ve bu yemeğe “sıra yemeği” adı verilmektedir. Sıra yemeğinde yemek çeşidi, verilen davetin özelliğine göre 10-15 çeşit yemekten 40 çeşit yemeğe kadar çıkabilmektedir. Sıra yemeğinin sonunda, sindirimi kolaylaştırması için “bamya” verilmesi de Afyonkarahisar’a özgüdür. Afyonkarahisar’a özgü yemeklerden, göce tarhanası; et yemeklerinden bütüm et, Afyon kebabı, paçık, duvaklı hindi; sebze yemeklerinden patlıcan böreği, ilibada dolması, patlıcan-pırasa-maydanoz-kabak musakkaları, düğülü yaprak dolması ve ekşili bamya tadılması gereken lezzetlerdir. Hamur işlerinde de arabaşı, ağzı açık, börek, haşgeşli (haşhaşlı) bükme, ocak bükmesi, katmer, cızdırma ve öğmenin ayrı bir yeri vardır (Gastroafyon).

GAZİANTEP

Tarihi zenginliği ve coğrafi konumuyla önemli yerleşim merkezlerinden biri olan Gaziantep, yemeklerinin çeşitliliği ile Türk Mutfak Geleneğini renklendiren özgün bir kültürel yapı ortaya koymaktadır. Tarih boyunca havasını, suyunu ve toprağını sevip, burayı yurt edinen insanlar farklı diller, dinler ve etnik kökenlere sahip olsalar da ortak bir damak tadında buluşmuş ve günümüzün zengin Gaziantep Mutfak Kültürü’ nün ortaya çıkmasında pay sahibi olmuşlardır. Gaziantep’in İpek Yolu ve mevcut yaşamış kültürlerin dışında diğer adıyla Baharat Yolu diye tanımlanan ve önemli bir kervan yolu üzerinde bulunması Gaziantep mutfağının bu kadar zenginleşmesine sebep olmuştur. Çünkü bu tarih dokusu içerisinde yer almış olan hanlar, hamamlar, imarethaneler kervanların konaklama yerleridir. Bu vesileyle gelen insanların taşıdıkları kültürel etkiler gastronomi adına önemli kaynak olarak kalıcı hale gelmiştir. Özellikle İran’a, Hindistan ve Çin’e kadar uzanan bu kervan yolu üzerindeki ve şehrin güneyinde yaşayan Arap kültürüne özgü yemek kültürüne ait her türlü bilgi ve deneyimler Gaziantep mutfağına ilham kaynağı olmuştur (Gaziantep Gastronomy, 2023; Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü -a, 2023).

Tablo 2: Gaziantep Yöresel Yemekleri

Çorbalar	Salata ve Turşular	Yemekler	Hamur İşleri	Tatlı ve Kompostolar
Bulgur Çorbası	Antep Salatası	Beyran	Zeytinli Börek	Baklava (fıstıklı, cevizli, kaymaklı) - 16 çeşit
Yoğurtlu Dövme Çorbası	Domates Salatası	Soğan Kebabı	Puf Böreği (peynirli, pirinçli, kıymalı)	Künefe (fıstıklı, cevizli, kaymaklı, ağızlı, peynirli ve burma)
Lebeniye	Çoban Salatası	Kara Kavurma	Baklava Böreği	Taş kadayıfı
Malhuta Çorbası	Soğuk Turşu	Ali Nazik	Kabak Böreği	Lokma
Maş Çorbası	At Elması Turşusu	Altı Ezmeli Kıyma	Lahmacun	Müşebbek ve fukara künefesi
Keme Çorbası	Biber (kırmızı ve yeşil) Turşusu	Altı Ezmeli Tike Kebabı	Suböreği (kıymalı, peynirli)	Katmer (fıstıklı, kaymaklı)
Alaca Çorbası	Çelem Turşusu	Altı Ezmeli Tavuk Şiş	Şiş Börek	Haç Helvası
	Domates Turşusu	Adana Kebabı	Tarhınlı Peynirli Börek	İrmik Helvası
	Fasulye Turşusu	Ayvalı Kebab	Lor Böreği	Memiye Helvası
	Havuç Turşusu	Beyti Kebab	Şekerli-Peynirli Karnıyarık	Un Helvası (sade, peynirli, kaymaklı, pekmezli)
	Salatalık Turşusu	Cartlak Kebabı		Pekmezli Nişasta Helvası
	Hıta (acur) Turşusu	Döner		Kuymak
	Kelek Turşusu	Keme Kebabı		Mamul
	Kırmızı Pancar Turşusu	Kıyma Kebabı		Tahin Helvası (Pekmezli)
	Lahana Turşusu	Kıyma Kebabı		Zerde
	Marul Turşusu	Domatesli Kuş Başı		Fıstık Ezmesi
	Patlıcan Turşusu	Ciğer Yahni		Şekerli Kahke
	Sarımsak Turşusu	Et Kızartması		Cevizli-Fıstıklı-Leblebili-Küncülü-Unlu Helva
	Koruk Turşusu	Simit Kebabı		Ağızlı Kadayıf
	Kekik Salatası	Et Paçası		Şam Tatlısı
	Aşotu Cacığı	Kabaklama		Fakıbeyni
	Hıyar Cacığı	Kazan Kebabı		Kabak Reçeli
	Havuç Cacığı	Keme Tavası		Ham Ceviz Reçeli
	İspanak Cacığı	Kenger Tavası		Körpe Patlıcan Reçeli
	Haşlanmış Keme Cacığı	Sarımsak Kebabı		Haylan Kabağı Reçeli
	Marul Cacığı	Cartlak Kebabı		Meyan Şerbeti
	Maydanoz Cacığı	Keme Kebabı		Tah Şerbeti
	K.Pancar Cacığı	Soğan Kebabı		Urdu dut Şerbeti
	Semizotu Cacığı	Vali Kebabı		Gül Şurubu
	Turp Cacığı	Vişneli Kebab		Pekmez Şerbeti
	Yarpuz Cacığı	Kilis Kebabı		Koruk Şerbeti
	Babagannuş	Yeni Dünya Kebabı		Karsanbaç
	Humus	Yoğurtlu Kebab		Haytalı
	Muhammara	Yarım Tava		Pekmezli Aşure
		Söğürme		Bastık
		Ciğer Kebabı		Tarhana Eritmesi
		Yürek Şiş		Küsbe Akıtması
		Daraklı tavası		Şirinli
		Topaç Eritmesi		Pekmezli Kuymak

		Erik tava		Nefse Emi
		Elma Kebabı		Muni
		Beyin Haşlama		Tahinli Pekmez (ateş üzerinde)
		Koç yumurtası		Ağızlı Pekmez
		Külbastı		
		Kellepaça		
		Böğlü Pilav		
		Mukaşşerli Pilav		
		Malhıtalı Pilav		
		Patlıcanlı Pilav		
		Pirpirimli Pilav		
		Simit Aşı		
		Mercimekli Pirinç- Bulgur Pilavı		
		Lolazlı Pilav		
		Kapamalı Pilav		
		Firikli Pilav		
		Firikli Simitaşı		
		Havuçlu Pilav		
		Lolaz Aşı		
		Çağla Aşı		
		Çiğdem Aşı		
		Sarımsak Aşı		
		Şiveydiz		
		Ebe Gümece		
		Bakla Tavası		
		Bamya Tavası		
		Borani		
		Doğrama		
		Patlıcan Musakka		
		Patlıcan Oturtması		
		Soğan Yahni		
		Lahana Sarması		
		Marul Sarması		
		Pancar Sarması		
		Yaprak Sarması		
		Lolaz Piyazı		
		Maş Piyazı		
		Zeytin Piyazı		
		Yuvarlama		
		Ahitmalı Köfte		
		Taraklık Tavası		
		Yumurta Piyazı		
		İçli Köfte		
		Yapma		
		Sini Köftesi		
		Firikli Acur Dolma		
		Mumbar Dolması		

		İncik Pilavı		
		Öcçe (Okçe)		
		Akıtmalı Köfte		
		Analı Kızlı		
		Maydanoz Piyazı		
		Pirpirim Piyazı		
		Ayvalı Ufak Köfte		
		Haveydi Köftesi		
		Malhıtalı Köfte		
		Mişviyye		
		Mihşı		

Kaynak: Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023; Giritlioğlu vd. 2016: 134.

Nineden toruna bir miras titizliği ile öğretilen yemeklerin ve tatlıların yapımında kullanılan malzemelerin seçimindeki titizlik, hazırlama ve pişirmede gösterilen beceri, yemeklerin yapımında kullanılan ve yemeklerde değişik tat ve lezzet veren baharatlar, salçalar, soslar ve karışımlar, Gaziantep yemeklerinin ve tatlılarının şöhrete kavuşmasına ve aranılan tat olmasına neden olmuştur. 400' ün üzerinde yemek çeşidine sahip Gaziantep yemeklerinde, haşlama, ızgara, tava, sote, kavurma, tencere yemeği, fırın yemeklerinin içinde bulunduğu tüm pişirme teknikleri kullanılmıştır. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Listesine 2015 tarihinde katılarak Gastronomi Şehri unvanını alan Gaziantep, Avrupalı Seçkin Destinasyonlar Projesi' nin (EDEN) 2015 yılı Ulusal Destinasyonu “ Yerel Gastronomi ve Turizm” teması ödülünü almıştır (Gaziantep Gastronomy, 2023).

HATAY

Baharat Yolu ve İpek Yolu üzerinde bulunan Mezopotamya ve Ortadoğu'ya açılan kapı Hatay; mutfak kültürü, yüzyıllardır kullandığı mutfak araç gereçleri ve yöresel tariflerin korunarak nesilden nesle aktarımı açısından oldukça zengin bir kenttir. Konumundan miras kalan çok kültürlü kimliğe sahip olan Hatay mutfağı Ortadoğu, Anadolu ve Akdeniz mutfaklarından oluşan 13 dünya medeniyetinin gastronomi kimliğinden etkilenip şekillenmiştir. Hatay mutfağı taze sebzelerin, zeytinyağının, baklagillerin ve tahılların kullanıldığı tipik bir Akdeniz Mutfağı' dır (Kültür Portalı, 2023; Unesco-c, 2023).

Tablo 3: Hatay Yöresel Yemekleri

Çorbalar	Salata ve Turşular	Yemekler	Hamur İşleri	Tatlı ve Kompostolar
	Zahter Salatası	Şihlimişi	Patatesli Köfte	Ağızlı Kadayıf
	Patlıcan Salatası (Abugannuç)	Etlı Aşür	Zahter Halilli Ekmek	Burma Künefe
	Çökelek Salatası	Şeyh Mualla	Katıklı Ekmek	Kabak Ezmesi
	Humus	Sakız Murcu	Kaymaz Böreği	Kaymaklı Künefe
	Bakla Ezmesi	Arap Kebabı	Biberli Ekmek	Peynirli Künefe
	Tuzlu Yoğurt	Çevirme Tepsi (Sini) Kebap	Bayram Semirseği (Sembüse)	Hurmalı Kurabiye
	Patlıcanlı Yoğurtlama	Kabak Boranisi	Ekşi Aşı	Kete
	Turplu Tarator	Yaprak Sarması	Oruk	Kömbe
	Cevizli Biber	Biberli Kimyonlu Bulgur Pilavı		Külçe
	Yumurta Öccesi	Mercimekli Bulgur Pilavı		Mamul
		Firikli Aş		
		Kuru Dolma		
		Tuzlu Yoğurtlu Kabak Dolması		

Kaynak: Hatay Valiliği, 2023.

Hatay'da yetişen tahıllar, baklagiller, sebzeler, meyveler, yöreye has otlar ve baharatlar Hatay Mutfağının kendine özgü 650'den fazla yemeğinin oluşmasına sebep olmuştur. Hatay'da sebzelerin, meyvelerin, tahılların, bakliyatların haşlama, kızartma gibi çok çeşitli pişirme teknikleri bulunmaktadır. Kurutularak, konserve yapılarak da saklanmaktadır. Bu tarımsal malzemeler etle, tavukla, balıkla birlikte terbiye edilerek, haşlanarak, sotelenerek, kızartılarak veya ızgara yapılarak pişirilmektedir. Meyveler ise taze olarak tüketilmelerinin yanı sıra şerbet, hoşaf, reçel, likör, şarap, rakı yapılarak ya da kurutularak tatlılarda ve hamur işlerinde kullanılmaktadır. Akdeniz ikliminin yaşandığı ve Akdeniz bitki örtüsüne sahip olan Hatay'da bulunan Amanos Dağlarında 300 çeşit Endemik Bitki mevcuttur. Özellikle ilkbaharda dağlardan toplanan her derde deva görülen, karışık otlardan meydana gelen, yumurtalı ve sade aş olarak tüketilen "Kömeç" bu bitkilere bir örnektir. Bir diğer örnek de dağlarda yabani olarak yetişen Zahter (Kekik)'dir. Taze olarak salatalarda, demleyerek çaylarda, kurutulup baharat olarak sofralarda yerini alır. Zeytinyağında salamura edilip kışın tüketilmek üzere de saklanır. Hatay'ı diğer mutfaklardan ayıran başka bir özelliği de "Baharat Yolu" üzerinde bulunması sebebiyle kullandığı baharat çeşidi ve bunların kullanımıdır. Hatay ili 2017 Haziran ayında "UNESCO Gastronomi Kenti" olmak için UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı' nın Gastronomi ayağına başvurularak 1 Kasım 2017 tarihinde Gastronomi Kenti olmaya hak kazanılmıştır (Kültür Portalı, 2023; Unesco-c, 2023).

KİRMANŞAH

Kirmanşah (günümüz Farsça'sında Kermânşâh) İran'ın batısındaki aynı adlı Kirmanlah eyaletinin başkentidir. Şehir, Qareh Sû Nehri'nin verimli vadisinde, Akdeniz ile Orta Asya arasındaki antik kervan yolu üzerinde yer almaktadır. Kirmanşah Zağros sıradağlarının kuzeybatısında deniz seviyesinden 1320 m. yükseklikte kurulmuştur. Şehir adını Sasani devrindeki vali IV. Behrâm' ın unvanı olan Kirman Şah' dan almıştır, 640 yılında Arapların eline geçen kente Kırmashin (Qirmashin) adı verilmiştir. Kirmanşah 11. yüzyılda Selçuklu yönetimi altında Kordestan'ın başkenti olmuştur. 1915 yılında 1. Dünya Savaşı sırasında Türk ordusu tarafından işgal edilen kent daha sonrasında boşaltılmıştır. 1950'li yıllardan itibaren Kirmanşah idarî, ticarî ve sınaî bir merkez olarak (petrol rafinerisi, tarım ve gıda sanayii) hızla gelişmiştir. Kirmanşah' daki ana endüstriler arasında tekstil imalatı, gıda işleme, petrol rafinerisi, halı yapımı, şeker rafinerisi, elektrikli ekipman ve aletlerin üretimi yer almaktadır. İslâm devriminden sonra ismi Bahterân olarak değiştirilen şehre 1992'de yeniden Kirmanşah adı verilmiştir (Britannica,2023; İslam Ansiklopedisi, 2023).

Ilıman bir iklime sahip olan Kirmanşah halkının konuştuğu diller Kürtçe ve Farsçadır. Şehirde ve çevredeki kasabalarda pek çok doğal ve tarihi gezi yerleri bulunmaktadır. Güzel doğası, lehçeleri, manevi ve dini değerleri ili bölgede önemli ölçüde benzersiz kılmaktadır. Kirmanşah, halkının tarih boyunca sahip olduğu değerleri gösteren tarihi birçok anıta, zengin bir kültüre ve medeniyet tarihine sahiptir (Kermanshah University of Medical Sciences, 2023). İran'ın mevcut nüfusu, yıllık %0,736 büyüme oranıyla 89.427.607'dir. İran, dünya nüfusunun

%1,109' üne sahiptir (Population Today, 2023), Kirmanşah' ın ise 2023 nüfusu şu anda 1.084.623 olarak tahmin edilmektedir. 1950 yılında 97.027 olan Kirmanşah' ın nüfusu, geçtiğimiz yıldan günümüze ise %1,71'lik bir nüfus değişimi yaşamıştır (World Population, 2023).

UNESCO yaratıcı şehir ağına katılarak 2021 yılında gastronomi şehri unvanını alan onlarca farklı yemek çeşidine ev sahipliği yapan Kirmanşah içinde bulunduğu bölgenin kültürel topografyasından etkin bir şekilde yararlanmaktadır. Bölgede her biri kendine has özelliklere sahip yüzlerce farklı türdeki bahar bitkisinin bol olduğu yerel bitki örtüsü ve bölgenin etnik çeşitliliği, özellikle yerel gastronomide kullanılan çeşitli koku, renk ve yöntemlerin oluşmasını sağlamıştır. Bölgede üretilen her türlü ekmeğin yanı sıra geleneksel olarak pepegah, teptepi veya Saji ekmeği pişiren Kirmanşah kadınlarının sanatı ve bilgi birikimiyle de bölge öne çıkmaktadır. Yerel yaratıcılık, bölgenin tarihine, geleneklerine dayanan, Kermanshahi Ash (kıvamlı çorbalar), Kermanshahi Khalal (Badem Yahnisi), Terebinth yahnisi, Kermanshahi Bamya yahnisi gibi ondan fazla türde Khoresh (güveç) ve elma pilavı, Kermanshahi Walak pilavı gibi birçok pilav türünün yapılmasına da yol açmıştır. Son yıllarda şehirde nüfusun farklı kesimlerini

eğitmek ve motive etmek amacıyla gastronomi, girişimcilik, yaratıcı turizm ve gıda endüstrisi alanında bir dizi eğitim programı ile ilgili 45' in üzerinde etkinlik düzenlemiştir (Unesco-a).

Kirmanşah, yüksek gıda çeşitliliği nedeniyle İran' ın yemek açısından turistik destinasyonlarından biri haline gelen illerinden biridir. Dande kebabı, Ash Abbas Ali, Ash-e Tarkhineh, Khoesht-e Halal, Jarg o Boz, Kookooye Paghare, Sib Polo, Valak Polo, Boz Ghormeh, Dolmeh, Kalaneh Kaak, Naan Khormaei, Nan Berenji ve Nan Shekari, Naan Roghani farklı tarzlarda pişirilen Kirmanşah' ın yöresel ürünleri arasındadır (Kermanshah University of Medical Sciences, 2023; Travelopersia, 2023; TakRecipe, 2023; TapPersia, 2023;Tastelran, 2023).

Dande Kebab: Kürt göçebelerine ait Kirmanşah' ın en önemli ve en lezzetli kebablarından biri olan kuzu kaburga kebabıdır. Dande Kebab' ını özel kılan, limon suyu, tuz ve karabiberle tatlandırılmış salça ve tabii ki bol miktarda çiçeklenmiş safrandan yapılan olağanüstü sosudur. Et, pişirme ve hazırlama sürecinde defalarca bu muhteşem sosla ıslatılmaktadır. Bu enfes kebab, hem taze bazlama hem de pilav ile servis edilmektedir.

Ash-e Abbas Ali: Ulusal Geleneksel Yemekler Festivali' nde en iyi geleneksel yemek seçilen ve Kirmanşah' ın en popüler en lezzetli kış yemeklerinden biri olan Ash-e Abbas Ali kalın kıvamlı bir çorbadır. Kış lapası olarak da adlandırılan genellikle ramazan gibi özel günlerde servis edilen Ash-e Abbas Ali, farklı fasulye, buğday, pirinç ve kırmızı et türlerinden oluştuğu için oldukça doyurucudur.

Ash-e Tarkhineh: Sebze karışımıyla yapılan bir tür lapadır.

Khoesht-e Halal: Kirmanşah' ın tüm restoranlarında servis edilen, tören ve kutlamaların özel geleneksel yemeklerinden biridir ve güveçte pişirilen yemeğin malzemeleri ise kıyılmış kuzu eti, badem dilimleri, siyah barberry (diken üzümü veya kızamık), safran, yağ, soğan, tuz, omani limonu vb.' dir ve pilavla servis edilmektedir.

Jarg o Boz: Koyun ciğerinden yapılan bu geleneksel yemeğin sadece Kirmanşah da üretimi yapılmaktadır. Küllerin altında ateşte pişen Jarg o Boz piştikten sonra tuz, karabiber ve zerdeçalla karıştırılarak temizlenmiş koyun bağırsağına koyulup tekrar pişirilmektedir.

Kookooye Paghare: Paghare, Kirmanşah 'ın dağlarında yetişen hoş kokusunun yanında tıbbi özellikleri de bulunan popüler sebzelerden biridir. Vejetaryenlere de hitap eden Kookooye Paghare yumurta, un, sebze, zerdeçal, yağ, soğan ve sarımsakla pişirilmektedir.

Sib Polo: Yemek adını içindeki Sibzamini (patates) miktarının fazla olmasından almaktadır. Patates pirinçten sonra yemeğin ana maddesidir. Yarı haşlanmış pirinç ve patates dolgusuyla yapılan yemeğe balık, koyun eti, kıyma veya tavuk da eklenebilmektedir. Sib Polo' nun diğer malzemeleri arasında ise kuru üzüm, safran, hurma ve tereyağı bulunmaktadır, basit ancak iştah açıcı bir yemektir.

Valak Polo: İlkbaharda yetişen Valak veya Kool adı verilen bir başka dağ sebzelerini kullanarak pişirilen yemeğin diğer malzemeleri arasında dana dili, yerel yağ, pirinç, tuz, safran ve biber bulunmaktadır. Valak Polo' ya tavuk, balık veya koyun eti ile de ilave edilebilmektedir. **Boz Ghormeh**, Kirmanşah' ın özgün yemeklerinden olan Boz Ghormah içeriğindeki nohut, peynir altı suyu ve et nedeniyle protein açısından zengindir. Boz Ghormeh, ana yemek olarak pilavla servis edilebildiği gibi, ekmek ve yeşilliklerle birlikte meze olarak da servis edilebilir. Yemeğin ismi içeriğindeki Boz (keçi) ve Ghormeh (etle pişirilen yemek) kelimelerinden türemiştir. Yemek, keçi eti, nohut, peynir altı suyu, ezilmiş sarımsak, safran, doğranmış soğan, tuz, karabiber ve zerdeçaldan oluşmaktadır.

Dolmeh: Pirinç, sarı bezelye, otlar ve etten oluşan lezzetli bir dolguyla hazırlanan yemektir. Dolme kelimesi dolmalık biber, patlıcan, kabak vb. gibi içleri doldurulan her türlü sebzeyi ifade etmektedir ancak Dolmeh Barg-e Mo, Farsça' da üzüm yaprağı dolması anlamına gelen bu lezzetli yemeğin en popüler türüdür.

Kalaneh: Bir çeşit gözleme türüdür. Kirmanşah'ta Kalaneh yabani bahar bitkisiyle doldurulur, diğer mevsimlerde ise geleneksel olarak gözleme yeşil soğanla doldurulur ve açık ateşte büyük, dışbükey bir tava olan sâj üzerinde pişirilir. Kalaneh, İran yoğurtlu içeceği olan taze doogh eşliğinde servis edilir.

Kaak: Çubuk şeklinde olan bir çeşit kurabiye.

Naan Khormaei: Hurma, ceviz karışımından yapılan bir tür kurabiyedir.

Nan Berenji ve Nan Shekari: Kirmanşah' ta uzun yıllardan beri yapılan ve yolcuların hatıra olarak satın aldığı özel kurabiyelerdir.

Naan Roghani: Şeker ve geleneksel yağdan yapılan bir tür tatlı ekmektir.

Roghan Kermanshahi: İnek, koyun ve keçi sütünden elde edilen, özel tadı ve aroması olan bir tür yerel geleneksel yağdır.

REŞT

Reşt, İran' ın Hazar Denizi' nin güneyindeki en büyük kıyı olan ve turistlerin uğrak yeri olan Gilan eyaletinin başkentidir. Reşt ili yaklaşık 680.000 kişilik bir nüfusa sahiptir ve eyaletin Gilaki dili konuşulan en büyük ve en kalabalık şehridir. Ilıman bir iklime sahip olan Reşt yüksek yağış alması nedeniyle 'gümüş yağmurları şehri' olarak anılmaktadır. Şehir aynı zamanda ilklerin şehri olarak da anılmaktadır. İran' ın ilk 7/24 açık eczanesi, ilk engelli ve yaşlı bakım evi, ilk otobüs, ilk ulusal hastane, ilk milli kütüphane ve daha birçok ilk kültür, sanat ve edebiyat merkezi Reşt' te kurulmuştur. İran'ın pirinç üretiminin ana bölgelerinden biri olan il tarım, turizm ve hatta çelik endüstrisinin merkezlerinden biridir. Sefid-Rūd Nehri' nin verimli deltasıyla çevrili olan şehir başta çeşitli balık türleri ve mevsimlik ürünler olmak üzere zengin çeşitlilikteki doğal ve yerel kaynakları ile UNESCO yaratıcı şehir ağına katılmış olan Reşt ili 2015 yılında gastronomi şehri unvanını almıştır. Nesiller boyunca, Reşt mutfağı yalnızca eski tarifleri değil, aynı zamanda benzersiz pişirme araçlarını ve yöntemlerini de günümüze taşımıştır (Unesco-b, 2023; Rasht, 2023).

İlde 2014 yılından bu yana Kırsal Miras Müzesi' nde düzenlenen Sabzeh Festivali ile Gamaj toprak kaplarda tipik pişirme yöntemi de dahil olmak üzere el sanatları, halk sanatı ve gastronomi gibi geleneksel kültürel değerlerin desteklenmesine odaklanmaktadır. Şehirde gastronomi topluluk duygusunu, kültürlerarası ve nesiller arası diyalogu teşvik ederken, aynı zamanda sürdürülebilir kentsel-kırsal bağlantı ve ekonomik refah için de önemli bir itici güç görevi görmektedir; öyle ki şehir, çiftçileri desteklemek için uzun vadeli krediler vermektedir. Ayrıca Reşt, sağlıklı gıdanın sürdürülebilir üretim ve tüketimine vurgu yaparak gastronomi ve tarımsal gıda alanlarında çok çeşitli atölye çalışmaları ve mesleki eğitim olanakları sunmaktadır (Unesco-b, 2023).

Gilan bölgesinde 220' ye yakın yemek çeşidi yapılmaktadır. Gilan'ın yöresel yemeklerinin çoğunun ortak özelliği ve ana temeli patlıcan, zerdeçal, sarımsak, ceviz, nar suyu, Khalawash ve Chochag gibi yerel sebzelerdir (TapPersia-a, 2023). Reşt Mutfağının yöresel yemekleri (TapPersia-a, 2023; Rasht, 2023);

Kabab Torsh: Kuzu ya da dana etinin soğan, ceviz, nar ezmesi ve aromatik sebzelerle (özellikle "Chochaq" adı verilen yerel sebze, maydanoz, kişniş, nane, tarhun vb.) marine edilmesinin ardından geleneksel olarak (etin daha sulu ve yumuşak olmasını sağlayan) oyulmuş taze incir dallarını kullanarak yapılan kebab günümüzde çelik şişlere takılarak mangal kömüründe pişirilmesidir. Diğer bir seçenek ise eti su ve yağ ile bir tencerede kısık ateşte pişirmektir. Kabab Torsh genellikle ekmek, pirinç, yoğurt ve başta fesleğen olmak üzere taze sebzelerin yanında servis edilir.

Fesenjan (Yahni): Fesenjan yahnisi, Gilan' ın düğünlerde ve resmi davetlerde hazırlanan meşhur güveçlerinden biridir. Bu yemeği pişirmek için genellikle tavuk veya ördek kullanılır. Bu güveci hazırlamak için dövülmüş cevizler nar ezmesiyle kaynatılır, pişene ve güveç iyice oturuncaya kadar beklenir ardından tavuk veya ördek eklenir. Yahninin çökebilmesi ve cevizlerin yağlarını salması için yeterli süre tanınır, bazen bunun için bir parça buz ya da biraz balkabağı kullanılır.

Gamaj Kabab: Yemeğin adı, yerel dilde Gamaj olarak bilinen yerel kil kazandan gelmektedir. Gamaj kebabı genellikle kırmızı etle pişirilir ancak tavuk, hindi gibi beyaz etler de kullanılabilir. Bu yemek tavukla yapıldığında yerel dilde Tala-Kooleh-Ghoorabe güveci olarak bilinmektedir. Bu güveç çok lezzetli olmasının yanı sıra içinde kullanılan besleyici otlar sayesinde vücut için de çok faydalıdır. Kebabın diğer malzemeleri ise soğan, nar suyu ve nar taneleri, ceviz, sebzeler (kızıl nane, kişniş, nane, maydanoz), karabiber, tuz ve zerdeçalıdır.

Torshi Tareh: Otlar ve yumurtayla yapılan geleneksel İran yemeklerinden biridir. Bu keskin ve baharatlı yiyecek, Tareh (pırasa) ve yerel sebzelerden kuru nane, dereotu, maydanoz, kişniş, sarımsak, frenk soğanı, zerdeçal, portakal suyu ve yumurta ile yapılır. Güveçte pişer ancak içeriğinde et yerine yumurta vardır. Genellikle pilav, ekmek, füme veya tuzlanmış balık, beyaz turp, sarımsak ve bakla gibi garnitürlerle birlikte servis edilir.

Baghali Ghatogh: Baghali Ghatogh yani fasulye güveci, Gilan mutfağının en eski yerel yemeklerinden biridir. Az ve basit malzemelerle pişirilen lezzetli ve doyurucu olan güveci Ramazan ayında iftarda veya sahurdan önce tüketilmesinin, yüksek miktardaki lif ve protein içermesi sebebiyle daha uzun süre tok ve enerjik tutacağı inancı yaygındır. Yemeğin ana malzemeleri, lima fasülyesi (bakla), dereotu, sarımsak, zerdeçal, yumurtadır.

Kateh Kabab: Kateh Kebabı veya Rashti Polo Kebabı Gilan ilinin popüler ve ünlü yemeklerinden biridir. Dana eti kullanılan yemeğin eti daha lezzetli olması için, ızgara yapmadan önce yaklaşık 24 saat yoğurt, zeytinyağı ve soğan suyunda dinlendirilmektedir. Yemek çiğ bakla, yerel salatalık, Ashpal (tuzlu balık yumurtası) ve geleneksel olarak pişirilmiş pilav gibi garnitürlerle servis edilmektedir.

Gilani Morgh-e Torsh (Ekşi Tavuk Yahnisi): Birçok İran güvecinde baklagiller kullanılırken bu yemekte tavuk, bezelye, soğan, aromatik sebzeler (pırasa, maydanoz, kişniş, nane vb.), sarımsak, yumurta ve biraz portakal suyu bulunur. Güveç piştikten sonra üzerine çırpılmış yumurta eklenir ve 10 dakika sonra pişmiş pilavın yanında servis edilir.

Reshteh Khoshkar: Gilan'ın birçok geleneksel tatlısından biri olan Reshteh Khoshkar özellikle Ramazan ayında oruç açarken tüketilmektedir. Sıcak bakır ızgaraya damlalıklı süzgeç yardımıyla çok sayıda ince hamur şeridinin damlatılarak pişirilmesiyle yapılan Reshteh Khoshkar'ın ana malzemeleri arasında pirinç unu, ceviz, kakule, zencefil ve tarçın bulunmaktadır Kurabiye servis edilmeden önce üzerine su, şeker, tarçın ve kakuleden oluşan yöresel şerbet dökülür. Kızarmış olarak şerbetsiz de satılan ve tüketimi gerçekleşen yüksek kalorili Reshteh Khoshkar genellikle çay ile servis edilir.

Aloo Mosamma: Tavuk ya da ördek (Gilan'da daha çok tavuk kullanılır) kullanılan güveçde patlıcan, domates, kuru erik, kara erik, salça, şeker ve baharatlar yemeğin yapımında kullanılan diğer malzemelerdir. Bazen süslemek için kızarmış patlıcan ve domates kullanılır.

Mirza Ghasemi (Sarımsaklı Patlıcan ve Domates Ezmesi): Izgarada közlenmiş patlıcan doğranarak yağ ve zerdeçalla pişirilir. Daha sonra soyulmuş domatesler karışıma eklenir ve kıyılmış sarımsak, yağ, zerdeçal ile karıştırılarak kızarmış yumurtaya eklenir. Son olarak karıştırılarak hem pilav hem de ekmekle servis edilmektedir.

Kuii Tareh: Mirza Ghasemi'ye benzeyen bu yemek patlıcan yerine kabak ile yapılır. Balkabağı, sarımsak, çekilmiş ceviz, şeker, nar salçası, domates, baharat, özellikle İran yaban otu (Golpar) bu yemeğin yapımında kullanılan malzemelerdir.

Anar Bij (Narlı Cevizli Köfte Yahnisi): Bu çok lezzetli güveç, top haline getirilmiş etler, pırasa, maydanoz, kişniş, ceviz, nar ezmesi ve nar taneleri gibi aromatik sebzelerle hazırlanmaktadır. Bu güvecin görünümü Fesenjan'la benzerlik taşımaktadır ve yapısının oldukça kalın, oturmuş olması gerekmektedir ve Gilan pirincinin ile servis edilmektedir.

Zeytoon Parvardeh (Marine edilmiş zeytin): Yerli zeytinlerin ceviz, nane, nar çekirdeği, nar suyu ve nar ezmesi, sarımsak, biber ve İran yaban otlarıyla marine edilerek servis edilmesidir.

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Araştırmanın Amacı ve Amaca Uygun Yöntem

Çalışmanın amacı, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) Gastronomi Yaratıcı Şehirler Ağı'na (UCCN) 2021 yılı itibarı ile kabulü gerçekleşen İran'ın Reşt ve Kirmanşah illerinin mutfağı ile Afyonkarahisar, Gaziantep ve Hatay illerinin gastronomi değerleri, özellikleri, yemek çeşitleri ve pişirme uygulamalarını karşılaştırarak benzerlik ve farklılıkların ortaya çıkarılmasıdır. Araştırmada, çalışmanın amacına bağlı olarak ilk olarak ilgili yerli ve yabancı literatür taranarak kavramların açıklaması gerçekleştirilmiş ardından iki mutfak kültürüne ilişkin literatür taraması yapılmış ve elde edilen veriler UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı tarafından belirlenen sekiz kriteri detaylandırarak alt boyutlara ayıran Xiaomin, C. (2017) çalışmasındaki kriterlere göre değerlendirilmiştir.

Tablo 4: UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kriterlerinden Çalışma Kapsamında Yararlanılan Kriterler

	Kriter	Ölçüm	Nicel Göstergeler
1	Geleneksel mutfakta kullanılan iç kaynaklı malzeme	Yerel kaynaklı malzemeler ve özel bölgesel gıdalar	Yöreye özgü malzemeler
			Özel yerel yemekler
			Yenilikçi gıda konseptleri ve tarifleri
		Benzersiz pişirme malzemeleri	Yerel tatlardaki eşsiz lezzetler
2	Endüstriyel/teknolojik gelişmeler karşısında ayakta kalabilmiş yerel bilgi, geleneksel mutfak uygulamaları ve metotları Geleneksel gıda marketleri ve geleneksel gıda endüstrisi	Geleneksel yemek pişirme becerilerinin mirası ve korunması	Pişirmede kullanılan yerel baharat içerikleri
			Yerel çeşitlilik ve geleneksel atıştırmalık sayısı
			Farklı yerel pişirme teknikleri
		Yerel kaynaklı malzemeler	Restoran standartları ve gıda işleme prosedürleri
			Kentsel çiftçi pazarlarının sayısı
			Yemeklerde kullanılan yerel malzemelerin oranı
			Yerel olarak üretilen malzemelerin geleneksel pişirme teknikleri ile kullanım
		Geleneksel Gıda Endüstrisi	El yapımı gıda ve endüstriyel gıda işletmeleri
			Standart gıda işleme tekniklerinin geleneksel yerel gıdalarda kullanımı

Kaynak: Xiaomin, C. (2017).

Çalışma kapsamında amacı analiz etmesi düşünülen, Xiaomin, C. (2017) çalışmasında kullanılan 8 kriter, 22 boyut ve 66 niceliksel göstergeden çalışma kapsamında Tablo. 4 deki kriter, boyut ve göstergelerden yararlanılmıştır.

Amaca Uygun Bulgu, Amaca Uygun Yorum/Tartışma, Amaca Uygun Sonuç ve Öneri

Orta Asya' dan Anadolu' ya göç eden Türkler birçok kültüründe etkisi altında kalmıştır. Türk yemekleri Bizans, Balkan, Arap, İran ve Akdeniz yemeklerinden etkilenmiştir ve kendi doğallığını kaybetmeden diğer mutfaklar ile bütünleşmiştir. Otlar (dereotu, fesleğen, tere, nane, turp vb.), İran mutfağında hem yemeklerde hem de yemek yanında yaygın olarak tüketilmektedir. Azeri Türklerinin İran coğrafyasında yaşam sürdürmeleri, İran yerlileri tarafından karnıyarak ve dolma gibi yemek türlerinin bilinirliğini artırarak yaygın olarak tüketilmesine neden olmuştur (Çakıroğlu, 2007: 42).

Tablo 5' de şehirlere ait “yöreye özgü malzemeler” farklılık göstermekte olup, “özel yerel yemekler” isim olarak farklılık gösterse de içerik olarak birkaç malzemenin farklı olması sebebiyle yöresel kimlik kazanmıştır. Yenilikçi gıda konseptleri ve tariflerde ise yöresel ürün kullanımı ve geleneksel tarifler yaygındır. Örneğin, Gaziantep Mutfağında Baklava Antep Fıstığı ile şerbetli yapılmakta iken İran Mutfağında Baklava tarifi farklıdır ve şerbetsiz, daha kuru yapıdadır. Dolma ve kebab tarifleri tablo da belirtilen tüm şehirlerde mevcut olmakla beraber içerisine katılan malzemelerde değişikliklere rastlanmaktadır. Örneğin, kuzu ya da dana etinin kullanıldığı Kabab Torsh' un içerisindeki malzemeler soğan, ceviz, nar ezmesi, aromatik sebzelerdir ve ekmek, pilav, yoğurt veya fesleğenle servis edilmektedir.

Gaziantep yöresine özel simit kebabında ise dana eti bütün değil kıyma halindedir ve içeriğinde bulgur, sarımsak ve baharatlar mevcuttur, pide, pilav, soğan veya yoğurtla beraber servis edilmektedir. Her iki kebab çeşidi de şişe takılarak kömür üzerinde pişirilmektedir.

Tablo 5: Belirlenen Kriterler Kapsamında Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı' na Üye Şehirlerin Karşılaştırılması

	3			3		4
Ölçüm	Yerel kaynaklı malzemeler ve özel bölgesel gıdalar			Benzersiz pişirme malzemeleri		Geleneksel yemek pişirme becerilerinin mirası ve korunması
Nicel Göstergeler	Yöreyle özgü malzemeler	Özel yerel yemekler	Yenilikçi gıda konseptleri ve tarifleri	Yerel tatlardaki eşsiz lezzetler	Pişirmede kullanılan yerel baharat içerikleri	Farklı yerel pişirme teknikleri
Afyonkarahisar	Göce, Düğü Haşhaş, Kaymak	Patlıcan Böreği, Züriye, Patatesli Ev Ekmeği, Bükme, Ağzıaçık, Ak Pide, Musakka Çeşitleri, Göce Köftesi, Nişan Kurabiyesi, Afyon Kebabı, Bütün Et, Kavurma, Tandır	Haşhaşlı Şepit, Haşhaşlı Baklava	Et, Manda sütü- yoğurdu, Kaymak, Haşhaş, Kiraz, Patates, Sucuk, Bamya Çorbası	Yenibahar, kuş üzümü, tarçın, limon tuzu	Güveç, Büyük Yerel Fırınlara, Saç
Gaziantep	Firik, Döme, Patlıcan Kuruşu, Antep Fıstığı, Kuru Çökelek, Antep Tarhanası, Antep Köy Kahkesi,	Baklava, Muhammara, Humus, Babagannuş, İçli Köfte, Firik Pilavı, Antep Lahmacun, Nohut Dürümü, Simit Kebabı, Ali Nazik, Yuvalama, Beyran Çorbası	Katmer tatlısı (fıstıklı, kaymaklı), Şekerli-Peynirli Karnıyarık,	Baklava, Soğan Kebabı, Kekik Salatası, Cartlak Kebabı, Öcçe, Mişviyye, Mıhşı Yarpuz Cacığı	Kekik, Biberiye, Sumak, Kimyon, Yenibahar, Toz kırmızı biber, Pul biber, Yarpuz	Güveç, Kurutma Tekniği
Hatay	Şeyh Mualla, Zahter	Şeyh Mualla, Kete, Kömbe, Şihlmişe, Zahter Salatası, Sini Kebab, Sembüsek, Ekşi Aşı	Hurmali Kurabiye, Burma Künefe, Turplu Tarator	Yumurta Öccesi, Zahter Halilli Ekmek, Mamul	Rezene, Zahter, Kakule, Sumak, Kimyon, Mahlep, Keçiboynuzu Tozu, Reyhan, Kırmızı Pul Biber	Güveç, Kurutma Tekniği
Kırmanşah	Omani Limonu, siyah barberry, Roghan Kermanshah i, Kookooye Paghare	Ash-e Tarkhineh, Ash-e Abbas Ali, Khoresh-e Hala, Jarg o Boz, Kookooye Paghare, Sib ve Valak Polo, Kalaneh	Naan Roghani	Kaak Boz Ghormeh	Safran, Zerdeçal, Karabiber, Kimyon, Kekik, Sumak, Tarçın	Güveç, Saç
Reşt	Patlıcan, Sarımsak, Ceviz, Nar Suyu, Khalawash, Chochag, kişniş, kızıl nane, nane, tarhun, lima fasülyesi.	Kabab Torsh, Fesenjan, Torshi Tareh, Baghali Ghatogh, Kateh Kabab, Reshteh Khoshkar	Aloo Mosamma	Zeytoon Parvardeh	Safran, Zerdeçal, Karabiber, Kimyon, Kekik, Sumak, Tarçın	Güveç, Sıcak bakır ızgarada damlalıklı süzgeç ile pişirme, Saç

Türk ve İran kültürlerinde işkembe çorbası da ortak yiyeceklerden biridir. Sosis, salam ve et kızartma her iki ülkede de tüketilmektedir. Yeşil fasulye, yumurta, yoğurt veya mısır ekmeği her iki mutfağında ortak bir öğesidir (Oktay ve Sadıkoğlu, 2018: 13).

“Farklı yerel pişirme teknikleri” nde ise bilinen tüm pişirme tekniklerinin yanında güveç ve saç kullanımı yaygındır. İran mutfağında, sıcak bakır ızgarada damlalıklı süzgeç ile pişirme yöntemi farklılık göstermektedir. Baharat, sarımsak ve taze-kuru ot kullanımı ise her iki mutfak kültüründe de oldukça yaygındır. Ancak aromatik otların ve baharatların sıklıkla kullanımı İran mutfağında daha yaygındır.

Türk mutfağında Osmanlı lezzetlerinden miras kalan ancak İran mutfağında yoğun olarak kullanılan ekşi-tatlı (özellikle nar salçası, nar suyu, nar ezmesi kullanımı) unsurların yemeklerde kullanılması, İran mutfağını Türk mutfağından ayıran önemli özelliklerinden bir tanesidir. Tavuk ya da ördekle yapılan Aloo Mosamma güvecinin malzemelerinin içerisinde kuru erik, kara erik ve şeker kullanımının dikkat çekmesi, Kuu Tareh tarifinde aynı şekilde nar salçası ve şekerin kullanılması, Sib Polo tarifindeki kuru üzüm ve hurma kullanımı örnek olarak gösterilebilir.

Döner, Türk kebabı olarak İran’ da yaygındır ve sıkça yapılmaktadır. Türk mutfağında yer alan birçok lezzet aş, dolma, köfte, kebab, keşkek, helva, pişmaniye lokum, zerde ve bazı sütlü tatlılar (muhallebi, sütlaç, keşkül), ekmek çeşitleri, turşu, şerbet gibi ortak lezzetler Türk ve İran mutfağının benzer ürünleridir. Her iki toplumun da beslenme şekli tahıla dayalıdır. Yöresel İran beslenmesinde pirinç, buğdaydan sonra en çok tüketilen ürün, tam buğday unundan yapılan mayasız ekmektir. İran pişmaniye, tulumba tatlısı, lokum ve un helvası Türk mutfağına özgü benzer tatlılara göre daha kuru ve farklı yapıda yapıp tüketilmektedir. Kabak tatlısı, muhallebi, sütlaç, zerde ve keşkül gibi sütlü tatlılar ise Türk tatlılarına benzerlik göstermektedir. Reçel ve marmelat çeşitliliği oldukça fazla olmakla beraber özellikle şerbetler hararet alıcı ve sakinleştirici özelliğinin yanında tedavi edici amaçlarla da tüketilmektedir. Turşu ve şur (ekşi ve tuzlu) bakımından da İran mutfak oldukça zengindir. Sarımsaktan hurmaya olgunlaşmamış karpuz kadar her çeşit ürünün turşusu yapılmaktadır (Çakıroğlu, 2007: 42).

Türk mutfakıyla benzer özellikler taşıyan İran mutfakı çok zengin ve lezzetli bir mutfak kültürüne sahiptir. Bu nedenle, hafif yemekler İran mutfakında yaygın değildir. Bir ülkenin gastronomisini incelediğimizde, ülkenin yemeklerini ve tarihsel boyutlarını incelemek gereklidir. Bir ülkenin gastronomik kültürü, aynı zamanda tarihsel kültürel özellikleri de içermektedir. Her toplum, birlikte yaşadığı diğer topluluktan bir yemek kültürü almış ve aynı zamanda üzerinde hüküm süren antik medeniyetlerin kültürlerinden etkilenmiştir. Bu örneklerden biri, Türk ve İran ülkelerinin mutfak kültürlerinde görülmektedir. Bu ülkelerin toplumları, kendi mutfak kültürlerine antik medeniyetlerinden ortak yiyecekleri aktarmışlardır. İncelenen iki ülkenin mutfak kültürlerinde, ortak yiyecek çeşitlerinin uzun tarihî bağlantılarla ilişkili olduğu görülmektedir. Tatlılar, kebaplar ve çorbalar bu ortak kültürü yansıtmaktadır. Örneğin, yapılan kebaplar, eski Moğol medeniyetinde yaşadıkları dönemden gelmektedir. Pilav, Çin ve Hindistan'dan gelmiş ve ardından İran'a, Türk mutfak kültürüne tanıtılmıştır. Türk ve İran toplulukları, bir arada yaşayarak veya komşu olarak birçok yıl boyunca "Kültürel Etkileşim" kavramının en iyi bir örneğidir (Oktay ve Sadıkoğlu, 2018: 10-13).

KAYNAKÇA

Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2023), <https://afyon.ktb.gov.tr/TR-63518/gastronomi-sehri-afyonkarahisar.html>, (Erişim tarihi: 13.12.2023).

Afyon Valiliği (2023), <http://www.afyonkarahisar.gov.tr/enfes-lezzetleri-tadin>, (Erişim tarihi: 13.12.2023).

Baydeniz, E. (2024). Fast-food restoranlardaki gıda israfının planlı davranış teorisi kapsamında incelenmesi: Ankara örneği. *Journal of Travel and Tourism Research*, 24(24), 86-105.

Britannica (2023), <https://www.britannica.com/place/Kermanshah>, (Erişim tarihi: 20.11.2023).

Çakıroğlu, F. (2007). İran'ın Yemek Kültürü Gelenek Ve Görenekleri, Türk Mutfakı İle

Karşılaştırılması. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 35(1), 41-45.

- Demirgöl, F. (2018). Çadırdan Saraya Türk Mutfağı. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1).
- Ertaş, Y. Ve Gezmen-Karadağ, M. (2013). Sağlıklı Beslenmede Türk Mutfak Kültürünün Yeri. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2 (1).
- Gastroafyon (2023), <https://gastroafyon.org/>, (Erişim tarihi: 1.12.2023).
- Gaziantep Gastronomy (2023), <https://www.gaziantepgastronomy.com/gaziantep/>, (Erişim tarihi: 1.12.2023).
- Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü -a (2023), <https://gaziantep.ktb.gov.tr/TR-149194/gastronomi.html>, (Erişim tarihi: 1.12.2023).
- Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü -b (2023), <https://gaziantep.ktb.gov.tr/TR-128764/yemekler-ve-tatlılar.html>, (Erişim tarihi: 15.12.2023).
- Giritlioğlu, İ, Armutçu, B. ve Düzgün, M. (2016). Geleneksel Gaziantep Mutfağının Kuşaklararası Bilinirliğine Yönelik Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(17), 126-138.
- Güler, S. (2010). Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26.
- Hatay Valiliği (2023), <http://www.hatay.gov.tr/hatayda-mutfak-gelenegi>, (Erişim tarihi: 15.12.2023).
- İslam Ansiklopedisi (2023), <https://islamansiklopedisi.org.tr/kirmansah>, (Erişim tarihi: 20.11.2023).
- Kermanshah University of Medical Sciences (2023), <https://www.kums.ac.ir/en/students/is/kermanshah>, (Erişim tarihi: 20.11.2023).
- Közleme, O. (2012). *Türk Mutfak Kültürü ve Din, (Yayınlanmamış Doktora Tezi)*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kültür Portalı (2023), <https://www.kulturportali.gov.tr/portal/medeniyetlersofrasihatay>, (Erişim tarihi: 1.12.2023).
- Lahsaeizadeh, A. (2001). Sociological Analysis of Food and Nutrition in Iran, *Nutrition & Food Science*, 31 (3), 129-135.
- Oktay, S. ve Sadıkoğlu, S. (2018) Gastronomic Cultural Impacts Of Russian, Azerbaijani And Iranian Cuisines. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 12, 6-13.
- Population Today (2023), <https://populationtoday.com/tr/ir-iran/>, (Erişim tarihi: 20.11.2023). Pulluk, E. (2022). Kadim Bir Mutfak: Mezopotamya. Y. Oğan İçinde, *Gastronomi Alanında*
- Tematik Araştırmalar I (ss. 9-19). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Rasht (2023), <https://rasht.ir/page-Gastronomy/en/49/form/pld9217>, (Erişim tarihi: 1.12.2023).
- Roger, D. (2000). The History and Culture of Food and Drink in Asia: The Middle East and South Asia, İçinde: Kiple, Kenneth F. ve Ornelas, Kriemhild Conee, *The Cambridge World History of Food*, Cambridge: Cambridge University.
- Şahin, E. ve Ünlüönen, K. (2021). Adana'nın Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Teması Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (2), 1204-1231.
- Solmaz, Y. ve Altiner Dülger, D. (2018). Türk Mutfak Kültürü Ve Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bir Değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (3), 108- 124.
- Sürücüoğlu, M. S., Özçelik, A., Ö, (2008). Türk Mutfak Ve Beslenme Kültürünün Tarihsel Gelişimi. 38. İcanas Kongresi. 10-15 Eylül, 1289-1310. Ankara.
- TakRecipe, (2023). <https://takrecipe.com/> (Erişim tarihi: 1.12.2023).
- TapPersia, (2023), <https://www.tappersia.com/> (Erişim tarihi: 1.12.2023).
- TapPersia-a, (2023), <https://www.tappersia.com/rasht/#foodsRasht> (Erişim tarihi: 1.12.2023). Travelopersia, (2023), <https://travelopersia.com/destination/kermanshah/> (Erişim tarihi:1.12.2023).
- Tastelran, (2023), <https://www.tasteiran.net/stories/13111/food-creative-city-kermanshah> (Erişim tarihi: 1.12.2023).

- Unesco-a, <https://en.unesco.org/creative-cities/kermanshah>, (Erişim tarihi: 20.11.2023). Unesco-b, <https://en.unesco.org/creative-cities/rasht>, (Erişim tarihi: 1.12.2023).
- Unesco-c, <https://en.unesco.org/creative-cities/hatay> (Erişim tarihi: 13.12.2023).
- Unesco-d, <https://en.unesco.org/creative-cities/afyonkarahisar> (Erişim tarihi: 13.12.2023).
- World Population (2023), <https://worldpopulationreview.com/world-cities/kermanshah-population>, (Erişim tarihi: 20.11.2023).
- Xiaomin, C. (2017). “City of Gastronomy” of UNESCO Creative Cities Network: From International Criteria to Local Practice. *Social Systems Studies*, 55-67.
- Zengin, B. ve Gürkân, A.S. (2019). Afyonkarahisar Mutfağının Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi, *Safran Kültür Ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 225-240.

KÜRESELLEŞME VE YERELLEŞME EKSENİNDE GASTRONOMİ VE TURİZMİN ETKİSİ

Melek AKBAŞ ÜREten

İstanbul Topkapı Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
ORCID: 0009-0001-6055-3251 akbasureten@gmail.com

Doç. Dr. Gül YILMAZ

İstanbul Topkapı Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
ORCID:0000-0002-1882-867X gulyilmaz@topkapi.edu.tr

ÖZET

Küreselleşme en geniş anlamıyla olay ve ürünlerin birçok bölgeye veya dünyaya yayılması olarak tanımlanabilir. Yerelleşme ise; dünya içinde, bazen ulusal sınırlar içinde, bazen de bunların dışında, mekânsal ve kültürel olarak tanımlanmış kimliklerin ortaya çıkması ve yayılmasıdır.

İnsan sağlığı ve beslenmesine ilişkin her türlü bilgiyi ifade eden gastronomi kavramı, kökeni Antik Yunan'a kadar uzanmakta olup, bir bölgeye özgü yiyecek ve içeceklerin hazırlanması, pişirilmesi, servis edilmesi ve tüketilmesi olarak tanımlanmaktadır.

Turizm “daimî ikamete geçiş yapmadıkça ve gelir getirici faaliyette bulunmamak şartıyla, bir bireyin geçici olarak konaklamasından kaynaklanan tüm olay ve ilişkiler” anlamına gelir.

Gastronomi turizmi, bir bölgenin gastronomi kültürünü tanıma, öğrenme, yeme ve tadına varma kavramına dayanmaktadır. Dolayısıyla bir destinasyonun mutfak kimliğinin detaylarını belirlemeden gastronomisinden söz edemeyiz. Çünkü bölgenin doğal yapısı, yaşam tarzı, ürünleri, işleme teknikleri, mutfak, gastronomi ve ziyaretçilere sunulan turist deneyimi, gastronomi turizminin temelini oluşturmaktadır.

Gastronomi ve turizmin dokusunu şekillendiren küreselleşme ve yerelleşme süreçleri ilk bakışta çelişkili gibi görünse de gerçekte birbirini tamamlayan veya pekiştiren süreçler olduğu söylenebilir. Turizmin küreselleşmesi ve turist hareketlerinin artan ölçeği ve coğrafi kapsamı kitle turizmini etkilemektedir.

Bu çalışmada; Turizmin tanımıyla birlikte anlam bulan “Küreselleşme” ve “Yerelleşme” kavramları ele alınıp; küreselleşme ve yerelleşmenin “Gastronomi Turizmi” ne olan yolculuğu ele alındı.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Gastronomi, Küreselleşme, Yerelleşme, Gastronomi Turizmi

THE IMPACT OF GASTRONOMY AND TOURISM ON THE AXIS OF GLOBALIZATION AND LOCALIZATION

Abstract

Globalization can be defined in its broadest sense as the spread of events and products to many regions or the world. Localization is; It is the emergence and spread of spatially and culturally defined identities within the world, sometimes within national borders and sometimes outside them.

The concept of gastronomy, which expresses all kinds of information regarding human health and nutrition, dates back to Ancient Greece and is defined as the preparation, cooking, serving and consumption of foods and beverages specific to a region.

Tourism “means all events and relationships resulting from the temporary accommodation of an individual, unless he or she transitions to permanent residence and is not engaged in income-generating activity.”

Gastronomy tourism is based on the concept of recognizing, learning, eating and tasting the gastronomy culture of a region. Therefore, we cannot talk about the gastronomy of a destination without determining the details of its culinary identity. Because the natural structure of the region, lifestyle, products, processing techniques, cuisine, gastronomy and the tourist experience offered to visitors constitute the basis of gastronomy tourism.

Although the globalization and localization processes that shape the texture of gastronomy and tourism may seem contradictory at first glance, it can be said that they are actually processes that complement or reinforce each other. The globalization of tourism and the increasing scale and geographical scope of tourist movements are affecting mass tourism.

In this study; The concepts of "Globalization" and "Localization", which find meaning with the definition of tourism, are discussed; The journey of globalization and localization to "Gastronomy Tourism" was discussed.

Key Words: Tourism, Gastronomy, Globalization, Localization, Gastronomy Tourism

GİRİŞ:

Genel olarak “Küreselleşme” ve “Yerelleşme” kelimelerinin anlamları birbirleriyle karıştırılıp, zaman zaman birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Çoğu kez, bir anlam karmaşası yaşanmaktadır. Bu çalışma ile kavramların daha anlaşılır olmasına olanak sağlanmış olacaktır.

Turizm çok yönlü yapısıyla; kültürel, ekonomik, siyasal, teknolojik, çevresel gibi alanlarda etkileşim ve değişimin önemli bir parçasıdır. Turizmin bu çok yönlü yapısı, uluslararası platformlarda, turizmin sürdürülebilirlik noktasında küreselleşme ve yerelleşme kavramlarını içinde barındırır. Bu bakımdan gerek turizmin ve gerekse küreselleşme ve yerelleşmenin birden çok tanımı bulunmaktadır. Küresel süreçler, birbirine uzak olan kültürleri birbirine bağlarken, aynı zamanda yerel kültürler arasında da, karşılıklı olarak bir iletişim ağı oluşturur. Böylece küreselleşme ekseninde, yerelleşme kavramı da oluşmaya başlar. Bu tanımlar çerçevesinde; farklı coğrafyalarda, farklı kültürlerde yaşayan kişiler yeme içme eylemlerini gerçekleştirmek üzere, yaşadıkları yerlerin dışına çıkarak, gastronomi turizminin oluşmasına önyak olurlar. “Turizmin Küreselleşmesi ve Yerelleşmesi” tanımına yeni bir tanım daha eklenir; “Gastronomin Küreselleşmesi ve Yerelleşmesi”

Bu çalışmadaki amaç; sosyal ve ekonomik hayatta değişimler başlatılarak, dönüşüm süreci ve turizm-gastronomi ilişkisi, küreselleşme ve yerelleşme perspektifinden ele alınacaktır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE:

Turizmin genel tanımı içerisinde gastronomi turizminin yeri ve önemi, küreselleşme ve yerelleşme kavramları çerçevesinde ele alındı.

Turizm

"Turizm", bireylerin daimî ikamet etmediği ve gelir getirici faaliyetlerde bulunmadığı şartı ile, geçici olarak konaklamalarından doğan, olay ve ilişkiler bütünüdür. Dünya Turizm Örgütü Tanımına göre; İnsanların geçici konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin ifadesidir ve bir azınlık grubundan ziyade kitlelere atıfta bulunmaktadır. Bu nedenle turizm, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yükselişe geçen bir olgu olarak görülmeye başlanmıştır (Kaya Ş. , 2021).

Bugüne kadar turizm faaliyetleri deniz, kumsal ve güneş konsepti altında sadece toplu turizm faaliyetinden oluşmuştur. Sonraki dönemde alternatif turizm adı verilen yeni bir turizm ürününün (sağlık, kültür, spor ve inanç turizmi) daha da önem kazandığı gözlenmiştir. Özellikle son dönemde gastronomi ve turizmin alternatif turizm türleri arasında yer alması dikkat çekicidir. Dünya genelinde turizm gelirlerinin önemli bir kısmının yemek turizminden geldiği bilinmektedir (Cömert & Özkaya, 2014),

İnsanların turizme olan bakış açıları, turizme yönelik algı ve isteklerindeki hızlı değişimler, turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi ihtiyacını artırmıştır. Turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi, kültürel, ekonomik ve çevresel değerlerin korunması ve değer katması, turizm faaliyetlerinin ülkenin tüm bölgesine ve dört mevsime yayılması, deniz kumu ve güneş tekelinden kurtarılması amaçlanmaktadır (Kesici, 2012).

Gastronomi

Gastronomi kelimesi ilk olarak Fransa'da Jacques Bertheux'un (1804) yılında yayımladığı bir şiirin başlığı olarak ortaya çıkmıştır. O zamandan bu yana kullanımı giderek artmış ve insanların zihinlerinde yer etmeye başlamıştır. Britannica Ansiklopedisi gastronomiyi "lezzetli yiyecekleri seçme, hazırlama, servis etme ve tadını çıkarma sanatı" olarak tanımlıyor. Klasik tanımı "iyi yeme ve içme araştırması" olarak kabul edilmektedir (Kesici, 2012).

Gastronomi, yeme ve içme bilimi ve sanatıdır. Yunanca gaster (mide) ve nomas (yasa) kelimelerinden gelir. Gastronomi'nin toplumdaki yeri incelenirken, gastronomi ve gastronomi kültürünün gelişmesinde geleneksel tatların önemli bir yer tuttuğu söylenebilir (Baydeniz & Sandıkcı, 2024). Gastronomi kültürünün yayılması çoğunlukla yüksek gelirli ve yüksek eğitilmiş gruplardan kaynaklanmaktadır. Yeni lezzetleri keşfetmek için sosyal bir aktivite olarak farklı ülkelere seyahat eden bu gruplardan "gastro turizm" ve "gastro turist" kavramları ortaya çıktı (Hatipoğlu, 2010).

Yiyecek ve içecek yaşamın vazgeçilmezidir ve hiçbir şeyle değiştirilemez. İnsanlar yaşamlarının bir kısmını yiyecek ve içecek tüketerek geçirirler. Gastronomi sanatının ana teması bu zamanı en iyi faydayla geçirmektir. Ayrıca sosyal bir aktivite olarak yemek pişirme de seyahat etme nedenlerinden biri. İnsanlar farklı lezzetleri tatmanın yanı sıra bu lezzetlerin nasıl yapılacağını da öğrenmek istiyor. Bu nedenle de pişirme tekniklerini öğrenmek seyahat etme nedenlerinden biridir. Gastronomi, her yönüyle turizm faaliyetlerinin çekicilik unsurlarıdır (Kesici, 2012).

Küreselleşme

Küreselleşme en genel anlamıyla bir olayın veya ürünün birçok bölgeye veya dünyaya yayılması olarak tanımlanabilir. "Teknik açıdan küreselleşme, sermayenin, malların, insanların ve fikirlerin ulus-devletler arasındaki hareketliliğinin hem ölçek hem de hız açısından artması, böylece zamansal ve mekânsal farklılıkların etkisinin ortadan kaldırılması olarak tanımlanabilir" (Ökmen, 2010).

Genç'e göre; turizm sektörü, küreselleşmenin yön verdiği bir sektörlerden biridir. Dünyanın farklı bölgesinden çok sayıda turist çeşitli nedenlerle bir noktadan diğerine seyahat ediyor ve dünyanın her yerinde hizmet veren otel ve restoranlardan yararlanıyor. Turizm sektörünü ve turizm sektörüyle bağlantılı diğer sektörleri de etkileyen küreselleşme, derinlemesine incelenmesi gereken bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Kılıçhan, 2016).

Yerelleşme

"Yerelleşme"; dünyada, bazen bir devletin sınırları içerisinde, bazen ise bu sınırların dışında, yerelliklerin, kültürel olarak tanımlanmış kimliklerin ortaya çıkışı ve yayılmasıdır (Gelekçi).

Günümüzde dünya küreselleşme dalgalarıyla sarsılırken yerelleşme eğiliminin arttığı, küreselleşme sürecinde yerelleşmenin öneminin giderek arttığı da açıktır. Yerelleşme, yerel demokrasiyi güçlendirmek için çok önem taşımaktadır. Yerel özerklik için yerel yönetimlerin merkezi yönetimin boyunduruğundan kurtulması gerekmektedir. Ayrıca yerelleştirmenin tamamen bağımsız ve tek başına yeterli olduğunun düşünülmesi yanlıştır. Merkezi yönetim ile yerel yönetimler arasında koordinasyon ve iş birliği gibi faaliyetlerin ortak yürütülmesi gerekmektedir (Okur & Çakıcı, 2007)

KÜRESELLEŞME VE YERELLEŞME EKSENİNDE GASTRONOMİ VE TURİZMİN ETKİSİ

Turizmde Küreselleşme ve Yerelleşme

Milletler arasındaki coğrafi sınırların ortadan kalkması ve siyasi, sosyal, ekonomik, hukuki ve kültürel anlamda yakınlaşması günümüzde küreselleşme kavramıyla ifade edilmektedir (Buluk & Özkök, 2016)

1960'lı yıllarda ortaya çıkan ve 1980'li yıllardan itibaren yaygın olarak kullanılan küreselleşme kavramının, 1980'li yıllarda sermaye akımlarının öncelikle sanayileşmiş ve ekonomik birlik kurmuş ülkelere yönelmesiyle ivme kazandığı ortaya çıkmaktadır (Buluk & Özkök, 2016).

Çok uluslu şirketlerdeki yönetim uygulamalarının, yalnızca küresel veya çok uluslu şirketlerdeki örgütsel rasyonalitelerin dayatılmasının sonucu olmayıp, farklı rasyonalitelerin devreye girip, diyalojik süreçlerden etkilenmektedir (Geppert, Williams, & Matten, 2003).

Küreselleşme olarak ifade edilen sürdürülebilir ekonomik kalkınma, yaşam standartlarının sürekli iyileştirilmesi, teknoloji ve bilişsel alanlardaki hızlı ilerlemeler nedeniyle, her ülkenin küreselleşme sürecini hızlandıran temel faktördür (Buluk & Özkök, 2016).

Son yıllarda yaşanan sorunlara rağmen turizmin günümüzün en çok tartışılan sosyo-ekonomik konusu olan “küreselleşmeyi” teşvik eden bir faaliyet olduğu giderek daha fazla kabul görmektedir. Turizm, bir yandan dünya üzerindeki insanların, hatta uzaya giden ilk “turistlerin”, tüm dünyanın bu olayı ekranlardan izlemesi hareketi, diğer yandan ise küreselleşen konaklama tesislerine yapılan yabancı yatırımlarla, üç boyutta (sosyo-mekansal ekonomi) küreselleşmeye katkıda bulunduğu biliniyor (Özgüç, 2017).

Küreselleşme süreci tüm sektörleri açıkça etkilemekle birlikte turizm sektörünü de doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir. Turizm, uluslararası ticarete geleneksel hizmet faaliyetlerinden biridir. 21. yüzyılda küreselleşme sürecinin etkisiyle, uluslararası coğrafi sınırların ortadan kalkması, uluslararası yatırımların yaygınlaşması, farklı kültürlerle sahip ulusların tanınması ve dünya çapında geçerli ortak bir dilin kullanılması, ulaşımın serbestleştirilmesi, uluslararası turizmin hızla gelişmesinin itici gücü oldu. 1980 yılından bu yana küreselleşmenin ivme kazanmasıyla birlikte hem uluslararası turist sayısı hem de uluslararası turizm gelirleri hızla artmıştır. Yıllar itibarıyla uluslararası turist sayısı ve turizm gelirlerindeki eğilimlere baktığımızda, uluslararası turizmin gelişimi ile dünya gündeminde yer alan küreselleşme fikri arasında çok yakın bir ilişki olduğunu görebiliriz (Çeken, Dalgın, & Karadağ, 2009)

Küreselleşmenin kapsamı, uluslararası siyasi, sosyal ve ekonomik ilişkilerin gelişmesini, farklı toplum ve kültürlerin inanç ve beklentilerinin daha iyi tanınmasını ve uluslararası ilişkilerin güçlenmesini içermektedir; bunların hepsi birbirinden farklı gibi görünse de birbiriyle bağlantılı konular içermektedir. Başka bir deyişle küreselleşme, dünya üzerindeki ülkelerin maddi ve manevi değerlerinin sınırlarının ötesine yayılması, bütünlük ve uyum farklılıklarının ortadan kalkmasıdır. Söz konusu değerler sadece ekonomik değil aynı zamanda politik, sosyal ve kültürel, piyasalar arasındaki ilişki, benimsenmesi gereken siyasal sistem, demokrasi, insan hakları, din ve çevre duyarlılığı gibi fikirlerin evrenselleşmesi de bu çerçevede değerlendirilmektedir. Bu açıdan bakıldığında küreselleşme; dünya siyaseti, ekonomi, kültür, bilişim, hukuk, insan hakları, eğitim, sağlık, çevre vb. geniş alanları kapsar (Akgönül & Masca).

Küreselleşme ile uluslar arasındaki sınırlar ortadan kalkarken, coğrafi olarak bitişik veya yakın olan ülkeler ekonomik entegrasyona ulaşabilirler. Turizm ile küreselleşme süreçleri arasında önemli paralellikler ve etkileşimler bulunmaktadır. Turizm küreselleşmeyi hızlandıran önemli bir faktör olmakla birlikte, küreselleşme de turizmi çeşitli düzeylerde etkilemektedir. Öte yandan turizm sektöründe küreselleşmenin tersine bir “yerelleşme” eğilimi ortaya çıkıyor (Emekli, İbrahimov, & Soykan, Turizmde Küreselleşmeye Coğrafi Yaklaşımlar ve Türkiye, 2006).

Küreselleşmeyle birlikte yerelleşme, bölgeselleşmeye bir tepki olarak ortaya çıkıyor. Yerelleşme, milletlerin milli kültürlerini yaşatmalarının bir aracı iken aynı zamanda etnik mikro milliyetçi hareketlerin ortaya çıkmasına neden olmakta ve ulus-devlet anlayışını tehdit etmektedir (Okur & Çakıcı, 2007).

Turizmin küreselleşmesinin yerini turizmin yerelleşmesi aldı. Yeni turizm trendleri ve yerel kültürü ve doğayı keşfetme, bilinmeyene yolculuk yapma ve egzotik ortamlarda tatil yapma isteğinin artması, turizmde yerelliğin önemini gündeme getirmiştir. Kitle turizmi veya klasik turizmden farklı olan ekoturizm, kültür turizmi, kırsal turizm, ihtisas turizmi, tarım turizmi, dağ turizmi, gastronomi turizmi vb. turizmin günümüzde çok popüler olmasının nedeni bu eğilimlerdir. Buna karşılık, ulaşımda yerel ve küresel fırsatlarını kolaylaştırmak için küresel iletişim teknolojileri kullanılıyor (Emekli, İbrahimov, & Soykan, 2006).

Diğer turizm ürünleri gibi kırsal turizmin de turizm destek ürünleri doğru şekilde oluşturulup yönetilmedikçe tam çekiciliğine ulaşamayacağı açıktır. Bu ürünlerden en önemlisi hiç şüphesiz inanılmaz bir çeşitliliğe ve tarihe sahip olan yerel yeme-içme kültürüdür (Kesici, 2012).

Yerelleşme kavramı aynı zamanda topluma ve bakış açısına göre farklı anlamlara da sahiptir. Bauman'ın işaret ettiği gibi, bazılarına göre küreselleşme olarak kabul görülen şey, bazılarına göre yerelleşme olarak kabul edilebilir. Bu nedenle küreselleşme kimileri tarafından zararlı, ayrımcı ve parçalayıcı bir süreç olarak görülürken kimileri tarafından yararlı, kapsayıcı ve olumlu bir süreç olarak görülmektedir. Bu durumda küreselleşme sürecinde konusuna yaklaştıkça lokasyona bağlı olarak küreselleşmenin ya da yerelleşmenin daha da önem kazandığını görüyoruz. Ancak yerelleşme küreselleşmeyle çelişiyor gibi görünse de, bunların birbirini tamamlayan süreçler olduğu yaygın olarak kabul edilmektedir (Gelekeçi).

Yiyecek ve içecek harcamaları dünya turizm gelirin %30'luk kısmıdır. Gastronomi turizmi ile ilgili faaliyetlerin başında yemek etkinliklerinin geldiği, dünya çapında bu alanda faaliyet gösteren kuruluşların neredeyse %80'i, yemekli etkinlikler için ürünler ürettikleri ve dünya çapındaki turistlerin %88,2'sinin destinasyon seçerken yemeğin çok önemli olduğunu ifade etmektedirler (TURSAB, 2019).

Turizm sektörü; bir yandan ülkeler için önemli bir gelir kaynağı haline gelirken, diğer yandan uluslararası ticaretin gelişmesi ve seyahat eğiliminin artmasıyla, insanların yaşam standartlarının yükselmesine paralel olarak önemli ilerlemeler kaydetmiştir (Çeken, Dalgın, & Karadağ, 2009).

Turizm sektörü sadece en kolay ve en hızlı büyüyen sektör değil, aynı zamanda birçok farklı sektörün gelişmesine de katkı sağlıyor. Bu gerçek göz önüne alındığında destinasyonlar turizmden arzu edilen sonuçların elde edilmesi ve sürdürülebilir hale getirilmesi için yoğun çaba göstermektedir. Destinasyonlar, bu amaç doğrultusunda klasik turizm anlayışının dışına çıkarak, alternatif turizm türleri geliştirmeyi hedeflemektedirler. Gastronomi turizmi bunlardan sadece bir tanesidir. Çünkü hayatın temel ihtiyaçlarını temsil eden gastronomi ve gastronomik ürünler, destinasyonun tarihi, kültürü ve ekonomisi duruma göre halk tarafından belirlenir. Bu zenginlik, destinasyona gelen ziyaretçileri zenginleştirmekte, bölgeye, yerel halka ve kültürel mirasa önemli katkı sağlamaktadır (Akgöz, 2019).

Tüm bu tanımlara dayanarak genel bir tanım olarak küreselleşme, üretim faktörlerinin uluslararasılaşması, uluslar arasındaki coğrafi sınırların ortadan kalkması, teknolojinin etkisiyle uluslararası bilginin ve sermaye akışlarının hızlanması, demokrasi ve insan haklarının yaygınlaşması gibi, gelişmelerin etkisi altında kültürlerarası alışverişin gerçekleştiği dinamik bir süreçtir. Küreselleşmenin sonucu olarak kabul edilen sürdürülebilir ekonomik kalkınma, iyileşen yaşam standartları, teknolojik ve bilişsel ilerleme, ülkelerin küreselleşme sürecine kayıtsız kalmamasını ve hızlandırmasını temel alıyor. Bu da benzersiz bir dinamik yaratıyor (Çeken, Dalgın, & Karadağ, 2009).

Turizmde Küreselleşmenin Nedenleri

Son yıllarda yaşanan sorunlara rağmen turizmin günümüzün en çok tartışılan sosyo-ekonomik konusu olan “küreselleşmeyi” teşvik eden bir faaliyet olduğu giderek daha fazla kabul görmektedir. Sanayileşmiş ve ekonomik açıdan gelişmiş ülkelerden gelen turist ve turistler, sanayileşme, tarımsal makineleşme, modernleşme gibi olguların olmadığı yerlere rahatlıkla girebilmektedir. Aslında günümüz turizm olgusu ve modern turistler özellikle bu tür yerleri arıyor (Özgüç, 2017).

Turizm sektörünün küreselleşmesi, kıyıların turistler tarafından kullanımını arttırmakta, kıyı turizminin kitlelere ulaşmasını sağlamakta ve esasen yabancı ülkelere tamamen farklı turistik çekiciliklerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Öte yandan turizm adına sunulan hizmetler arazi kullanımına yeni bakış açıları getirmektedir. Turizmin etkisiyle kültürün yayılması, küresel ağların, uluslararası kuruluşların vb. mekanlar arasındaki farklılıkları ortadan kaldırır ve tüm yerlerin birbirine benzediği “mekânsal bütünleşmeye” yol açar (Emekli, İbrahimov, & Soykan, Turizmde Küreselleşmeye Coğrafi Yaklaşımlar ve Türkiye, 2006).

21.yüzyılda turizm endüstrisi dünyanın en büyük endüstrisi olmaya adaydır. Özellikle bölgesel bütünleşme hareketiyle pekişen küreselleşme olgusu, tüm sektörlerde olduğu gibi turizm sektörüne de yeni yaklaşımlar ve değişimler getirmiştir. Turizmde küreselleşme, ulusal sınırın giderek ortadan kalkması, uluslararası yatırımların artması, kültür arasındaki alışverişin artması gibi sonuçlar doğurmaktadır (Çeken & Ateşoğlu, 2008).

Küreselleşme süreciyle birlikte dünyada birçok değişim ve dönüşümler yaşanıyor. Bu bağlamda ülkeler arasındaki ilişkiler ve alışverişler giderek yoğunlaşmaktadır. Bu doğrultuda kültür, hukuk, eğitim, siyaset ve teknoloji alanlarında sınır ötesi alışveriş süreçleri daha da önem kazandı. Özellikle son zamanlarda küreselleşme kavramıyla birlikte teknoloji, iletişim, turizm, sermaye gibi kavramlar küresel ölçekte ifade edilmeye başlanmıştır. Bu anlamda turizm sektörü de diğer birçok sektör gibi küreselleşme süreciyle birlikte tüm dünyada hızlı bir gelişme göstermektedir (Çeken & Ateşoğlu, 2008)

Artan küreselleşme ve bölgeselleşme hareketi sonucunda milletler arasındaki coğrafi sınırlar ortadan kalkıyor, farklı kültüre sahip milletler birbirini tanıyor, farklı kültüre sahip milletler kaynaşılıyor, dünya çapında ortak dil kullanılıyor ve kültürel etkileşime giriyorlar. Tüm bunlar kültür turizm endüstrisinin gelişmesine yol açmıştır. Ayrıca teknolojik gelişmeler aynı zamanda ulaşım araçlarının hızını, konforunu, kapasitesini, maliyet faktörlerini artırdı, dünya seyahatini demokratikleştirdi, iletişim olanaklarını artırdı, güvenlik sorunlarını azalttı, uluslararası barışı teşvik etti, seyahat formalitelerini en aza indirdi. Küresel turizm ivme kazanmıştır (Çeken & Ateşoğlu, 2008)

Turizm ve coğrafya ilişkisinde küreselleşme söz konusu olduğunda coğrafi mekânlarda meydana gelebilecek her türlü değişim ve etkileşim akla gelmektedir. Aslında küreselleşme ve yerelleşme öncelikle coğrafyaya dayalı iki kavramdır. Küreselleşmeden anlaşılan “dünya ölçeği”, yerelleşmeden anlaşılan “yerel ölçek” tir (Emekli, İbrahimov, & Soykan, Turizmde Küreselleşmeye Coğrafi Yaklaşımlar ve Türkiye, 2006).

Küreselleşmenin ve küreselleşen turizmin etkilerinden biri, çoğu insanın yaşadığı çevreye, kendi evlerine veya yaşadığı şehrine olan bağlılığının zayıflamasıdır. Küreselleşmenin yerelden uzaklaşması, yerel topluluklar ve onların doğal yaşam alanları üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır. Turizmin küreselleşmesi, yerelden uzaklaşmaya ve destinasyonun kapasitesinin çok üzerinde turist kabulüne yol açarak, büyük ölçekli çevre kirliliğine ve biyolojik çeşitliliğin yok olmasına yol açarak hem turist memnuniyetsizliğine hem de yerel halkın memnuniyetsizliğine ve sosyal krizlere yol açmaktadır. Yerele dönüş, yerel halkın inançlarını, ilişkilerini ve faaliyetlerini değiştirmek ve benzer sonuçları önlemek ve hafifletmek için önemli bir etkidir (Kaya & Alptürker, 2023).

Turizmde Yerelleşmenin Nedenleri

Turizm faaliyetlerine katılan insanlar yaşamları boyunca doğal çevrede yaşamakta ve farklı coğrafi bölgelerde farklı kültürel ihtiyaçlarını geçici olarak karşılayabilmektedir. Turizm kaynaklarını oluşturan doğal varlıkların yanı sıra, geçmişten günümüze toplumların ürettiği çeşitli medeniyet ve sanat harikalarının da Dünya üzerinde ortaya çıkmasını ve yayılmasını sağlayan faktörler turizm, coğrafya ve kültürün birleşimidir. Dolayısıyla coğrafya, kültür ve turizm arasındaki ilişki çok eskilere dayanmaktadır (Emekli, 2006)

Günümüz dünyasının insanları, hem eski uygarlıkların ve kültürlerin izlerini sürüyor, hem de kendi bölgeleri dışındaki yerel bölgelerin kültürlerine ilgi duyuyor. Kültür turizminin gelişmesi, turizmin doğa şartlarına

bağlı kalmadan tüm yıla yayılması, turizme dinamizm kazandırılması, ülke kültürünün, geçmişinin ve yaşamının yerli ve yabancılara tanıtılması, korunması ve geleceğin korunması açısından önemli bir role sahiptir (Emekli, 2006)

Yerelleşme; yerel kültürün izlerini taşıyan, yöre insanının inanç, gelenek, görenek ve değer yargılarıyla şekillenmektedir (Akgöz, 2019).

Yerelleşmek kavramı, yerel topluluklara odaklanıyor ve onları güçlendiriyor, yerel dönüşüm fırsatlarını artırıyor ve turizmdeki güç dengesizliklerini ve eşitsizliklerini ele almak için önceliklendirmeyi yönlendiriyor. Zorluklarla dolu bir gelecekle karşı karşıya olduğumuz göz önüne alındığında yerelleşme çok önemli bir kavram gibi görünüyor (Kaya & Alptürker, 2023).

Günümüzde destinasyonların kendi turizmini geliştirebilmeleri için somut ve somut olmayan kültürel miras, tarihi eserler ve doğal çekicilikler gibi kendilerine özgü yerel kaynaklara odaklanmaları gerektiği açıkça ortaya çıkmaktadır (Maulet, 2006).

Yerel turizm sistemlerinin gelişiminde, turistik destinasyonlarının kapsayıcı bir şekilde değerlendirilmesi için; turizm paydaşlarının ortak bir proje yürüterek, iş geliştirmeleriyle mümkündür. Yerelleştirilmiş bir sistem kurmak için şunlar yapılmalıdır: Sistematik yerel turizm uygulamalarının teşvik edilmesi, projelerin mekânsal açıdan değerlendirilip, entegre edilmesi ve kapsayıcı, bütünsel bir bakış açısıyla hareket etmek gereklidir (Maulet, 2006).

“Yerel” kelimesi anlam itibarıyla “bir yerle ilgili” ve “yerel bağlılık veya belirli bir yer veya ülkeye olan bağlılık” olarak ifade edilmektedir. Yerel topluluk tanımıyla anlatılmak istenen; bir yere bağlı belirli insan gruplarının ötesinde, yerel dönüşümden bahsedilir. Bunun yerine, yerel toplulukları, orda yaşayan insanları, yerel ekosistemleri (sadece canlı hava, kara ve su manzaraları vb.) değil, daha geniş anlamda o bölgenin tüm gelecek nesillerini de içerir. Yerelin bu geniş temsilinden yararlanmak, turizm biçimlerinin yeniden canlandırılması için, olasılıkların önünü açıyor (Higgins-Desbiolles & Bigby, 2022).

Gastronomi ve Turizm İlişkisi

Toplumun yeme içme alışkanlıkları. Kültürel değerlerinden ve yaşam tarzından beslenir. Farklı kültürlerle sahip ya da farklı kültürlerden etkilenen toplumların yaşam tarzları, kültürel değerleri, sosyal koşulları ve mutfakları etkileşim içinde olmakta ve giderek zenginleşmektedir. Turizm, milletler arasındaki ekonomik, sosyal ve politik işbirliğinin önemli araçlarından biri olup, toplumların sosyal ve kültürel değerleri ile birbirlerini daha iyi tanımalarını sağlayan ekonomik bir faaliyettir. Gastronomi turizmi, başka bir yemek kültüründe yemeğin hazırlanması ve sunumunun yanı sıra yemek sistemleri ve yeme tarzlarını keşfetmeyi amaçlayan bir turizm şekli olarak tanımlanabilir. Dünya genelinde turizm gelirlerinin önemli bir kısmının gastronomi turizminden geldiği bilinmektedir (Kadam, Kazkondu, & Şallı, 2015).

Bir başka deyişle gastronomi, tat ve iştah gibi zevk amacıyla edindiğimiz tatlar doğrultusunda deneme yanılma, tarihi bilgi, kültür, gelenek, yetenek, çalışma ve özenin uyumlu birleşimidir. Yiyecek hazırlama, servis etme ve yeme sanatı ve bilimidir. Belirli bölge ve ülkelerin yemek gelenek ve göreneklerini kapsayan, lezzetli yemek ve yeme bilimi ve sanatıdır (Hatipoğlu, 2010).

Gastronomi sadece yeme-içme sanatı değil, yeme-içmeye ilişkin tüm unsurların bilim, sanat ve kültürle etkileşiminden oluşur. Bu yönüyle gastronomi çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Özellikle turistik destinasyonda turistlerin yerel mutfaka olan ilgisinin artması, restoran yönetimine yönelik araştırmaların artması ve ülkede beslenme alışkanlıkları ile gıda bilimi ve güvenliğinin önemi nedeniyle gastronomi ile turizm sıkı bir ilişki içindedir (Çalışkan, 2013).

Dünya çapında birçok destinasyonda gastronomi başlı başına bir turizm ürünü haline gelmiş, turizm ürününü tamamlayıcı ve destinasyonun imajını oluşturmada çok önemli bir rol oynamıştır (Kesici, 2012).

Gastronominin toplumdaki yeri düşünüldüğünde. Gastronomi ve gastronomi kültürünün gelişmesinde geleneksel tatların önemli bir yer tuttuğu söylenebilir. Yemek kültürünün yayılması çoğunlukla yüksek

gelirli, yüksek eğitimli gruplardan kaynaklanmaktadır. Alışılmadık yiyecekleri keşfetmek için sosyal bir aktivite olarak farklı ülkelere seyahat eden bu gruplardan "gastro turizm" ve "gastro turist" kavramları ortaya çıktı (Hatipoğlu, 2010).

Günümüzde yiyecek ve içecekler insanın temel fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamaktan çok daha fazlasını yapmaktadır. Prestijin, statünün, sosyal ilişkilerin ve turist deneyiminin önemli bir parçası haline gelmiştir. Turistlerin destinasyon tercihlerindeki temel motivasyonlardan biri olan gastronomi, destinasyon pazarlamasının önemli bir unsuru ve turistik çekicilik unsurudur. Bu bağlamda gastronomik destinasyonlar, önemli bir pazarlama aracı ve ürün çeşitlendirmesidir. Ayrıca, gastronomi turizminin yılın her mevsiminde uygulanması ve yerel ürünlerin kullanılması yoluyla özellikle kırsal alanlarda destinasyonların sürdürülebilirliğine ve gelişmesine katkı sağlayan önemli bir kaynaktır. Turistlere; bir destinasyondaki yerel ürünleri ve mutfağı, otantik, geleneksel ve doğal yiyecek ve içecekleri deneyimleme, bunların nasıl yapıldığını gözlemleme ve destinasyonun yemek kültürü hakkında bilgi edinme fırsatı sağlar (Sarı Gök, 2020).

Yerel mutfağın kimliğini ortaya çıkarma çabası yerel gastronomi için en büyük yeniliktir. Çünkü yerel mutfaklar da yerel kıyafetler gibi bir bölgenin tarihini, yaşam tarzını ve dünya görüşünü yansıtabiliyor. Yerel mutfak, uluslararası bir lezzetin oluşmasını sağlar. Yani kültürlerarası temasın insanları, uluslararası düzeyde zenginleştirdiği söylenebilir. Bu durum turistlerin seyahat motivasyonları açısından çekici bir faktör olabilmektedir (Çalışkan, 2013).

Kültürün en önemli unsurlarından biri yemektir ve gastronomik çeşitliliğin konusudur. Yerel ve bölgesel mutfak, bir bölgenin tanıtımına katkıda bulunan bir faktör olabilir. Son yıllarda "yaşamak için yemek"ten "yemek için yaşamak"a geçişle birlikte yemek anlayışı da değişti ve insanlar ev dışında yemek yemeye alıştı. Dolayısıyla yemeğin fizyolojik bir ihtiyaç değil, toplumsal amacı olan bir istek olduğunu söyleyebiliriz. Turizm hareketlerinin kırsal alanlarda gerçekleştirilmesi, buralarda tüketilen gastronomik ürünler birbirini tamamlayabilmektedir. Bazı turistler tarafından, yeni ve farklı yerel tatların tadına bakmak, bölgeye ilişkin farkındalığı arttırmakta ve turistlerin bölgeye ilişkin algısı ve deneyimi, bölge veya yörenin seçiminde önemli rol oynamaktadır (Deveci, Türkmen, & Avcıkurt, 2013).

Gastronomi turizmi günümüzde dünyada gelişen turizm türlerinden biridir. Ancak kırsal turizm son yıllarda en çok araştırılan ve üzerinde dikkatle çalışılan alanlardan biridir. Bu doğrultuda yapılan araştırmalar sonucunda yerel ürünler ön plana çıkarılabilir, görünürlüğü artırılabilir ve geliştirildiği bölgenin diğer ürünlerine göre daha ünlü hale gelebilir. Kültürel unsurlardan biri olan gastronomik çeşitlilik, turistlerin ilgisini çeken bir unsur olup, bölgenin mutfağının ve yeme alışkanlıklarının korunmasına ve geliştirilmesine olanak sağlamaktadır (Deveci, Türkmen, & Avcıkurt, 2013).

Bir destinasyonun gastronomik kimliği, farklılaşma noktaları yaratarak rekabet gücünü artırmak için kullanılabilir. Tamamen doğal ve yerel malzeme kullanılarak hazırlanıp servis edilen yöresel mutfak, turistlerin destinasyonu benzersiz algılamasına katkıda bulunuyor gastronomik kimliğinin benzersizliği, sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmenize olanak tanır. Bir destinasyonun gastronomik kimliğini etkileyen faktörü ve bu faktörlerin etkisini belirleyebilirsiniz. Ayrıca destinasyonun gastronomik ürününü, tüketicisini ve üreticisini koruyan uygulamasını da hayata geçirebilirsiniz (Çalışkan, 2013).

"Bacasız endüstri" olarak da bilinen turizm sektörü, ülke ekonomisine ve reklama önemli katkılar sağlamaktadır. Günümüzde endüstride artan rekabet koşulları ve değişen tüketici talep ve ihtiyaçları nedeniyle çeşitli alternatif turizm türleri ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda insanları kırsal alanlara getiren ve burada çeşitli aktivitelere katılmalarına olanak sağlayan alternatif turizm türlerinden biri olan "kırsal turizm" olgusu giderek önem kazanmaktadır (Torun, 2015).

Kırsal alanların turizme açılması ve nüfusun bir kısmının hem turizmde hem de tarımda istihdam edilmesi kalkınma politikalarının içinde yer alması gereken hedefler arasındadır. Kırsal turizm, insanların daimî ikametgâhları dışındaki kırsal alanları ziyaret etmesi, tarımsal üreticilerin doğal koşullar altında ürettikleri

mal ve hizmetleri talep ederek ve gittikleri yörede para arttırma isteklerini en aza indirerek, geçici olarak konaklaması sonucu ortaya çıkan bir dizi olay ve ilişki olarak anlaşılmaktadır (Kesici, 2012).

Gastronomide Küreselleşme ve Yerelleşme

Gastronomi sektörünün küreselleşmesi ve yerelleşmesi konusunu ele almadan önce yemeğin kişisel ve toplumsal yaşamdaki yerini değerlendirmek gerekmektedir (Taş Gürsoy, 2016).

Gastronomi turizmi, bir bölgenin gastronomi kültürünü tanıma, öğrenme, yeme ve tadına varma kavramına dayanmaktadır. Dolayısıyla herhangi bir destinasyonunun mutfak kimliğinin detaylarını belirlemeden gastronomisinden bahsedemeyiz. Çünkü bölgenin doğal yapısı, yaşam tarzı, ürünleri, ürün işleme teknikleri, yemekleri, ziyaretçilere sunulan yemek ve turizm deneyimleri gastronomi turizminin temelini oluşturmaktadır. Bu nedenle dünya çapındaki destinasyonlar kendi mutfak kimliklerini geliştirecek stratejiler geliştiriyor. Uluslararası turizm faaliyetine katılanları kendi destinasyonlarına çekebilmek için özgün-otantik gastronomik özelliklerini kullanmaktadırlar (Akgöz, 2019).

Gastronomi turizmi politikaları, gastronomik turistleri yerel gastronomi arayışına motive eden sosyal, kültürel, fiziksel, statü ve prestij motiflerinin belirlenmesiyle geliştirilebilir. Turistlerin yerel yemek kültürünü deneyimlemelerine yardımcı olmak için şarap tadımı ve organik yemek turları gibi etkinlikler düzenlemek. Yiyecek ve içeceğin turist deneyiminde önemli bir rol oynadığı destinasyonlar, varoluşçu ve deneyselci turistleri çekme fırsatları sunabilir. Destinasyonda yemek festivalleri gibi etkinlikler düzenlenerek, turistlerin deneyimi; destekleyici bir deneyimden, daha yüksek bir deneyime dönüştürülebilir (Çalışkan, 2013).

Yerel gastronomiyi keşfetmek, yeni ve farklı yiyecek ve içecek deneyimleri arayan turistler için önemlidir. Ancak turistlerin yerel gastronomiye yönelik tutumlarını etkileyebilecek pek çok faktörün bulunabileceği de unutulmamalıdır. Turistlerin destinasyona ilişkin algıları da, yemek deneyimine ilişkin değerlendirmelerini etkileyebilir. Bu bağlamda destinasyonda sunulacak hizmetin kalite düzeyi ile ilgili beklenti ve destinasyonun gastronomik kimliği önemli olabilmektedir. Hizmet durumlarında yolcular yemek sırasında servis çalışanlarıyla iletişim kurarak hizmet alırlar. Hizmeti sağlayan çalışanlar, kendisinden beklenen iş tanımını en iyi şekilde karşılayacaklardır. Böylece turistler de aldıkları hizmetten memnuniyet duyacaklardır. Özellikle paket tur kapsamında seyahat eden turistlerin, tur rehberlerinden yerel yiyecek ve içeceklerle ilişkin beklentileri de olabilmektedir. Rehberin yerel yemek kültürü hakkında bilgi vermesi, yerel mutfak önermesi ve yemeklerin uygun şekilde sunulmasını sağlayarak, turistlerin olumlu değerlendirmelerine olanak sağlayacaktır (Çalışkan, 2013).

Gastronominin Küreselleşmesi ve Yerelleşmesinde Turizmin Etkisi

Turizm, yerel özelliklerden beslenen küresel bir olgudur. Turizm sadece hareketlilik ve akışı değil, aynı zamanda belirli bir yere ait olmayı ve benzersiz olmayı da içerir. Turizm bu yönleriyle, yerelleşme ve küreselleşme dinamiklerini bir araya getirmektedir. Turizm kaynaklı küresel hareketlilik (kişilerin, malların, sermayenin, hizmetlerin, bilginin hareketliliği) giderek artmaktadır. Küreselleşmenin kültürel özellikleri, gastronomiye etki etmektedir. Turizmin coğrafi kapsamının ve hacminin büyümesi ile kitle turizmi ön plana çıkmaktadır. Küresel ölçekte hizmet veren turizm işletmeleri, yiyecek-içecek sunumlarındaki kaliteyi, farklı bölgelerde tutarlı bir şekilde sürdürebilmek için standartlaşmaya yönelmektedirler. Turizmin, gastronominin küreselleşmesi üzerindeki etkisi aynı zamanda, gastronomik çeşitliliğin, küresel olarak tanınması ve kabul edilmesi şeklinde de ortaya çıkabilmektedir (Taş Gürsoy, 2016).

Gastronomi ve turizmin yapısını şekillendiren küreselleşme ve yerelleşme süreçlerinin, görünüşte çelişkili görünse de aslında birbirini tamamlayan veya birbirini güçlendiren süreçler olduğu söylenebilir. Küreselleşmeyle birlikte insanların, ürünlerin ve fikirlerin dünya çapında hareket alanı genişledi ve giderek daha fazla insan dünya çapında farklı kültürlerin farkına varmakta ve bu kültürleri tanımak istemektedir. Diğer yandan yerel olan da küreselleşmektedir. Turizmin küreselleşmesi ve turist hareketlerinin artan ölçeği ve coğrafi kapsamının, kitle turizmi üzerinde etkileri vardır. Kitle turizmi, turistik hizmetlerin benzer paketler halinde sunulmasını içerirken, aynı zamanda yiyecek ve içecek sunumunda da tek tek tip

tipleşmeyi teşvik etmiştir. Bu, farklılaştırılmış turizm ürünlerinin tasarımı vurgulamaktadır. Örneğin gastronomi turizmi, turizmde farklı yemek kültürlerine olan ilgiyi yansıtmaktadır (Taş Gürsoy, 2016).

Gastronomi destinasyon seçiminde önemli bir faktördür. Destinasyona yeni turistlerin çekilmesini sağlayabilir. Yerel kültürü deneyimlemenin bir aracıdır. Turist deneyimine değer katar. Turist harcamalarını artırır. Konaklama süresi ve sezonu uzatır. Turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etmelerinde etkili faktörlerden biridir. Yerel tarım ve hayvancılık sektörünün gelişmesine katkı sağlar (Çalışkan, 2013).

YÖNTEM:

Bu çalışma literatür taraması olduğu için, ampirik gözlemlere dayanan deneysel bir çalışma yapılmamıştır. Ayrıca araştırma, literatür araştırma şeklinde kurgulandığı için, kişilerin; “turizm, küreselleşme, yerelleşme ve gastronomi” konuları üzerinde görüşlerini içeren bir anket çalışması planlanmamıştır.

“Küreselleşme ve Yerelleşme Ekseninde Gastronomi ve Turizmin Etkisi” konulu çalışmayı, kavramsal bir çerçeve içinde değerlendirmek için, aşağıdaki çalışmalar yapıldı:

1. Çalışmada kullanılacak veri toplama tekniği olarak; literatür taramasında dokümanların etkin incelenmesi, nitel araştırma metodu kullanılarak yapıldı.
2. Literatür taraması kapsamında akademik çalışmalardan; tezler, makaleler, kitaplar, bildiriler, bilimsel dergiler incelendi.
3. Sektör ile ilgili bilgiler; internet arama motorları, sektörel dergiler, yazılı basından yararlanıldı.
4. Genel tanımlamalarla başlanarak devamında kavramsal çerçeve oluşturulmuştur.
5. “Küreselleşme ve Yerelleşme” ekseninde “Gastronomi ve Turizm” konularının, birbirleriyle olan ilişkisi anlatılmıştır.

ARAŞTIRMANIN YAYGIN ETKİSİ VE SINIRLILIKLARI:

Turizm, küreselleşme ve yerelleşme ekseninde kendine yer bulan, bacasız bir endüstridir. Turizm destinasyonları içinde yer alan gastronomi turizminin tanıtılmasında, bulunduğu bölge ve ait olduğu yerel kültürler, yerinde ziyaret edilmelidir. Kaybolmaya yüz tutmuş yöresel yemeklerin yeniden ele alınması, ekolojik dengenin korunması, hem üreticileri-hem de tüketicileri desteklemek için, uygun fiyatların belirlenmesi gibi, birçok iyileştirme çalışmaları yapılmalıdır. Yerel mutfakların görülmesi, yerel halk ile iletişime geçilmesi, gastronomi turizminin gelişiminin amaçları arasında yer alır.

Bu çalışma literatür taraması olduğu için, ampirik gözlemlere dayanan deneysel bir çalışma yapılmamıştır. Ayrıca araştırma, literatür araştırma şeklinde kurgulandığı için, kişilerin; “turizm, küreselleşme, yerelleşme ve gastronomi” konuları üzerinde görüşlerini içeren bir anket çalışması planlanmamıştır. Çalışma, kaynak taraması üzerinden gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine literatür taraması yapıp, konu ile ilgili olarak , günümüze kadar yazılan makale, kitap, tezler üzerinden okumalar yapıldı. Kaynaklar üzerinden elde edilen bilgiler, harmanlanıp, birbirini destekler nitelikte, nitel bir çalışma sunuldu.

Araştırma konusu kapsamında ele alınan, gastronomi turizminin küresel ve yerel çapta çok önemli fırsatlar sunduğu belirlenmiştir. Ancak, süre kısıtlaması bakımından ulusal ve uluslararası mutfaklar ziyaret edilememiştir.

ARAŞTIRMANIN ÖZGÜN DEĞERİ:

“Küreselleşme”, turizm kapsamı içinde daha çok ön plana çıkmakla birlikte, içinde “Yerelleşme” kavramını da barındırmaktadır. Yerelleşme, küreselleşmenin dışında tutulamaz. Bu iki kavram, birbirini

tamamlar niteliktedir. Gastronomi turizmi ile birleşen yerelleşme, farklı kültürlerin dünyaya açılıp küreselleşmesinde ve tanıtılmasında, turizm sektöründe önemli yer bulmaktadır.

Gastronomi turizmi, gerek küresel gerek yerel anlamda farklı kültürlerin tanıtılması ve tanınması ile birlikte ürünlerin çeşitlenmesi; yöre halkının ekonomik olarak kalkınması ile destinasyon kimliğinin oluşturulup; tarihi ve kültürel mirasın korunması amacıyla dünyaya açılan bir penceredir. Küresel turizm faaliyetlerini sürdürülebilir kılmak için, yerel kaynaklara yer verilmesi gerekmektedir. Yerel ürünler turizm ürünü olarak kullanılmalıdır. Gastronomi turizmi çeşitliliğinin geliştirilmesiyle; yerel ürünlerin tanıtımı sağlanmış olacaktır. Böylece yerel ve yerinde yapılan üretim desteklenerek, bulunduğu coğrafyanın dışına çıkarak, küreselleşme sağlanacak ve turizm destinasyonları içinde yer alan gastronomi turizmini canlandırarak, ülke ekonomisinin gelişmesine katkı sunacaktır.

Bundan sonra, “turizm, küreselleşme, yerelleşme, gastronomi turizmi” konulu yapılacak bilimsel araştırmalarda kullanılmak üzere, yapılan bu çalışmanın kaynak olarak kullanılıp, literatüre katkı sunması amaçlanmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuç

"Bacasız endüstri" olarak da bilinen turizm sektörü, hızla gelişen bir sektördür ve her geçen gün büyümektedir. Küreselleşme sürecinde dünyada birçok değişim ve dönüşüm meydana gelmekte, küresel değerlere yerel değerler eklenmekte, yerel değerlere küresel değerler kazandırılmaktadır. Turizmde artan rekabet, koşulları beraberinde, alternatif turizm türlerini ortaya çıkarmıştır. Alternatif bir turizm çeşidi olan gastronomi ve gastronomik ürünler, yaşamın temel ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Küresel ve yerel olarak desteklenmelidir.

Öneriler

"Gastronomi Turizmi" farklı kültürlerin tanınması ve tanıtılması için dünyaya açılan bir penceredir. Küresel turizm faaliyetlerini sürdürülebilir kılmak için, yerel kaynaklara yer verilmesi gerekmektedir. Yerel ürünler turizm ürünü olarak kullanılmalıdır.

Gastronomi turizmi çeşitliliğinin geliştirilmesiyle; tarımsal ürünlerin çeşitlenmesi, yöre halkının ekonomik olarak kalkınması ile birlikte, destinasyon kimliği oluşturulup, tarihi ve kültürel mirasın korunması da sağlanmış olacaktır.

Yerel yemek kültürünün desteklenmesi için:

Bölgelerde gastronomi festivallerinin yapılması, kadın kooperatifi sayılarının artırılmasının teşvik edilmesi, okullarda yerli malı haftası etkinliklerinin devam ettirilmesi, kaybolmaya yüz tutmuş yöresel yemeklerin yeniden ele alınması, ekolojik dengenin korunması, hem üreticileri-hem de tüketicileri desteklemek için uygun fiyatların belirlenmesi gibi, birçok iyileştirme çalışmaları yapılmalıdır.

Turizm faaliyetlerinde; kamu-özel sektör, sivil toplum örgütleri arasında iş birliklerinin sağlanması,

Kırsal-tarım-gastronomi turizmlerini destekleyici politikaların geliştirilmesi,

Yenilikçi bir anlayış çerçevesinde hareket edip, küresel değişimlere ayak uydurabilecek stratejiler geliştirmek.

KAYNAKÇA

Akgönül, H., & Masca, M. (tarih yok). Gelişmekte Olan Ülkeler Açısından Küreselleşme. *K.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*, 2(2), s. 127-136.

Akgöz, E. (2019). Kürselleşme ve Yerelleşme Ekseninde Gastornomi ve Turizm İlişkisi. C. İnce, B. Makterimova, & A. Kaparova (Dü) içinde, *Kırgızistan'ın Gastronomi Turizmi ve Haritası* (s. 34-45). Bişkek: BYR Publishing House.

- Baydeniz, E., & Sandıkcı, M. (2024). The effect of affective food belonging and attitude on repurchase intention: Afyonkarahisar case. *International Journal of Tourism Policy*, 14(1), 19-36.
- Buluk, B., & Özkök, F. (2016, Mart - Nisan). Küreselleşme Hareketlerinin Turizm Endüstrisine Etkileri. *Akademik Bakış Dergisi Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*(54), s. 37-53.
- Cömert, M., & Özkaya, F. (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), s. 62-66.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), s. 39-51.
- Çeken, H., & Ateşoğlu, L. (2008). Küreselleşme Sürecinde Turizm Endüstrisinin Avrupa Birliği ve Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*(1), s. 136-151.
- Çeken, H., Dalgın, T., & Karadağ, L. (2009). Küreselleşme ve Uluslararası Turizm Arasındaki İlişki. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(22), s. 21-36.
- Deveci, B., Türkmen, S., & Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2), s. 29-34.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*(15), s. 51-59.
- Emekli, G., İbrahimov, A., & Soykan, F. (2006). Turizmde Kürselleşmeye Coğrafi Yaklaşımlar ve Türkiye. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15, s. 1-16.
- Gelekçi, C. (tarih yok). Küreselleşme - Yerelleşme İlişkisi. 5.3.2024 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/100931> adresinden alındı
- Geppert, M., Williams, K., & Matten, D. (2003). The Social Construction of Contextual Rationalities in MNCs: An Anglo-German Comparison of Subsidiary Choice. *Journal of Management Studies*, 40(3), s. 613-637. doi:<https://doi.org/10.1111/1467-6486.00354>
- Hatipoğlu, A. (2010). *İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri. Bodrum'daki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Belirlenmesine Yönelik Araştırma*. Sakarya: T.C. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Higgins-Desbiolles, F., & Bigby, B. C. (2022, Ocak). A Local Turn in Tourism Studies. *Annals of Tourism Research*, 92. doi:10.1016/j.annals.2021.103291
- Kadam, S., Kazkondur, İ., & Şallı, G. (2015). Yabancı Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüş ve Düşüncelerin Genel Değerlendirilmesi. 1. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu*, (s. 799-808).
- Kaya, M., & Alptürker, H. (2023). Yerel Kalkınma ve Turizmde Yerelleşme Sürecinde Turizm Taşıma Kapasitesinin Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları dergisi*, 5(2).
- Kaya, Ş. (2021, 6 30). Turizm Sosyolojisine İlişkin Yeni Gelişmeler. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), s. 151-161.
- Kesici. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), s. 33-37.
- Kılıçhan, R. (2016). *Türkiye'ye Gelen Ziyaretçilerin Gastronomik Akımlara Yönelik Gıda Tüketim Eğilimlerinin Değerlendirilmesi*. Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Maulet, G. (2006). A Framework to Identify a Localized Tourism System. *Tourism Local Systems and Networking* (s. 43-55). içinde Elsevier. doi:10.1016/B978-0-08-044938-8-50007-X
- Okur, F., & Çakıcı, A. B. (2007, 1). Küreselleşme Sürecinde Yerelleşme ve Yerel Demokrasi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, s. 1-12.
- Ökmen, M. K. (2010). Küreselleşme Çerçevesinde Yerelleşme ve Bölgeselleşme Eğilimleri. O. Tekir, & S. Öner (Dü) içinde, *Tartışılan Boyutlarıyla Küreselleşme* (s. Ankara). Gazi Kitabevi.
- Özgüç, N. (2017). *Turizm Coğrafyası Özellikler ve Bölgeler* (9 b.). İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Sarı Gök, H. (2020). Gastronomi Turizmi. F. A. Bilge, & A. Cabi (Dü) içinde, *Turizm Türlerine Profesyonel Yaklaşım* (s. 247-284). Konya: Sage Yayıncılık Reklam Matbaacılık.

- Taş Gürsoy, İ. (2016). Küreselleşme ve Yerelleşme Ekseninde Gastronomi ve Turizmin Etkisi. H. Kurgun, & D. Bağırın Özşeker (Dü) içinde, *Gastronomi ve Turizm (Kavramlar - Uygulamalar - Uluslararası Mutfaklar - Reçeteler)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Torun, C. (2015). *Elazığ İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma* (2015 b.). Balıkesir: T.C. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- TURSAB. (2019). *TÜRSAB Gastronomi Turizmi Raporu*. 5 2, 2024 tarihinde https://www.tursab.org.tr/e-dergi?pdf=apps/OldFiles//dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf adresinden alındı

MEASURING NUTRITIONAL KNOWLEDGE LEVELS OF GASTRONOMY AND CULINARY ARTS DEPARTMENT STUDENTS: THE CASE OF İZMİR KATİP CELEBİ UNIVERSITY

Emre DOĞAN

Master's Student, İzmir Kâtip Çelebi University, Institute of Social Sciences,
E-mail: emredogangastronomy@gmail.com, Orcid ID: 0009-0002-2576-806X

Perihan KENDİRCİ

Dr. Lecturer Member, İzmir Kâtip Çelebi University, Faculty of Tourism,
E-mail: perihan.kendirci@ikcu.edu.tr, Orcid ID: 0000-0003-2253-0064

Abstract

Since the emergence of the concept of gastronomy, the practice of cooking has undergone continuous development. With advancements in science and technology, gastronomy has become a scientific discipline, collaborating with various fields such as health and nutrition. In today's world, rapid access to information has enabled consumers to critically evaluate the food they consume, leading to an increased emphasis on the healthiness of their meals. This shift in expectations and complaints has revealed the necessity for chefs in restaurants to be well-equipped. The aim of the Gastronomy and Culinary Arts education offered at associate and bachelor's degree levels in universities is to prepare future chefs for their profession both practically and theoretically. In this study, questions were posed to students in the Gastronomy and Culinary Arts department at İzmir Kâtip Çelebi University to assess their level of nutritional knowledge. The questions were prepared using the Nutrition Knowledge Level Scale for Adults (YETBİD). The responses provided by the students were analyzed using the SPSS 26.0 Statistical Package Program, and the findings indicated that the students' nutritional knowledge levels were determined to be between moderate and good.

INTRODUCTION

Food is an important element that reflects the local culture of a society (Lin, Guia Julye and Cui, 2018). Local foods are defined as foods produced in a specific region or that have a unique identity to that region. Local foods of different ethnic groups in the world have contributed to the formation of their own unique nutritional culture and habits (Chang, Kivela, and Mak, 2010). Each society has many unique nutritional habits. These habits are affected by various factors such as geographical conditions, economic factors, and socio-cultural situations. As a result of these factors, interest in traditional foods, namely local dishes, is increasing (Arslan, 1994; Kocatepe and Tırlı, 2015; Kim and Choe, 2019).

Gastronomy is a branch of science that involves the detailed understanding, application, and development of all the characteristics of food and beverages starting from the historical evolution process in accordance with today's conditions (Aksoy and Sezgi, 2015). The main purpose of gastronomy is to ensure that people are protected with the best nutrition methods and to support them to enjoy life. In this context, gastronomy's fields of study include preparing edible foods in a hygienic environment, focusing on taste and visual aesthetics and making them ready to be served on the table (Şengül and Türkay, 2016). The constantly changing demands of consumers and the innovations developed by restaurants to meet these demands are progressing day by day and leading to the emergence of new gastronomic trends. When these gastronomic trends are examined, it is observed that eating and drinking behaviors are gradually becoming natural and consumers' desire for healthy nutrition is coming to the fore. This situation shows that food selection and consumption preferences have an important position (Yılmaz and Erden, 2017).

Gastronomic education began to become professional with the cooking schools opened in Europe in the 19th century and in America in the 20th century (Brown, 2013; Danaher, 2012; Hertzman, 2007). Over the

years, the demand for culinary education has increased, and courses have begun to be offered as associate and undergraduate degrees at universities. The program called Gastronomy and Culinary Arts at the undergraduate level aims to give education to students in many areas such as nutrition, hygiene, and cost analysis, in addition to cooking education.

In this study, the knowledge levels of students receiving Gastronomy and Culinary Arts at the undergraduate level were measured about nutrition and it was revealed in what way the education they received affected their nutritional knowledge levels.

LITERATURE REVIEW

Gastronomy is a difficult concept to define and explain. Although there is a general consensus on the meanings of gastronomic character of a country or region, gastronomic specialties and gastronomic tourism, the concept of gastronomy itself remains unclear (Santich, 2004). It is seen that gastronomy is not limited to food and beverages; it is related to various fields such as chemistry, sociology, medicine, anthropology, agriculture, economics and modern technologies (Akbaba and Kendirci, 2016; Gülen, 2017). Drawing on the fields of science and social sciences, gastronomy is one of the important elements that form culture (Gillespie and Cousins, 2001).

Nutrition has been defined in many different ways over the years. According to the definition made in the National Food and Nutrition Strategy Working Group Report (2001), nutrition refers to the consumption of food for the purposes of growth and development, sustaining life, protecting and improving health. Nutrition is not just about filling the stomach, suppressing hunger or satisfying momentary desires. The concept of ideal nutrition means "the highest level of healthy life and the lowest level of disease risk", in other words, the highest level of well-being is aimed (Tayfur et al., 2015).

A healthy life means that people can continue their lives happily for many years, away from serious and difficult-to-treat diseases, in a strong physical, emotional and spiritual state. Healthy living should be aimed by individuals. Eating habits are one of the most important factors that start form from an early age and affect the health of individuals (Kavas, 2003). Healthy nutrition is a form of nutrition that is important for human growth, development, protecting and improving health. It is also applied to reduce the risk of chronic diseases and helps people live productively for a long time (Köksal, 2001; Baysal, 1998).

Çakıcı and Yıldız (2015) examined the effect of health awareness on the healthy eating behaviors of restaurant customers and classified health awareness into two categories: positive and negative health awareness. Positive health awareness includes consumers' tendency to consume healthy food and question what they eat, while negative health awareness refers to consumers' failure to question whether food is healthy or not. Çakıcı and Yıldız's study concluded that consumers' health awareness is increasing. This result is also supported by the study conducted by Royne et al. (2014), where it was determined that health awareness plays an important role in consumers' perception of the benefits of products and their tendency to use useful products.

Gastronomy education is a discipline that requires aesthetic knowledge and skills, covering food science, food preparation, nutrition and cooking techniques (Horng and Lee, 2009). Three basic components are required to prepare a delicious, nutritious and healthy meal. First, sufficient and high-quality ingredients are needed. Then, a well-equipped kitchen is very important. Finally, kitchen staff with high professional knowledge and experience are also indispensable. These elements have complementary qualities (Görkem and Sevim, 2016).

METHODOLOGY

This study was conducted with the students from the Gastronomy and Culinary Arts Department of İzmir Kâtip Çelebi University. A valid and reliable scale is needed for the reliable measurement of nutritional knowledge (Venter, 2008). In studies conducted on nutrition in Turkey, various measurement tools (questionnaires, multiple choice tests, scales, etc.) are used to evaluate nutritional knowledge and eating

behaviors. These measurement tools are either developed by researchers as originals or adapted from previous studies. However, when surveys prepared for the same purpose are examined, it is observed that the question contents are different from each other. As a natural result of this situation, it is thought that integrity cannot be achieved among the studies (Özdoğan, 2013). For this reason, in order to obtain the most appropriate responses from the participants, it was determined that the YETBİD (Nutrition Knowledge Level for Adults) Scale was suitable for the study by utilizing literature.

The survey method, which is one of the quantitative research methods, was used in the study. Surveys are conducted to collect verbal or written information from individuals. The requested information may include various quantitative and qualitative data about individuals, their environment or institutions (Arkan, 2018). It is known that the survey method is widely used in academic research, business, politics, education and applied fields such as health. There is a large literature on the survey method worldwide. The rapid development of information technologies has made it possible to conduct large-scale surveys and mega-analyses (Bakır, 2013; Karadağ, 2010).

In the study, participants from every group from 1st to 4th grade were contacted, and a total of 105 people were reached. At least 25 participants were deemed appropriate for each grade group. 23 survey questions were asked to the participants using the existing 5-point Likert scale. The answer options were; 1 “strongly agree”, 2 “agree”, 3 “neither agree nor disagree”, 4 “disagree” and 5 “strongly disagree”. As a result of the feedback received from the participants, 2 questions were removed from the survey form due to not being clear enough, and the number of questions was reduced to 21. All of the survey questions were arranged to be multiple choice and sent to the participants via a form created online, and it was stated to the participants that their personal data would not be used. The first part of the survey included socio-demographic questions about the gender of the students and the grades they were studying. The rest of the survey asked questions aimed at measuring the participants' nutritional knowledge levels. The questions focused on the nutrients found in foods. The questions included topics related to carbohydrates, proteins, fats, vitamins, minerals, and salt. 44.8% of the participants were female (47 people), and 55.2% were male (58 people). The survey included a question on whether the students participating in the survey had received nutrition education in the past, other than the courses they took at university. Accordingly, 62.9% of the participants (66 people) stated that they had not received any nutrition education before.

The research was conducted in June, July, and August 2024. Due to the end of the 2023-2024 Academic Year Spring Semester in the institution where the research was conducted, it was not possible to reach the students with a written survey form. The data obtained as a result of the research was analyzed using the SPSS Statistical Package Program. ANOVA Test was used in the evaluation.

RESULTS AND DISCUSSION

Nutrition course is given to the first-grade student of the Gastronomy and Culinary Arts Department of İzmir Kâtip Çelebi University in the first semester. Since the research was conducted in the summer of 2024, it was assumed that all students participating in the research have received nutrition education.

105 students participated the survey. As a result of the distribution of the participants according to their grades, it was determined that there were 29 first-year students (13 female, 16 male), 25 second-year students (13 female, 12 male), 26 third-year students (9 female, 17 male), and 25 fourth-year students (12 female, 13 male).

21 questions were asked to the participants. 2 of them were demographic questions, and the remaining 19 were aimed at measuring the nutritional knowledge levels of the students.

A normality test was performed for each questions, and the skewness and kurtosis values of all statements were found to be in the range of -1.5 +1.5. According to Tabachnick and Fidell (2013), a value range of -1.5 +1.5 indicates that a statement is normally distributed. Since the data are normally distributed, parametric

tests were suitable for statistical evaluations. Thus, analysis of variance (ANOVA) and Tukey Post Hoc Test were used for statistical evaluations.

It was revealed that there was no significant difference between the classes in the 17 statements directed to the participants. ($p > 0.05$)

Only in statements number 11 and number 16, “Calcium mineral found in milk and dairy products is important for bone and dental health.” and “Red meat is effective in preventing dysmnesia because it contains vitamin B12” a difference emerged between the classes and the subject will be discussed in detail in the analysis of the relevant statement.

Table 1.:Percentage values of responses to statements between 1 and 19 on a 5-point likert scale

	Percentages (%)				
	1	2	3	4	5
Natural, freshly squeezed fruit juices do not contain sugar.	5.7	11.4	21.0	30.5	31.4
Carrots are a good source of vitamin A.	28.6	42.9	21.9	5.7	1.0
Vitamins and minerals provide energy.	21.9	31.4	21.9	18.1	6.7
Carbohydrates are the primary source of energy.	35.2	39.0	15.2	8.6	1.9
The nutritional value of frozen products is lower than fresh foods.	24.8	31.4	24.8	11.4	7.6
Fruits have high protein content.	7.6	13.3	30.5	28.6	20.0
Eggs and red meat are similar in terms of the amount of protein they contain.	11.4	37.1	29.5	15.2	6.7
Consuming olive oil increases cholesterol.	4.8	15.2	26.7	32.4	21.0
Dried bean salad has a high fiber content.	21.0	49.5	21.0	7.6	1.0
The fats found in processed meat products such as salami and sausages are harmful to health.	42.9	40.0	11.4	4.8	1.0
Calcium mineral found in milk and dairy products is important for bone and teeth health.	51.4	31.4	14.3	2.9	0.0
The best source of vitamin D, which is necessary to protect against osteoporosis, is the sun.	36.2	41.0	18.1	2.9	1.9
Vitamin E is a very effective vitamin for vision.	13.3	34.3	31.4	16.2	4.8
Consuming whole grain (brown) bread is beneficial for the nervous system due to the vitamins it contains.	17.1	41.0	37.1	3.8	1.0
Excessive consumption of salt does not affect blood pressure.	3.8	8.6	16.2	29.5	41.9
Red meat is effective in preventing forgetfulness because it contains vitamin B12.	27.6	39.0	25.7	5.7	1.9
Red and purple colored vegetables and fruits are protective against cancer.	14.3	34.3	38.1	12.4	1.0
Fish is higher in saturated fat than red meat.	10.5	28.6	38.1	19.0	3.8
Fats contain less energy than proteins and carbohydrates.	9.5	30.5	16.2	24.8	19.0

(1: strongly agree, 2: agree, 3: neither agree nor disagree, 4: disagree, 5: strongly disagree).

Statement 1: Natural, freshly squeezed fruit juices do not contain sugar.

Fructose is a natural sugar found in many fruits and is frequently consumed in Western diets. It has a sweeter taste when used in the same amount as glucose or sucrose and is generally preferred in sugary foods and drinks (Rizkalla, 2010).

Based on the information above, it has been seen that fruits contain natural sugar and that natural, freshly squeezed fruit juices produced from these fruits also contain sugar.

In response to the statement "Natural, freshly squeezed fruit juices do not contain sugar", students marked the option "strongly disagree" or "disagree" with a rate of 61.9%. According to the information obtained from the literature, the answers given by the students are mostly correct.

Statement 2: Carrots are a good source of vitamin A.

Vitamin A is necessary for vision, growth, reproduction, embryo development, blood production, immune system and tissue cell differentiation. It is found mostly in yellow and orange vegetables, dark green leafy vegetables and yellow and orange fruits (Samur, 2012).

According to the information given above, carrots are determined to be a source of vitamin A.

In the responses given to the statement "Carrots are a good source of vitamin A.", 71.5% of the students marked the option of "strongly agree" or "agree". In the light of the information obtained from the literature, it was observed that the students mostly answered the statement correctly.

Statement 3: Vitamins and minerals provide energy.

Although vitamins and minerals, known as micronutrients, do not provide energy directly, they play an important role in regulating many mechanisms related to energy production (Çom, 2012).

Based on the information given above, it has been seen that vitamins and minerals are not sources of energy.

In the responses given by the participants regarding the statement "Vitamins and minerals provide energy", it was seen that 53.3% of the participants marked the option of "strongly agree" or "agree", while 21.9% of the participants marked the option of "neither agree nor disagree". According to the information obtained from the literature, a difference emerged between the responses given by the participants and scientific information, and it was determined that approximately half of the participants had incomplete information on this statement.

Statement 4: Carbohydrates are the primary source of energy.

One of the nutrients that provide energy to the body is carbohydrates. 55-60% of the energy intake of an adult on a normal diet is provided by carbohydrates (Çınar et al., 2004).

In light of the information given above, it has been determined that carbohydrates are very important energy sources.

In the responses given to the statement, the participants answered 74.2% as strongly agree or agree. According to the information obtained based on the literature, it was seen that the majority of the students answered the proposition correctly.

Statement 5: The nutritional value of frozen products is lower than fresh foods.

Methods used to store foods for a long time include drying, pickling with salt, canning, increasing acid and sugar concentrations, and freezing. Among these methods, the least nutritional value loss during the process is seen in the freezing process. Nutritional value losses can be kept at approximately 1-3% levels in the freezing storage method (Karabağlı and Alpkent, 1998).

According to the information above, although the freezing process of foods seems healthier than other storage methods, it has been observed that the nutritional value of the products cannot be fully preserved.

56.2% of the students' responses to the statement "The nutritional value of frozen products is lower than fresh foods." were "strongly agree" or "agree", while 24.6% were "neither agree nor disagree". According to the information obtained from the literature, almost half of the students' responses were correct.

Statement 6: Fruits have high protein content.

Fruits are considered to be quite poor in terms of protein. The amount of protein in 100 grams of fruit varies between 0.2-2.6 (Yamankaradeniz, 1981).

According to the information above, it has been observed that the protein content of fruits is low.

As a result of the responses given to the statement "Fruits have high protein content", 48.6% of the students answered this statement as "strongly disagree" or "disagree", and 30.5% as "neither agree nor disagree". According to the information obtained from the literature, although the answers given by almost half of the students are correct, the number of students who are undecided is also quite high.

Statement 7: Eggs and red meat are similar in terms of the amount of protein they contain.

The basic building material of the cells that make up the body is protein. Proteins are formed by the combination of amino acids (Akşit, 1991). Protein is found in all animal and plant foods (Çakırcalı, 1998). Generally, the amino acids of animal proteins are suitable for the human body (Akşit, 1991).

Amino acids that cannot be synthesized in sufficient amounts by the body and must be taken with the diet are called essential amino acids. An adult needs eight essential amino acids: isoleucine, leucine, lysine, methionine, phenylalanine, threonine, tryptophan and valine. Histidine and arginine are also essential amino acids needed by growing children (Roday, 2007).

It has been observed that meat, chicken and fish, which are the foods containing the most protein, contain 15-22 grams of protein, while eggs contain 12-13 grams of protein (Ünsal, 2019).

Biological Value (BV) is a quantitative measure of the nutritional value of a protein food. A protein with a high BV retains more nitrogen than a protein with a low BV. Eggs have a BV of 100, while meat has a BV of 75 (Roday, 2007).

According to the information above, eggs and red meat are similar in terms of protein.

Participants who responded to the statement responded as 48.5% "strongly agree" or "agree". 29.5% of the students responded as "neither agree nor disagree". According to the information obtained from the literature, although the answers given by almost half of the students are correct, the number of students who stated that they were undecided in answering the statement is also quite high.

Statement 8: Consuming olive oil increases cholesterol.

Olive oil is a rich source of oleic acid, a monounsaturated fatty acid. Oleic acid reduces bad low-density cholesterol (LDL cholesterol), which causes atherosclerosis, while increasing the level of good high-density cholesterol (HDL cholesterol). In addition to its positive effects on cholesterol metabolism, it is also known to have a protective effect against negativities associated with aging (Demirci and Bölükbaşı, 2003; Çakmakçı and Kahyaoğlu, 2012; Kendirci 2024).

According to the information above, olive oil does not increase cholesterol, but it is also a very beneficial oil for health.

Among the responses given to the statement "Olive oil consumption increases cholesterol.", 53.4% of the participants responded as "strongly disagree" or "disagree." 26.7% of the students responded as "neither agree nor disagree." According to literature-based information, while the responses given by

approximately half of the students are correct, as seen in many statements, a significant portion of the students are undecided.

Statement 9: Dried bean salad has a high fiber content.

Studies examining the content of various components in beans have revealed that different types of beans contain significant amounts of dietary fiber. The total fiber content in processed bean varieties varies between 10.97% and 48.1% of the total weight of the bean (Kadouh and Zhou, 2012).

According to the information above, it is seen that dry beans contain significant amounts of fiber.

In the responses given to the statement "Dried bean salad has high fiber content", it was seen that 70.5% of the students answered the statement as "strongly agree" or "agree". According to the information obtained from the literature, dried bean salad has high fiber content and the answers given by the majority of the students are correct.

Statement 10: The fats found in processed meat products such as salami and sausages are harmful to health.

Animal fats are abundant in foods such as butter, cream, clotted cream, salami, sausage, sucuk, döner, kebab, lamb and mutton, and cheese. These fats are solid and difficult to digest because they consist of saturated fatty acids. They also contain high amounts of cholesterol. They are considered unhealthy because they are difficult to digest and rich in cholesterol, so their excessive consumption should be avoided. People with high cholesterol, cardiovascular diseases, or other risk factors should not consume foods containing animal fat (Alpman, 2005).

Increased cholesterol levels in the blood can also cause vascular occlusion. The most abundant sources of cholesterol are egg yolk, brain, kidney, tongue, heart, and animal fat (Akşit, 1991).

According to the information given above, animal fats in products such as salami and sausages are considered harmful because they are difficult to digest and have high cholesterol levels.

When the responses given to the statement were examined, it was seen that 82.9% of the students answered the statement as "strongly agree" or "agree". According to the information obtained from the literature, it was determined that a very large portion of the students answered the statement correctly.

Statement 11: Calcium mineral found in milk and dairy products is important for bone and teeth health.

Milk and dairy products are the best sources of calcium. The absorption of calcium found in these products is high. 99% of the calcium in the body is in the bones and teeth, and the remaining 1% is in body fluids and cells (Samur, 2012).

According to the information above, it has been determined that calcium mineral is found in high amounts in milk and dairy products and is very important for bone and dental health.

In the responses given to the statement "Calcium mineral found in milk and dairy products is important for bone and tooth health", it was observed that 82.8% of the students responded to the statement as "strongly agree" or "agree". According to the information obtained from the literature, the responses given by the majority of the students are correct. As a result of the Tukey analysis, it was determined that the majority of the first, second and third grade students responded to the statement as "agree", while the fourth-grade students were more indecisive in their responses to this statement and concentrated on the option of "neither agree nor disagree".

Statement 12: The best source of vitamin D, which is necessary to protect against osteoporosis, is the sun.

Vitamin D is a fat-soluble vitamin. Its main function is to control and regulate calcium metabolism. It supports the transport and settling of calcium into the bones. Vitamin D deficiency may occur in individuals who do not receive enough sunlight, in children in a rapid growth period, and in countries where sunlight is low (Samur, 2012).

In light of the information provided above, it has been concluded that sunlight is an important source of vitamin D intake and that vitamin D is beneficial to bone health.

"The best source of vitamin D, which is necessary to protect against osteoporosis, is the sun." 77.2% of the participants marked the options "strongly agree" or "agree". In light of the information obtained from the literature, the answers given by the majority of the students are consistent with the scientific information. In addition, as a result of the Tukey analysis, it was determined that the average answers of all classes found the statement correct (3rd grade 1.85, 4th grade 1.92, 2nd grade 1.96, 1st grade 2.00).

Statement 13: Vitamin E is a very effective vitamin for vision.

Vitamin A is a vitamin necessary for vision, growth, reproduction, embryo development, blood production, immune system and tissue cell differentiation (Samur, 2012).

Based on the information above, it was determined that the vitamin that is effective for the sense of vision is vitamin A, not vitamin E.

While 47.6% of the students responded to the information in the statement as "strongly agree" or "agree", 31.4% of the students responded to the statement as "neither agree nor disagree". According to the information obtained from the literature, the vitamin that is effective for the sense of sight is vitamin A. For this reason, the statement that almost half of the students evaluated as correct does not coincide with the scientific data.

Statement 14: Consuming whole grain (brown) bread is beneficial for the nervous system due to the vitamins it contains.

Whole grain wheat flour contains more fiber, vitamins and minerals than white flour. Whole grain bread is a rich source of B vitamins. Since the initiation of a program to fortify wheat flour with thiamine and niacin in 1938, it has been observed that the incidence of pellagra and beriberi has decreased, and with the addition of folic acid in 1998, the incidence of neural tube defects has decreased significantly (Adams, 2013). Beriberi occurs in thiamine (B1) deficiency and causes loss of appetite, weakness and nervous system disorders. Pellagra is caused by niacin (B3) deficiency.

Considering the above information, it has been revealed that whole grain wheat flour contains B vitamins and that nervous system disorders are also caused by B vitamin deficiency.

When the responses of the participants to the statement "Consuming whole grain (brown) bread is beneficial for the nervous system due to the vitamins it contains" were examined, it was determined that 58.1% of the participants responded to the statement as "strongly agree" or "agree", while 37.1% expressed their opinions as "neither agree nor disagree". As a result of the literature review, it was determined that the statement was correct. On the other hand, it was seen that the percentage of students who did not have information on this subject was quite high.

Statement 15: Excessive consumption of salt does not affect blood pressure.

Excessive salt consumption is one of the factors that leads to hypertension. High amounts of salt intake causes excess fluid accumulation in the body, putting extra strain on the heart (İlerigelen, 2002). It is known that hypertension is less common in societies where total calorie and salt consumption are low due to geographical characteristics (Bilir, 1992).

Based on the information given above, it is seen that excessive salt consumption causes hypertension.

When the students' responses to the statement "Excessive salt consumption does not affect blood pressure" were examined, it was determined that 71.4% of the students responded to the statement as "strongly disagree" or "disagree". As a result of the literature review, it was seen that the statement was not correct and that the majority of the students' knowledge level on the subject was consistent with scientific data. As a result of the Tukey analysis conducted by taking into account the responses given by the students, it was determined that the means of the students' responses were similar (1st grade 3.72, 2nd grade 4.00, 4th grade 4.08, 3rd grade 4.12).

Statement 16: Red meat is effective in preventing dysmnesia because it contains vitamin B12.

Vitamin B12 (VB12) is the name of a group of compounds called cobalamins. VB12 is found in animal foods, especially red meat, but is found in very small amounts in plant foods (Green and Miller, 2007). Vitamin B12 deficiency can cause hematological disorders, neurological disorders (forgetfulness), and psychiatric symptoms in the elderly (Carmel, 2008).

According to the information above, it has been observed that vitamin B12 is found in red meat and that its deficiency can cause dysmnesia.

When the participants' responses to the statement were examined, it was seen that 66.6% of the participants answered the statement as "strongly agree" or "agree", while 25.7% chose the option of "neither agree nor disagree". According to the literature, red meat contains vitamin B12 and is effective in preventing dysmnesia. Accordingly, the responses given by the majority of the participants coincide with the scientific data.

As a result of the Tukey analysis, when the averages of the responses given by the students who answered the statement are considered in classes, it was determined that 1st and 2nd grade students agreed with the statement at a high rate, while 3rd and 4th grade students agreed with the statement at a lower rate (2nd grade 1.96, 1st grade 2.00, 3rd grade 2.27, 4th grade 2.40).

Statement 17: Red and purple colored vegetables and fruits are protective against cancer.

Among the nutrients that can be effective in preventing cancer formation and stopping the progression of existing cancer are antioxidants, anthocyanins and phenolic compounds that reduce the effect of free radicals. In order for these elements to be included in our daily diet, it is important to consume foods containing these compounds. The use of foods containing red and purple pigments in particular as anticarcinogenic is supported by recent studies (Dyshlovoy and Honecker, 2020).

According to the information given above, it has been determined that foods containing red and purple pigments play a role in protecting against cancer.

When the responses of the students to the statement "Red and purple vegetables and fruits protect against cancer" were examined, it was determined that 48.6% of the participants answered the statement as "strongly agree" or "agree", while a large portion of 38.1% answered the statement as "neither agree nor disagree". According to the information obtained from the literature, it was determined that red and purple pigments have a protective effect against cancer, and the response given by approximately half of the students to the statement was correct.

Statement 18: Fish is higher in saturated fat than red meat.

Fish are classified as lean fish with less than 2% fat and oily fish with more than 5% fat (Pigott and Tucker, 1990). Fish rich in unsaturated fatty acids, especially those living in cold waters such as mackerel, tuna and salmon, contain large amounts of unsaturated fat. Saturated fatty acids are found in large amounts in animal-based foods such as red meat, chicken, butter, tail fat and whole milk, and in plant-based foods such as palm oil and coconut oil (Ayaz, 2012).

According to the information given above, it was determined that fish are richer in unsaturated fat and have much less saturated fat than red meat.

As a result of the responses given to the statement “Fish is richer in saturated fat than red meat”, 39.1% of the students answered “strongly agree” or “agree” to this statement, while 38.1% answered “neither agree nor disagree”. According to the information obtained from the literature, the answers given by the students are not correct, and the number of undecided students is also quite high.

Statement 19: Fats contain less energy than proteins and carbohydrates.

Carbohydrates, fats and proteins are defined as macronutrients and their main purpose is to provide energy to the body (Arıkan and Perçinci, 2021). While fats contain 9 kcal/g of energy, proteins and carbohydrates have 4 kcal/g of energy (Baysal, 2011).

According to the information given above, the energy content of fats is higher than proteins and carbohydrates.

In response to the statement "Fats contain less energy than proteins and carbohydrates", 43.8% of the students chose "strongly disagree" or "disagree" and 40% chose "strongly agree" or "agree". The percentages obtained show that there is a significant level of misinformation about the relevant statement. According to the information obtained from the literature, fats contain more energy than proteins and carbohydrates.

As a result of the analysis, it was determined that the first-year students agreed with the statement at a low rate, the second-year and fourth-year students were undecided, and the third-year students disagreed with the statement at a low rate.

CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

In this study conducted to measure the Nutrition Knowledge Levels of Gastronomy and Culinary Arts students currently studying at İzmir Katip Çelebi University in the 2023-2024 Academic Year, previously prepared survey forms were sent to 105 students. No personal information was requested from the participants and the students were asked to answer the questions objectively. The students' responses to the survey questions were evaluated with the SPSS 26.0 Statistical Package Program.

The subject contents of the statements directed to the participants were 2 questions on carbohydrates, 2 questions on proteins, 4 questions on fats, 1 question on fiber, 1 question on salt, and 9 questions on vitamins and minerals. When the answers given by the students were examined by considering these subject contents, it was determined that most of the students had correct information about many questions. The Nutrition Principles course is given in the 1st year at İzmir Kâtip Çelebi University. Considering this information, it was assumed that the nutrition knowledge levels of the first-year students were fresher than the other classes and the result supported this assumption. It was determined that the knowledge levels of the students about the information in “Statement 3, Statement 5, Statement 6, Statement 7, Statement 8, Statement 13, Statement 14, Statement 16, Statement 18” were insufficient and the percentage values of the students who marked the “neither agree nor disagree” option were high enough to be considered.

As a result, in the study titled Measuring the Nutrition Knowledge Levels of the Students Studying Gastronomy and Culinary Arts at İzmir Kâtip Çelebi University, it was seen that the students' nutrition knowledge levels were at a moderate and good level. Today, consumers' expectations towards restaurants and cooks/chefs have increased and consumers have started to question the food they eat. For this reason, a moderate or good level is not enough for a student studying Gastronomy and Culinary Arts at the undergraduate level.

The reasons for this situation, which seems insufficient, may include students using recipes written by others in their daily lives or at their workplaces, not questioning the foods and products they use, not

examining the labels of the products, and mostly obtaining ready-made products. In addition, it is thought that the biggest reason why students choose the Gastronomy and Culinary Arts department is their interest and curiosity in cooking delicious food. Although this situation seems like a logical reason when viewed superficially, the concept of gastronomy is not just about cooking delicious food. The gastronomy education provided at universities aims to transform students into competent people in the science of gastronomy by educating them in many different fields such as economics, business, mathematics, nutrition, food safety, statistics, marketing, and food science. This situation may change the expectations of some students to learn how to cook delicious food, which is the main factor in their preference for the department, positively or negatively. On the other hand, the fact that employees cannot use their own creativity in line with the demands and expectations of the businesses or do not have enough time to use their creativity and are forced to use standard recipes also prevents people from having detailed information about the contents of foods.

Considering the inferences made from the findings, it is necessary to conduct both in-school and out-of-school studies to increase the nutritional knowledge levels of students. It is foreseen that the nutrition education given at the university should be spread over years and the knowledge of the students should be kept fresh, students should be educated with conferences, events and activities that can be held, and students should read and examine to improve themselves. From the employers' perspective, it is important and recommended that they send their employees to courses and trainings, encourage or even oblige them to participate in certificate programs, and work with well-equipped individuals who keep up with the developing world, at least for the continuity of their own businesses. This research was prepared in order to provide ideas about nutrition education to universities that provide or will provide Gastronomy and Culinary Arts education and to be an example for researchers in the future regarding the research that can be conducted on nutritional knowledge levels in gastronomy education in different schools.

REFERENCES

- Adams, J. (2013). The State of Science Regarding Consumption of Refined and Enriched Grains. *Cereal Foods World*, 58(5), 264-268.
- Akbaba, A. ve Kendirci, P. (2016). *Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaretleme Ürünleri*. İçinde O. N. Özdoğan (Ed.), *Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler 2*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). *Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları*. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Akşit, M.A. (1991). *Beslenmeye Giriş*, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları No: 220, Eskişehir, 39-49.
- Alpman, A. (2024). Available at <https://ahmetalpman.com/> (accessed 25 Eylül 2024).
- Arıkan, R. (2018). Anket Yöntemi Üzerinde Bir Değerlendirme, *Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 97-159.
- Arıkan S, Bardak Perçinci N. Karbonhidratların Kronik Hastalıklarla İlişkisi ve Tıbbi Beslenme Tedavisindeki Rolü. *TSAD*. 2021;2(2):36-50.
- Arslan, P., Karaağaoğlu, N., Duyar, İ., ve Güleç, E. (1994). Yüksek Öğrenim Gençlerinin Beslenme Alışkanlıklarının Puanlandırma Yöntemi ile Değerlendirilmesi. *Bes. Diy. Der.*, 22(2), 195-208.
- Ayaz, A. (2012). *Yağlı Tohumların Beslenmemizdeki Yeri*, Ankara.
- Bakır, N. O. (2013). Pazarlama Alanında Yapılan Doktora Tezlerinin Kategorik Olarak Değerlendirilmesi (1994-2012), *Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 10(40), 1-13.
- Baysal, A. (1998). Sağlıklı Beslenme: Uzmanların Önerisi ve Tüketici Algılaması. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 27(2), 1-4.
- Baysal, A. (2004). *Beslenme*, 20. Bs., 2020. Ankara.
- Bilir, N. (1992). Hipertansiyonun Toplumsal Önemi ve Korunma. *Hipertansiyon Bülteni*, 2(4), 55-58.
- Brown, J. (2013). A Brief History of Culinary Arts Education in America. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 17(4), 47-54.

- Çakıcı, C. ve Yıldız, E. (2017). Restoran müşterilerinin sağlık bilincinin sağlıklı yeme davranışına etkisi. Nevşehir Hacı Bektaş Üniversitesi SBE Dergisi, 8(1), 1-22.
- Çakırcalı, E. (1998). Hemşirelikte Temel İlke ve Uygulamalar, II. Baskı, Ege Üniversitesi Matbaası, İzmir, 149-154.
- Çakmakçı, S. ve Kahyaoğlu. (2012). Yağ Asitlerinin Sağlık ve Beslenme Üzerine Etkilerine Genel Bir Bakış, Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi, 5(2), 133-137.
- Carmel, R. (2008). How I Treat cobalamin (vitamin B12) deficiency. Blood, 223, 2214-21.
- Chang, R. C. Y., Kivela, J., & Mak, A. H. N. (2010). Food Preferences of Chinese Tourists. Annals of Tourism Research, 37(4), 989-1011.
- Çınar, V., Bostancı, Ö., Şahan, H., & Aytaç, K. (2010). Karbonhidratlar ve Sporcularda Kullanımı. Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 6(2).
- Çom, S. (2012). Vitaminler, Mineraller ve Sağlığımız, Ankara.
- Danaher, P. (2012). An Investigation of the Current Course Content on the BA (Hons.) in Culinary Arts Hot Kitchen Modules in the Dublin Institute of Technology to Ascertain whether the Content is Adequate in Meeting the Needs of the Stakeholders. Masters Dissertation: Dublin Institute of Technology.
- Demirci, M., & Bölükbaşı, B. (2003). Akdeniz beslenme tarzında zeytinyağının önemi. Türkiye I. Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Sempozyumu Bildirileri, İzmir.
- Dyshlovoy, S. A., & Honecker, F. (2020). Marine Compounds and Cancer: Updates 2020. Mar Drugs, 18(12), 643.
- Gillespie, C., & Cousins, J. A. (2001). European Gastronomy into the 21st Century, Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Görkem, O., & Sevim, B. (2016). Gastronomi eğitiminde geç mi kalındı acele mi ediliyor? Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 15(58), 977-988.
- Green, R., & Miller, J. W. (2007). Vitamin B12. In: Zempleni J., Rucker R. B. (Eds.), Handbook of Vitamins, Fourth Edition, Boca Raton. Florida, Taylor and Francis.
- Gülen, M. (2017). Gastronomi Turizm Potansiyeli ve Geliştirilmesi Kapsamında Afyonkarahisar İlinin Değerlendirilmesi. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 1(1), 31-42.
- Hertzman, J. L. (2007). Identifying the Characteristics of and Quality Indicators for Associate Degree Culinary Programs: A Survey of Educators and Industry. Doctoral Dissertation: University of Nevada Las Vegas.
- Horng, J. S., & Lee, Y. C. (2009). What Environmental Factors Influence Creative Culinary Studies? International Journal of Contemporary Hospitality Management, 21(1), 100-117.
- İlerigelen, B. (2002). Yüksek Kan Basıncına Son. Sanofi-synthelabo, İstanbul.
- Kadouh, H., & Zhou, K. (2012). Nutraceuical Properties and Health Benefits, In: Cereals and Pulses. In: Yu, L., Shahidi, F., & Tsao, R. (Eds.), John Wiley and Sons, 188-189, Hoboken, NJ, USA.
- Karabağlı, A., & Alpken, N. (1998). Türkiye ve AB'de Dondurulmuş Gıda Sanayinin Durumu ve Dış Ticaretinde Gelişmeler. Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, No: 628, Ankara.
- Karadağ, E. (2010). Eğitim Bilimleri Doktora Tezlerinde Kullanılan Araştırma Modelleri: Nitelik Düzeyleri ve Analitik Hata Tipleri. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 16(1), 49-71.
- Kavas, A. (2003). Sağlıklı Yaşam İçin Doğru Beslenme. 3. Bs, İstanbul.
- Kendirci, P. (2024). Beslenme Yönüyle Zeytinyağı. Bir Medeniyet Ürünü Olarak Zeytinyağı (Ed. D. Küçükaltan, Ö. Sarıbaş, O.Diker). Nobel Yayıncılık, Ankara, 228 s, ISBN:978-625-393-543-6.
- Kim, S., & Choe, J. Y. (2019). Testing an Attribute-benefit-value-intention (ABVI) Model of Local Food Consumption as Perceived by Foreign Tourists. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 31(1), 123-140.
- Kocatepe, D., & Tırıl, A. (2015). Sağlıklı Beslenme ve Geleneksel Gıdalar, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 3(1), 55-63.
- Köksal, O. (2001). Gıda ve Beslenme, Erciyes Üniversitesi Yayınları. Ankara.

- Lin, J., Guia Julve, J., Xu, H., & Cui, Q. (2018). Food Habits and Tourist Food Consumption: An exploratory Study on Dining Behaviours of Chinese Outbound Tourists in Spain. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 10(1), 1-18.
- Piggott, G. M., & Tucker, B. W. (1990). *Seafood: Effects of Technology on Nutrition*, Marcel Dekker, Inc., New York, 221-228.
- Rizkalla, S. W. (2010). Health Implication of Fructose Consumption: A Review of Recent Data. *Nutrition & Metabolism*, 7, 82.
- Roday, S. (2007). *Food Science and Nutrition* (2nd ed.). (pp. 249-250). Oxford University Press Publishing.
- Samur, G. (2012). *Vitaminler, Mineraller ve Sağlığımız*, Ankara.
- Santich, B. (2004). Hospitality and Gastronomy: Natural Allies, In: Lashlety, C. (Ed.), *Hospitality A Social Lens*, Elsevier, pp. 47-59.
- Şengül, S., & Türkay, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special issue 1), 86-99.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.), Boston: Allyn and Bacon.
- Tayfur, M., Besler, H. T., Kızıltan, G., Akal Yıldız, E., Öztürk, B., Türker, P. F., et al. (2015). *Türkiye'ye Özgü Beslenme Rehberi*, Ankara.
- Ulusal Gıda ve Beslenme Stratejisi Çalışma Grubu Raporu (2001). *İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü*, Ankara, DTP yayınları.
- Ünsal, A. (2019). Beslenmenin Önemi ve Temel Besin Öğeleri. *Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(3), 1-10.
- Venter, I. (2008). Construction of a Valid and Reliable Test to Determine Knowledge on Dietary Fat of Higher-educated Young Adults. *South African Journal of Clinical Nutrition*, 21(3), 133-139.
- Yamankaradeniz, R. (2010). Beslenme ve Sağlık Yönünden Meyvelerin Önemi. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 12(1).
- Yılmaz, H., & Erden, G. (2017). Renklerin Çorbaların Tat Algısı Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(Special issue 2), 265-275.

MENÜ YÖNETİMİNDE SIFIR ATIK ÜZERİNE ANKARA'DA BİR ÖRNEK OLAY İNCELEMESİ

Naile DOĞAN

Gıda Y., Mühendisi Başkent University, Faculty of Fine Arts, Design and Architecture, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Ankara, Türkiye
nyurduseven@baskent.edu.tr, ORCID:0000-0001-6964- 5729 2

İlkay YILMAZ

Doç. Dr., Başkent University, Faculty of Fine Arts, Design and Architecture, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Ankara, Türkiye
ilkayyilmaz@baskent.edu.tr, ORCID:0000- 0001-5938-3112

ÖZET

Gıda endüstrisi tarafından her gün büyük miktarlarda gıda üretilmekte, işlenmekte, taşınmakta ve tüketilmektedir. Mevcut gıda sistemi dünyanın doğal kaynakları üzerinde baskı yaratmaya başlamıştır ve bu nedenle sürdürülebilir gıda üretim sistemlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Sıfır atık yönetimi sistemi uygulayarak gıda israfının önüne geçmek ve oluşabilecek atıklarında sınıflandırılarak doğru yöntemlerle değerlendirilmesi açısından önem taşımaktadır. Gıda israfı ve gıda kaybını önlemek için önce tespit etmek önemlidir. Bu araştırmada 'örnek olay incelemesi' modeli kullanılarak Ankara'da bir işletmede atıkların tartımı yapılmıştır. Veriler 01.01.2023 – 12.02.2023 tarihleri arasında 6 hafta süresince toplanmıştır ve bu süreçte oluşan kemik atıklarının, yeşillik atıklarının ve kızartmalık yağ atıklarının tartımı yapılarak kayıt altına alınmış ve sonuçlar değerlendirilmiştir. Elde edilen verilere göre üretim aşamasında en çok yenilebilir atık miktarı; sebzelerde (%10,06), yeşilliklerde (%21,29), şarküteri çeşitleri (%24,16) ve kızartmalık yağda (%5,57) olduğu, tüketim aşamasında ise en çok yenilebilir atık miktarı; yemek çeşitlerinde (%17,10), salatalarda (%2,25) ve ekmek çeşitleri (%1,21) olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışma ile atıkların oluşum sebepleri ortaya çıkartılmış, atıkların değerlendirilmesi için önlemler alınmış ve atık miktarlarının minime düşürülmesine yönelik bir çalışma potansiyel müşteri sayısı, menüde yer alan yemeklerin beğenilme beğenilmeme durumları da dikkate alınarak yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sıfır atık, sürdürülebilirlik, üretim planlama, menü yönetimi

ABSTRACT

The food industry produces, processes, transports, and consumes large amounts of food every day. The current food system has begun to put pressure on the world's natural resources, and therefore sustainable food production systems are needed. Implementing a zero-waste management system is important in preventing food waste and classifying any waste that may occur for proper evaluation. To prevent food waste and loss, it is important to first identify it. In this study, food waste was measured at a business in Ankara using the 'case study' model. Data was collected for 6 weeks between 01.01.2023 - 12.02.2023, and the weights of bone waste, vegetable waste, and frying oil waste etc. were recorded and evaluated. According to the data obtained, the highest amount of edible waste during the production stage is found in vegetables (10.06%), greens (21.29%), processed meats (24,16%), and fried foods (5.57%). During the consumption stage, the highest amount of edible waste is found in hot meals (17,10%), salads (2,25%), and breads (1.21%). This study has identified the causes of waste generation in this business, taken measures to evaluate waste, and aimed to minimize waste generation. The study was conducted with consideration of the potential customer base, as well as the popularity of menu items.

Keywords: Zero Waste, Sustainability, Production Planning, Food Waste, Menu Management

GİRİŞ

Geçmişten günümüze oluşan büyüyen ekonomi, kentleşme, hızlı nüfus artışı ve bunlarla birlikte değişen tüketim alışkanlıkları ile atık üretimi artmakta olup zorlukları da beraberinde getirmektedir. Tüketicinin artması ve doğal kaynakların kontrolsüzce tüketilerek azaltılması sebebiyle var olan kaynakların kontrollü tüketimi, atıkların değişim ve değerlendirilmesi için yeni yönetim sistemlerinin uygulanması zorunlu hale gelmektedir (Ömürbek, V., Erk, Ç. ve Herek, S., 2019). Yaşanan bu zorluklar sürdürülebilir atık yönetim sisteminin uygulanmasını gerekli kılmaktadır (Ulaşlı, 2018). Sürdürülebilir atık yönetim sistemi ile atıkların minime indirilmesi, değerlendirilmesi, ikincil ürüne dönüştürülmesi ve yok edilen miktarın azalması büyük ölçüde katkı sağlamaktadır (Mısır, A. ve Arıkan, O.A., 2022).

Atık yönetim sistemini geliştirmiş ülkeler etkin bir şekilde yönetirken gelişmekte olan ülkelerde sistem etkin olmadığı için sorun olmaya devam etmektedir. Türkiye’de çevre ile ilgili çalışmalar sonucu Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından Sıfır Atık Projesi yürütülmektedir (Ömürbek, V ve ark., 2019).

Atık yönetiminin yaklaşımı olan sıfır atık uygulaması her gün daha da etkin şekilde uygulanmaktadır (Er, 2012). Sıfır atık uygulaması 1980’li yılların başından itibaren önem kazanmıştır (Zaman, 2015).

Geçmişte ortaya çıkan atıkların sanayileşme öncesinde atıkların varlığı insanlar için endişe kaynağı olmamıştır. Endişe kaynağı olmamasındaki neden üretim ve tüketimin orantılı şekilde olmasıdır. Geçmiş tarihlerde yemek atıkları farklı yemeklere dönüşmekte, evcil hayvanları beslemekte, organik gübre gibi kullanımları, kemikleri sabun üretiminde kullanarak döngü oluşmuştur (Mauch, 2016).

2.KURAMSAL ÇERÇEVE

Gıda israfı,

“Üretim aşamasında yanlış teknikler sebebiyle alternatif kullanımının olmaması veya tüketilirken gıdaların israf edilmesi olarak tanımlanır. Herhangi bir gıdanın bozulma, çürüme veya israf nedeniyle kaybolmasını ifade eder. Dolayısıyla “atık” terimi hem gıda kaybını hem de gıda israfını kapsayan daha geniş bir kavramdır” (FAO, 2021).

Gıda Kaybı,

“Perakendeciler, yemek hizmeti sağlayıcıları ve tüketiciler hariç olmak üzere zincirdeki gıda tedarikçilerinin kararları ve eylemlerinden kaynaklanan gıda miktarında veya kalitesinde azalmadır” (FAO, 2019).

Gıda kaybı ve israfı “niteliksel” ve “niceliksel” olmak üzere iki şekilde sınıflandırılabilir. Niceliksel gıda kaybıyla birlikte atık, fiziksel gıda kaybı ve israfı olarak da anılır. Gıda tedarik zincirinden ayrılan, insan tüketimine yönelik gıda kütlesindeki fiziksel azalmayı ifade eder. Niteliksel gıda kaybı ve israfı, gıdanın kullanım amacı açısından kalitesinin azalmasını ifade eder. Kalite standartlarına uyulmaması, gıdanın besin değerinin (örneğin çürüyen meyvelerdeki C vitamini miktarının azalması) ve ekonomik değerinin azalması neden olur. Kalitenin azalması, güvensiz gıdaya neden olabilir ve tüketici sağlığı açısından risk oluşturabilir (FAO, 2019).

Menü planlama,

“bir yeme içme işletmesinin hangi yiyecek ve içecekleri üretip pazarlayacağını sağlamaya yönelik eylemleri içeren bir süreçtir”

İnsanların beslenme koşullarına uygun şekilde ürün tüketimi için fırsat sunan yemek hizmetleri menüleri hammadde teminini sağlamakta önemli bir aracı olarak kullanılmaktadır. Yemek hizmetleri, etkin menü planlaması ile insanlara sağlıklı ürün alternatifi sunabilmektedirler (Yılmaz, 2022).

Gıda Atıkları,

Tedarikçiler tarafından istenilmeyen ve tüketici tutumları ilgili olarak gıda üretim zincirinin perakende ve nihai tüketimi sonucu oluşan gıda kayıpları olarak tanımlanmaktadır (Çirişçioğlu ve Akoğlu, 2021).

Türkiye’de atık kelimesi ilk 1983 yılında ve 2872 sayılı Çevre kanunu’nda “ herhangi bir faaliyet sonucunda çevreye atılan ya da bırakılan zararlı maddeler” olarak ifade edilmiştir. Bunun dışında atık üretim proseslerinden, insanların tüketimleri sonucunda ortaya çıkan, tüketilmeyecek ve yok edilecek her türlü madde olarak da tanımlanabilir. Atık Yönetimi Yönetmeliği’nde Atık ise; “Üreticisi veya fiilen elinde bulunduran gerçek veya tüzel kişi tarafından çevreye atılan veya bırakılan ya da atılması zorunlu olan herhangi bir madde veya materyaller” olarak tanımlanmıştır (Ulaşlı,2018).

Atıkların üretim proseslerinde minimale indirmek, tüketilirken oluşan atık miktarını azaltmak için atıkların doğru yöntemlerle sürdürülebilir bir sistem oluşturulması gerekmektedir.

Sürdürülebilirlik sisteminin işlerliğinin sağlanacağı alanlardan biri katı atık yönetimidir. Gıda üretimi yapılırken ve tüketilirken oluşan atıkların değerlendirilmesi, dönüşümü veya atıkların yok edilmesi için oluşan döngü sürdürülebilir atık yönetim sisteminin oluşmasında ana kaynaktır. Çünkü atıkların ekonomik ve çevresel olarak birbirlerine dönüşümü ve değerlendirilmeleri ile sağlanan kazanımlar sürdürülebilirliğin önemli maddeleri arasındadır. Atık yönetimi ile sağlanan sürdürülebilirliği etkin olarak uygulandığı takdirde üretim maliyetlerinde kazanımlar sağlanacak olup sürdürülebilirlikle üretim kaynaklarının etkin ve doğru kullanımı sağlanacaktır (Akdoğan ve Güleç, 2007).

Dünya çapında en doğru kaynak kullanımı için atıkların yönteminde yol gösterici atık yönetim hiyerarşisidir. En çok kullanılan ve doğru olan önleme, azaltma, yeniden kullanım, dönüşüm, enerji geri kazanım ve bertaraf gibi atık yönetim uygulama sırası belirlenmektedir. Atık yönetimi hiyerarşisi Sıfır Atık’ın ilkeleri ışığında ortaya çıkmaktadır (Bilgin, 2020).



Şekil 1. Atık Hiyerarşisi (Mısır, A. Ve Arıkan, O. A., 2022)

Sıfır Atık terimi ilk kez, Kimyager Paul Palmer tarafından 1970 yılının ortalarında kullanılmıştır. Amerika’da sıfır atık sistemleri üzerine kurulan firma adında kullanılmıştır. Bu firma elektronik endüstrisinde oluşan atıkların tekrar kullanımını sağlayarak satışını yapmıştır. Tekrar kullanımla değerlendirilerek yarı fiyatla satış yapılması ile ekonomik kazanç sağlamışlardır (Er, 2012).

Sıfır atık terimi 2004’te Sıfır Atık Uluslararası Birliği (Zero Waste International Alliance) “Sıfır Atık; etik kurallara ve ekonomik yapıya uygun, verimli ve doğal yaşam döngüsünü değiştirmeye yönelik aynı zamanda değersiz malzemelerin diğer ürünler için kaynak olarak kullanılabilmesini sağlayacak şekilde olmasını istemektedir” şeklinde ifade edilmektedir (Bilgin, 2020).

Çevre, Şehircilik ve İklim Bakanlığı Sıfır atık yönetmeliğinde Sıfır Atık Yönetim Sistemi “Atık oluşumunun önlenmesinden başlayarak, atıkların azaltılması, kaynağında ayrı biriktirilmesi, geçici depolanması, ayrı toplanması, taşınması ve işlenmesi süreçlerinin hepsini içine alan, fayda ve maliyet unsurları göz önünde bulundurularak oluşturulan yönetim sistemi” olarak tanımlanmıştır (ÇSB, 2019).

Çevre ve Şehircilik Bakanlığı 2017 yılında atık yönetimi kapsamında sıfır atık projesi başlatmıştır. Bu başlatılan proje ile hammaddenin verimli kullanımı, atıkların azaltılması ve önlenmesi hedeflenmektedir. Proje ön uygulamaları yapılarak tahmini 2023 yılında ülke genelinde uygulanması planlanmaktadır (Ömürbek, V. ve ark., 2019).

1987 yılında yapılan uluslararası görüşmeler sonucu sürdürülebilirlik kavramını içeren ve önem veren Brundtland Raporu yayınlanmıştır. Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu, bu raporda var olan kaynakları boşa harcamadan nesilden nesile aktarılmasını sürdürülebilirlik olarak tanımlamıştır (Apak ve Gürbüz, 2022).

Sürdürülebilir gıda üretimi, üretim prosesinin tüm aşamasında atık yönetiminin tüm gerekliliklerini yerine getirilmesi ile sağlanır (Özkan, G. Subaşı, Kamiloğlu ve Çapanoğlu, 2022).

YÖNTEM

Bu araştırmada ‘örnek olay incelemesi’ modeli kullanılarak Ankara’da bir işletmede atıkların tartımı yapılmıştır. Veriler 01.01.2023 – 12.02.2023 tarihleri arasında 6 hafta süresince toplanmıştır. Gıda atık miktarları üretim prosesinde hazırlık aşaması ve tüketim sonrasında gıda atık miktarları olarak ayrıştırılarak incelenmiştir. Bu süreçte oluşan yemek atıklarının, ekmek atıklarının, kemik atıklarının, yeşillik atıklarının ve sıvı yağ (kızartmalık yağ) atıklarının hazırlık ve tüketim sonrasındaki tartımlar yapılarak kayıt altına alınmıştır.

BULGULAR

Bu araştırmada Ankara’da yer alan gıda işletmesinde üretim reçete sistemi ve prosesinin kayıt altına alındığı stok takip yazılım sistemi kullanılmaktadır. Bu sistemle gıda atıkları da dahil olmak üzere tüm üretim prosesi kayıt altına alınmaktadır. 01.01.2023- 12.02.2023 tarihleri arasında 6 haftalık süre içerisindeki verilerin analizi yapılmıştır. Üretim prosesinde hazırlık aşaması ve tüketim sonrası gıda atık miktarları olarak ayrıştırılmıştır.

Hazırlık aşamasında oluşan sebze grubunda atık miktarları Tablo.1’de belirtilmiştir. Günlük reçetede ki porsiyon miktarlarına göre belirlenmiş sebze miktarları işlem gördüğünde oluşan atık miktarları ayrı ayrı ürün bazında kayıt altına alınmıştır. Günlük hazırlık aşamasında sebze grubundan çıkan atık miktarı ortalama oranı % 10,06 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 1. Hazırlık Aşamasında Sebze Grubunda Fire Oranları

ÜRÜN ADI	ÜRETİME ÇIKIŞ (KG)	FİRE MİKTARI (KG)	YÜZDE ORANI (%)
Patlıcan	286,41	12,20	4,26
Kabak	642,16	12,3	1,91
Pırasa	351,48	26	7,4
Karnabahar	34,9	7	20,06
Balkabağı	62	11	11,02
Taze kereviz	55,35	25	45,17
Patates	2792	400	14,33
Havuç	1402,3	150	10,7
Beyaz lahana	509	30	5,89
Ispanak	465,15	25	5,37
Biber çarliston	458,59	3	0,65
Kapya biber	227,3	6	2,64
Domates	851,65	27,9	3,27
Salatalık	134,38	11	8,18

Tablo.2’ de üretime giren şarküteri grubunun kemik atık miktarı ve kuyruk yağı ve dana ciğerinin kullanılmayacak kısımlarının ayrıştırılması ile ortaya çıkan atık miktarları belirtilmiştir. Günlük şarküteri grubundan çıkan atık miktarı ortalama oranı %24,16 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 2. Hazırlık Aşamasında Şarküteri Grubunda Fire Oranları

ÜRÜN ADI	ÜRETİME ÇIKIŞ (KG)	FİRE MİKTARI (KG)	YÜZDE ORANI (%)
Dana Eti(Kemik Firesi)	1994,76	322,15	16
Kuyruk Yağı	14,725	2	13,58
Dana Ciğer	7,6	3,25	42,76

Yemek yapımında kullanılan sıvı yağlar kızartma işlemi tamamlandıktan sonra polarimetre ile ölçüm yapılmıştır. Tespit edilen polar madde miktarı sonucu ‘Kızartmada Kullanılmakta Olan Katı ve Sıvı Yağlar İçin Özel Hijyen Kuralları Yönetmeliği’ polar madde miktarı (≤ 25) ile kıyas yapılır. Çıkan sonuç ≤ 25 ten düşük ise tekrar kullanım yağ olarak süzülerek ayrılır. Eğer ölçüm değeri yönetmelikteki polar madde miktarından yüksek çıkarsa yağ, atık yağ olarak adlandırılır ve tartımı yapılır. Tablo.3’ te üretime çıkan sıvıyağın kullanım sonrasında oluşan kızartmalık atık yağ miktarı belirtilmiştir. Günlük sıvı yağ ortalama atık oranı %5,57 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3. Hazırlık Aşamasında Sıvı Yağ Fire Oranları

ÜRÜN ADI	ÜRETİME ÇIKIŞ (KG)	FİRE MİKTARI (KG)	YÜZDE ORANI (%)
Sıvı Yağ	2095,45	116,70	5,57

Tablo.4’te menülerde yer alan salata üretimi için kıvırcıkların atık miktarları belirtilmiştir. Hazırlık sırasında kıvırcıkların ezik, çürük, solmuş ve kullanılmayan kısımları atık olarak ayrıştırılarak tartımı yapıldıktan sonra kayıt altına alınır. Günlük yeşillik grubunda ortalama atık oranı %21,29 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 4. Hazırlık Aşamasında Yeşillik Grubunda Fire Oranları

ÜRÜN ADI	ÜRETİME ÇIKIŞ (KG)	FİRE MİKTARI (KG)	YÜZDE ORANI (%)
Kıvırcık	441,59	94	21,29

Üretim prosesinde hazırlık aşaması tamamlandıktan sonra hazır olan ürünler tüketiciye sunulmaktadır. Tüketim sonrasında tabakta kalan ya da tahmini porsiyon sayısından fazlalık olarak kalıpta değerlendirilemeyen miktar tüketim sonrası atık miktarları olarak kayıt altına alınmıştır. Yemek çeşitleri, salata geri dönenleri ve tüketilmeyen ekmek miktarları Tablo.5’ belirtilmiştir. Bu atık çeşitlerinin günlük ortalama oranları sırasıyla %17,10; %2,25 ve %1,21 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 5. Tüketim Sonrasında Atık Miktar Oranları

ÜRÜN ADI	PORSİYON MİKTARI(KG)	ATIK MİKTARI (KG)	YÜZDE ORANI (%)
Yemek Çeşitleri	8802	1505.4	17,10
Salata Çeşitleri	1104,2	24.85	2,25
Ekmek	3276,35 (kg)	39.73	1,21

SONUÇ VE ÖNERİLER

Gıda endüstrisinde günlük binlerce porsiyon yemek üretimi yapılmaktadır. Üretimde uygulanan proses doğrultusunda sıfır atık yönetimi koşulları sağlanarak gıda atıklarını önleyici ve azaltıcı tutum sergilenmiş olacaktır.

Hazırlık aşamasında kayıt altına alınan sebze grubunda atık ortalama oranı %10,06 olarak tespit edilmiştir. Bu oranın azaltılması için önlemler alınmalıdır. Bu önlemler öncelikle hammadde kalitesinin yüksek

olması gerekmektedir. Tahmini porsiyon sayısına göre malzeme alımı yapılmalıdır ki gereğinden fazla ürün depoya stoklanmamalıdır. Menü planlaması yapılırken ürünün işlemde kalan kısımlarının değerlendirilebileceği ürünleri uygun sürelerde sıralı olarak yazılmalıdır. Üretimde ürünü işlerken israf etmeyecek, işlem basamaklarını iyi bilen personeller çalıştırılmalıdır. Şarküteri grubunda ise atık oranı ortalama %24,16 olarak tespit edilmiştir. Karkas halinde gelen eti kemikten ayırmak için kalifiye, teknik bilgisi iyi olan kasaplarla çalışılmalıdır. Kuyruk yağı ve ciğer ön hazırlığında ürün işçiliğini iyi yapılarak atık oranı azaltılabilir. Hazırlık aşamasında yemek yapımında kullanılan sıvı yağ kızartma işlemi sonrasında polarimetre ile polar madde miktarı ölçümü sonucu yağın atık olup olmamasına karar verilerek günlük atık yağ ortalama oranı %5,57' dir. Bu atık yağ miktarının azaltılması için doğru menü planlama ile tekrar kullanım olarak ayrılan yağ atık olma durumunda olan kızartmalarda kullanılabilir. Eğer ürün prosesi uygunsa kızartma yerine az yağ ile fırınlama yöntemi kullanılabilir. Salata yapımı için kullanılan kıvrıcıkların kullanılmayacak kısımları atık miktarı günlük ortalama oranı %21,29 olarak tespit edilmiştir. Bu noktada porsiyon miktarına göre hammadde alımı gerçekleştirilerek ürünün depoda bozulması engellenmiş olunur ve atık oranı azaltılır.

Tüketim sonrası oluşan atık miktarlarının azaltılması için öncelikle işletme tarafından müşterilerin beğeni oranı yüksek yemek çeşitlerini menü planlamasına dahil edilmelidir. Planlanan menülere göre potansiyel müşteri sayısı öngörülerek porsiyon sayısı ayarlanmalıdır. Üretilen yemeklerin ön hazırlığı yapılırken soslama işlemi yapılmadan uygun soğutma işlemi yapılarak soğutulur, gerekirse dondurulur. Böylelikle atık olma ihtimali azaltılır. Geri dönen yemekler personel yemeği gibi farklı birimlerde tüketime sunulur, atık olması engellenerek değerlendirilmelidir.

Geri dönüşümü, değerlendirilmesi mümkün olmayan hazırlık aşamasında ve tüketim sonrasında çıkan atıkları çiftlik hayvanlarına gönderilerek yem olarak kullanılır. Atık yağlar Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı yönetmeliğine uygun şekilde toplanır.

Atık yağların yasal düzenlemesi dışında oluşan gıda atıkları için yasal düzenleme yoktur. Herhangi bir denetlemenin olmaması gıda atıkları azaltmak için alınacak tedbirleri kısıtlamaktadır.

Sürdürülebilir gıda yönetimi kapsamında gıda atıklarını azaltmak ve önlemek için yiyecek içecek işletmelerinde çalışanlar için atık yönetiminde farkındalığını içeren eğitimler verilmelidir.

Yiyecek içecek işletmelerinin gıda atıklarını azaltmak ve önlemek için faaliyetler yapmalarını ve bu faaliyetlerin denetimlerle kontrollerinin sağlanacağı yasal düzenlemeler oluşturulmalıdır.

Tüketim sonrasındaki gıda atıklarının azaltılması için müşterilerin atıklar konusunda bilgilendirilmeli, porsiyon kontrollerinin sağlanması için bilinçlendirilmeli ve dikkat çekici afiş gibi görsellerle dikkat çekerek algı oluşturulmalıdır.

KAYNAKLAR

- Akdoğan, A. ve Güleç, S. (2007). Sürdürülebilir Katı Atık Yönetimi Ve Belediyelerde Yöneticilerin Katı Atık Yönetimiyle İlgili Tutum Ve Düşüncelerinin Analizine Yönelik Bir Araştırma. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 25(1), s. 39-69.
- Apak, Ö. C. ve Gürbüz, A. (2022). Sürdürülebilir Restoran İşletmeciliği Uygulamaları Üzerine Bir İçerik Analizi. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 6(1), 194-209.
- Bilgin, R. (2020). "Niğde Belediyesi Binasında Sıfır Atık Uygulamaları". (Yüksek Lisans Tezi). Aksaray Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Aksaray.
- Çirişoğlu, E. ve Akoğlu, A. (2021). Restoranlarda Oluşan Gıda Atıkları ve Yönetimi: İstanbul İli Örneği. Akademik Gıda, 19(1), s. 38-48.
- Er, M. K. (2012). "Sıfır Atık Yönetimi ve Ofis Tipi Binalarda Uygulanması". (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- FAO, (2021). FAOSTAT: Food and agriculture data. <http://www.fao.org/faostat/en/#data> (Erişim Tarihi: 21.02.2024).

- FAO, (2019). Food and Agriculture Organization. Food waste: “Key facts on food loss and waste you should know!”. http://twosides.info/includes/files/upload/files/UK/Myths_and_Facts_2016_Sources/18-19/Key_facts_on_food_loss_and_waste_you_should_know-FAO_2016.pdf (Erişim Tarihi: 21.02.2024).
- Mauch, C. (2016). Introduction: The call for zero waste. Mauch, C. (Eds), *A Future Without Waste? Zero Waste in Theory and Practice* (pp. 5-12). Munich: Rachel Carson Center Perspectives.
- Mısır, A. ve Arıkan, O.A. (2022), Avrupa ve Türkiye’de Sıfır Atık Yönetimi ve Döngüsel Ekonomi. *Çevre, İklim ve Sürdürülebilirlik*, 1(1), s. 69–78.
- Ömürbek, V., Erk, Ç. ve Herek, S. (2019). Üniversitelerde Atık Yönetimi Uygulamaları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. (35), 124-161
- Özkan, G., Gultekin Subaşı, B., Kamiloglu, S. Ve Capanoglu, E. (2022). Sürdürülebilir Gıda ve Tarımsal Atık Yönetimi. *Çevre, İklim ve Sürdürülebilirlik*, 23(2), s. 145-160.
- Resmi Gazete (2012). Kızartmada Kullanılmakta Olan Katı Ve Sıvı Yağlar İçin Özel Hijyen Kuralları, Resmi Gazete Sayı: 28290, 12.05.2012, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı.
- Sıfır Atık Yönetmeliğı, (2019). Çevre, Şehircilik ve İklim Değışikliğı Bakanlığı.
- Ulaşlı, K., (2018). “ Geri Kazanılabilir Atıkların Yönetimi ve Sıfır Atık Projesi Uygulamaları: Kadıköy Belediyesi”. (Yüksek Lisans Tezi). Hasan Kalyoncu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Gaziantep.
- Yılmaz, İ. (2022). Menü Planlama Ve Özel Menüler Kitabı, Akademisyen Yayınevi, Ankara, s 116.
- Zaman, A.U. (2015). A Comprehensive Review of the Development of Zero Waste Management: Lessons Learned and Guidelines, *Journal of Cleaner Production* 91.

ROL ÇATIŞMASI VE ÖRGÜTSEL SINIZM İLİŞKİSİNDE SESSİZ İSTİFANIN ROLÜ: RESTORAN ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Ülker CAN

Doç. Dr., Batman Üniversitesi, Hasankeyf MYO
E-posta: ulker.can@batman.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8244-5190

Çinuçen OKAT

Doç. Dr., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm Fakültesi
E-posta: cinucenokat@yyu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1335-0216

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, rol çatışması, sessiz istifa ve örgütsel sinizmin duygusal, davranışsal ve bilişsel olmak üzere tüm boyutları arasındaki ilişkiyi araştırmaktır. Bu amaca uygun olarak araştırma evreni restoran çalışanları olarak belirlenmiş ve yargısal örneklem yöntemi ile 312 restoran çalışanından veriler elde edilmiştir. Araştırmada yer alan değişkenler arasındaki ilişkiler, SPSS 20.0 ve Process Makro eklentisi ve AMOS programından yararlanılarak, güvenirlik testi ile faktör ve regresyon analizlerine tabi tutulmuştur. Araştırma sonucuna göre, sessiz istifa davranışı üzerinde çalışanların yaşadığı rol çatışması önemli rol oynamaktadır. Sessiz istifa davranışı da örgütsel sinizmin duygusal, davranışsal ve bilişsel olmak üzere tüm boyutları üzerinde pozitif yönde etkiye sahiptir. İlgili örneklem üzerinde çalışanların yaşadığı rol çatışması, bilişsel sinizme doğrudan etki ederken, duygusal ve davranışsal sinizme doğrudan etki etmemektedir. Son olarak sessiz istifa davranışı, rol çatışması ve örgütsel sinizmin tüm boyutları arasında kurulan ilişkide aracı role sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Rol çatışması, sessiz istifa, örgütsel sinizm, restoran çalışanları

THE ROLE OF QUIET QUITTING IN THE RELATIONSHIP BETWEEN ROLE CONFLICT AND ORGANIZATIONAL CYNICISM: A RESEARCH ON RESTAURANT EMPLOYEES

ABSTRACT

The aim of this study is to investigate the relationship between role conflict, quiet quitting, and all dimensions of organizational cynicism—emotional, behavioral, and cognitive. In line with this purpose, the research population was determined as restaurant employees, and data were obtained from 312 restaurant employees using the judgmental sampling method. The relationships between the variables in the study were subjected to reliability tests, as well as factor and regression analyses, using SPSS 20.0, the Process Macro extension, and the AMOS program. According to the results of the research, the role conflict experienced by employees plays a significant role in quiet quitting behavior. Quiet quitting behavior also has a positive effect on all dimensions of organizational cynicism—emotional, behavioral, and cognitive. While the role conflict experienced by employees has a direct effect on cognitive cynicism, it does not have a direct effect on emotional and behavioral cynicism. Finally, quiet quitting behavior plays a mediating role in the relationship between role conflict and all dimensions of organizational cynicism.

Keywords: Role conflict, quiet quitting, organizational cynicism, restaurant employees

GİRİŞ:

Restoran işletmelerinin çeşitlenmesi, faaliyet alanlarının genişlemesi ve rekabetin artması nedeniyle işletmelerin belirledikleri hedeflere ulaşmaları için hayata geçirdikleri uygulamalar her geçen gün farklılaşmaktadır (Turhan, 2020). Bu çerçevede restoran işletmelerinin yapısı gereği emek yoğun olması başka bir ifade ile hizmetin üretiminin insana dayalı olarak yapılması, insan kaynağını ön plana çıkarmaktadır (Tarcan İçigen, 2016). Restoran çalışanlarının entelektüel, fiziksel ve duygusal emek sergilemeleri beklenmektedir. Dolayısıyla çalışanların kendilerinden beklenen iyi bir çalışma performansı ortaya koyabilmelerinde pek çok faktör etkilidir. Bununla birlikte çalışanları olumsuz etkileyebilecek bazı

durumların tespiti de değer ifade etmektedir. Bu bağlamda işyerinde çeşitli tarafların talep ve beklentilerinde tutarsızlık veya uyumsuzlukla karşılaşan ve kişisel standartlarını veya değerlerini ihlal eden iş görevlerini yerine getirmek zorunda kalan çalışanların yaşadıkları rol çatışması beraberinde pek çok olumsuz faktörün ortaya çıkmasına sebep olabilir. Buna karşılık çalışanlar kendilerinden beklenen iyi bir çalışma performansı ortaya koyamayabilir hatta iş yerine karşı olumsuz bir tutum içine girebilir. Yaşadığı rol çatışması nedeniyle sessiz istifa tutumu sergileyen çalışan işte kalmaya devam edebilir ancak performans düşüklüğü yaşayıp işe olan ilgisi azalabilir. Bu durum, iş yerindeki diğer çalışanlar üzerinde de olumsuz bir etki yaratabilir. Rol çatışması yaşayan ve sessiz istifa davranışında bulunan çalışan zamanla işletmeye karşı negatif tutum geliştirebilir ve iş yerinin dürüstlükten yoksun olduğuna dair inanç, negatif duygu ve bu inançlar ve duygularla tutarlı olarak, işletmeye yönelik aşağılayıcı ve eleştirel davranma eğilimi gösterebilir. Yazında örgütsel sinizmin nedenlerini araştıran çalışmaların varlığına rağmen, “rol çatışmasının” direkt olarak “örgütsel sinizm” kavramıyla incelenmiş olduğu ve “rol çatışmasının” “örgütsel sinizme” etkisinde “sessiz istifa”nın aracı rolünün sorgulandığı bir modele rastlanmamış olması çalışmanın önemini oluşturmaktadır.

Çalışmanın amacı, restoran çalışanlarının rol çatışması ile örgütsel sinizm algıları arasındaki ilişkide sessiz istifa davranışının aracı bir rol oynayıp oynamadığının ortaya konulmasıdır. Bu amaca ulaşmak için öncelikle literatür taraması yapılmış ve sonrasında araştırma modeli ve hipotezleri geliştirilmiştir. Bu çalışmanın, yoğun rekabet koşulları altında faaliyet gösteren restoran işletmelerine yol gösterici olma açısından değerli katkılar sağlayacağı öngörülmektedir.

LİTERATÜR

Rol Çatışması

Türk Dil Kurumu (TDK, 2024) rol kavramını “*bir işte bir kimse veya şeyin üstüne düşen görev*” şeklinde tanımlarken Köroğlu ve arkadaşları (2012) “*belirli bir konumda yer alan ya da belirli bir fonksiyonla görevlendirilen kişiden beklenen davranış*” olarak ifade etmişlerdir. Rol çatışması ise, bir örgütte veya işyerinde çalışanların rolünün gerekliliklerindeki uyum-uyumsuzluk boyutları açısından tanımlanır; burada uyum veya uyumsuzluk, rol performansını etkileyen bir dizi standart veya koşula göre değerlendirilir (Rizzo vd., 1970). Diğer bir ifade ile rol çatışması, çalışanlar içerisindeki çelişkili bir tutumu ve çalışanlar için psikolojik baskı yaratan organizasyon ve iş taleplerini yansıtmakla (Mbata, 2022) birlikte, genellikle çalışanların aynı anda iki veya daha fazla rol gönderiminden birine uyması ve diğerine uymasının güç olduğu durumlarda ortaya çıkmaktadır (Katz ve Kahn 1977). Bu çatışma, belirsiz veya birbiri ile çelişen rol mesajları nedeniyle ortaya çıkabilmekte ve özellikle sınırları aşan rollere sahip restoran işletmeleri gibi hizmet sektörü çalışanlarında rol belirsizliğine ve rol stresine yol açabilmektedir (O’Brien ve Cooper, 2022). Radwan (2013) tarafından, fast-food restoran çalışanları üzerinde gerçekleştirilen çalışmada, rol çatışmasının iş stresi üzerinde önemli bir etkisi olduğu ifade edilmiştir. Restoran çalışanları, özellikle ön hizmetlerde çalışan servis elemanları rol çatışmasını, işverenlerinin beklentileri ile müşterilerinin talepleri arasında bir uyumsuzluk sonucu ortaya çıkan stresli bir durumda, hem müşterilerinin hem işverenlerinin beklentilerini aynı anda karşılamak zorunda kaldıklarında yaşamaktadırlar (Hight ve Park, 2019).

Bir iş yerinde rol çatışmasının önüne geçilememesi ise çalışanların düşük iş tatminine, psikolojik strese, tükenmişlik yaşanmasına, iş performansının düşmesine, çalışanların yüksek devamsızlık göstermesine, işten ayrılma oranlarının ve isteğinin yüksekliğine neden olabilmektedir (Mbata, 2022). Rol çatışması ayrıca iş yerlerinde bazı çalışanların sessiz istifa davranışında bulunmasının nedeni de olabilmektedir (Gün, 2024). Prentice ve arkadaşlarının (2024) otel işletmelerinde ön hizmetlerde çalışanlar üzerinde yaptıkları çalışmada, rol çatışmasının çalışanların sessiz istifa davranışı göstermeleri üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Sessiz İstifa

Sessiz istifa kısaca çalışanların görevlerinin gerektirdiğinden daha fazlasını yapmaması, pasif kalması, geride durma davranışı olarak tanımlanmaktadır (Gürer vd., 2024) Sessiz istifa, çalışan ile işveren

arasındaki psikolojik sözleşmenin bozulması nedeniyle ortaya çıkma olasılığı yüksek olup (Karrani vd. 2023), özellikle iş yerinde mutlu olmayan çalışanlar sessiz istifa davranışı sergilemektedir (Yılmaz ve Akay, 2022). Turizm sektöründe ise düşük ücret politikası, uzun çalışma saatleri, yarı zamanlı işler ve düşük iş güvenliği gibi nedenler de çalışanlarda sessiz istifaya yol açabilmektedir (Prentice vd., 2013). Ayrıca, çalışanların sessiz istifa davranışı sergilemelerinin altında yatan nedenler olarak; işverenlerin çalışanlarına değer göstermedeki başarısızlıkları, kariyer gelişimlerine destek olmamaları, özerkliklerini sağlamamaları, iletişim kopukluğu ve çalışanların işyerlerine karşı hissettikleri güvenin azalması gösterilmektedir (Mahand ve Caldwell, 2023).

Sessiz istifanın önüne geçmek için işletmelerin insan sermayesine yatırım yapmaları ve çalışanlarının gelişimini ve memnuniyetini artırıcı inan kaynakları stratejileri geliştirmeleri gerekmektedir (Khan vd., 2022). Ayrıca maaşların iyileştirilmesi, çalışanların kendilerini değerli hissetmelerine olanak tanıyan bir çalışma ortamı oluşturulması, personel sayısının artırılarak iş yükünün hafifletilmesi ve başarıların takdir edilmesi işletmelerde sessiz istifanın yaşanmasının önüne geçilmesini sağlayacaktır (Özcan ve Ilıman, 2024). İşletmelerde sessiz istifaya neden olan faktörlerin ortadan kaldırılması ile birlikte, çalışanların memnuniyetleri artacak ve bu da doğal olarak işletmenin belirlemiş olduğu hedeflerine ulaşmasına katkı sağlayacaktır.

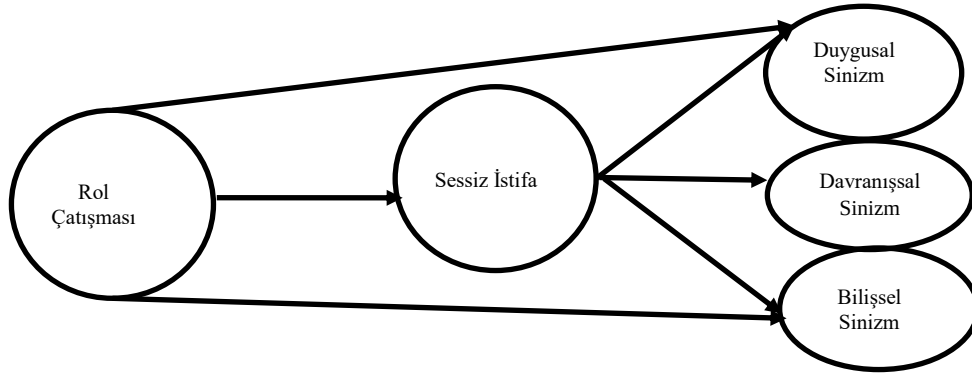
Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde sessiz istifanın potansiyel nedenlerinden biri olan kötü yönetim ve liderlik sorunlarını ele alarak bundan kazanç sağlayabilirler (Yu vd., 2020). Çünkü günümüzde sessiz istifa davranışı turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde özellikle COVID-19 pandemisi sonrası iş yerlerindeki köklü değişiklikler nedeniyle genç çalışanlarla daha çok karşılaşılmaktadır. Sessiz istifa sadece "kurallara uygun çalışma" ve "hak ettiği maaşı almak için çalışma" gibi yaklaşımlara benzese de aynı zamanda psikolojik boyutu da vardır ve örgütsel sinizm ile ilişkilidir (Hamouche vd., 2023).

Örgütsel Sinizm

Çalışanların çeşitli nedenlerden dolayı örgütlerine karşı sahip oldukları öfke, kızgınlık, hayal kırıklığı, ümitsizlik gibi negatif duygular sinizm olarak adlandırılmaktadır (Özler vd., 2010). Dean ve arkadaşları (1998) örgütsel sinizmi ise en kısa haliyle "*bireyin istihdam edildiği örgüte karşı olumsuz tutumu*" şeklinde tanımlamışlar ve 'bilişsel', 'duygusal' ve 'davranışsal' olmak üzere üç boyutta kavramlaştırmışlardır. Örgütsel sinizmin bilişsel boyutu, çalışanların örgütteki uygulamaların adalet, dürüstlük ve samimiyet ilkelerine uygun olmadığına dair geliştirdiği inançları kapsarken, duygusal boyutu, sinizmin sadece düşünsel bir kavram değil, aynı zamanda hissedilen bir durum olduğunu ortaya koyar. Sinizm, örgüte karşı güçlü duygusal tepkileri de barındırabilir. Bu olumsuz duygulara ise farklı örnekler verilebilir; sinik bireyler, örgütlerine karşı saygısızlık ve öfke hissedebilir. Son olarak davranışsal boyutu ise, örgüte karşı eleştirel ve aşağılayıcı davranışlar sergileme eğilimini ifade eder. Bu boyut, sinik bireylerin olumsuz tutumlarını davranışsal düzeyde göstermesi ve çoğunlukla örgütü kötüleme yönündeki eylemleri kapsar (Karacaoğlu ve Küçükköylü, 2015).

Günümüzde ise rekabetin gün geçtikçe arttığı ve müşteri memnuniyetinin önem kazandığı restoran işletmelerinde sinik bir tutum sergileyen çalışan, müşteri memnuniyetine olumsuz yönde etki edebilmekte ve işletmeye önemli derecede zarar verebilmektedir (Altınöz vd., 2011). Bu bağlamda araştırmanın amacı kapsamında yapılan literatür incelemesi sonucu, restoran çalışanlarında rol çatışması ve örgütsel sinizm ilişkisinde sessiz istifanın rolünü belirlemek bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Literatür taraması sonucu geliştirilen araştırma modeli ve ilgili hipotezler aşağıda verilmiştir.

Şekil 2: Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri



H₁: Rol çatışmasının sessiz istifa eğilimi üzerinde pozitif yönde etkisi vardır.

H_{2a}: Sessiz istifanın duygusal sinizm üzerinde pozitif yönde etkisi vardır.

H_{2b}: Sessiz istifanın davranışsal sinizm üzerinde pozitif yönde etkisi vardır.

H_{2c}: Sessiz istifanın bilişsel sinizm üzerinde pozitif yönde etkisi vardır.

H_{3a}: Rol çatışmasının duygusal sinizm üzerinde pozitif yönde etkisi vardır.

H_{3b}: Rol çatışmasının davranışsal sinizm üzerinde pozitif yönde etkisi vardır.

H_{3c}: Rol çatışmasının bilişsel sinizm üzerinde pozitif yönde etkisi vardır.

H_{4a}: Rol çatışmasının duygusal sinizm üzerindeki etkisinde sessiz istifa davranışının aracılık etkisi vardır.

H_{4b}: Rol çatışmasının davranışsal sinizm üzerindeki etkisinde sessiz istifa davranışının aracılık etkisi vardır.

H_{4c}: Rol çatışmasının bilişsel sinizm üzerindeki etkisinde sessiz istifa davranışının aracılık etkisi vardır.

YÖNTEM:

Araştırmanın evrenini Batman ilinde restoran sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin çalışanları oluşturmaktadır. Bu amaçla, Batman'da merkez ilçede faaliyet gösteren restoran işletme yöneticileri ile görüşülmüş ve çalışmaya katılmaya gönüllü 14 işletmenin çalışanlarından yargısal örnekleme yöntemi ile yaklaşık eşit oranda veri toplanmıştır. 312 kişiden yüz yüze anket yoluyla toplanan veriler Şubat 2024 ile Nisan 2024 tarihleri arasında elde edilmiştir. Araştırma hipotezlerini test etmek için kesitsel veriler üzerinde nicel bir metodoloji kullanılmıştır. Araştırmada, verilerin analizi SPSS 20.0 Process Makro Uygulaması ve AMOS 24.0 paket programları ile yapılmıştır. Çalışmanın bağımsız değişkeni olarak 8 ifadeli rol çatışması ölçeğini ölçmek için Rizzo vd. (1970) tarafından geliştirilen, Chen vd. (2011) tarafından uyarlanan ölçek kullanılmıştır. Çalışmanın bağımlı değişkeni olarak modellenen 3 boyutlu 13 ifadeli (duygusal, davranışsal, bilişsel) örgütsel sinizm ölçeğini ölçmek için ise Brandes vd. (1999) tarafından geliştirilen Karacaoğlu ve İnce (2012) tarafından uyarlanan ölçek kullanılmıştır. Çalışmanın aracı değişkeni olan sessiz istifa ölçeği ise Karrani vd., (2023)'ten uyarlanmıştır. Katılımcılar, ifadelerin uygunluğunu 5'li Likert ölçeğinde düzenlenmiş skala üzerinden değerlendirmiştir. Ölçek maddeleri 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum seçenekleriyle verilmiştir. Araştırma iki aşamalı yaklaşıma göre tasarlanmıştır (Anderson ve Gerbing, 1988). İki aşamalı bir araştırma tasarımı, tüm model katsayılarının anlamlılığının test edilmesine olanak tanır ve yapısal uygunluktan önce ölçüm modelinin uygunluğunu kontrol eder. İlk olarak, geliştirilen araştırma modelinde normallik, çoklu bağlantı ve ortak yöntem yanlılığı kontrol edilmiş ve modelin uyum iyiliği değerlerine bakılmıştır. Daha sonra modelin ayırt edici ve yakınsak geçerliliği doğrulanmıştır, bununla birlikte bütünlük güvenirlik değerlendirmeleri ile iç tutarlılık ortaya konulmuştur. Daha sonra

hipotez sonuçlarını belirlemek için araştırma modeli process makro uygulaması kullanılarak analiz edilmiştir.

BULGULAR

Katılımcılara İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Yapılan analiz sonuçlarına göre, örneklem grubunun 246'sı erkek (%78,8) ve 66'sı kadın (%21,2) şeklindedir. Medeni durumları açısından 197 katılımcı bekâr (%63,1) ve 115 katılımcı ise evlidir (36,9). Yaş durumuna göre 157 katılımcı 18-29 (%50,3) ve 94 katılımcı ise 30-39 yaş aralığındadır. Örneklem grubunun büyük çoğunluğu (113) önlisans eğitime sahiptir (%36,2). Mevcut iş yerinde çalışma süreleri ise büyük çoğunluğunun (118) 1-3 yıl arasında değişmektedir (%37,8).

Güvenilirlik ve Geçerlilik

Çalışmada kullanılan tüm ölçeklerin Cronbach alfa değerleri 0,766 ile 0,923 arasında değişmekte olup, ölçeklerin iyi güvenilirlikleri Tablo 1'de gösterilmektedir (Nunnally ve Bernstein, 1994). Tüm çalışma yapılarının ortalamaları ve standart sapmaları da raporlanmıştır. (Tablo 1). Regresyon analizi sonuçlarının geçerliliğini ve güvenilirliğini sağlamak için ön koşul olarak, verilerin normal dağılım göstermesi gerekmektedir. Bu çalışmada Normallik testi Skewness (Çarpıklık) ve Kurtosis (Basıklık) değerleri incelenerek gerçekleştirilmiştir. Elde edilen değerler +1,5 ve -1,5 aralığında tespit edildiğinden verilerin normal dağılıma sahip olduğu ortaya konulmuştur (Tablo 1) (Tabashnick vd., 2013).

Modelde çoklu bağlantı sorunun olup olmadığı, SPSS'deki tolerans ve varyans enflasyon faktörü (VIF) değeri kontrol edilerek doğrulanmıştır. Yapılan analizler doğrultusunda Tolerans değerlerinin >0,2 ve her bir yapının VIF değerinin <2 olduğu tespit edilmiş, böylece çalışmada çoklu bağlantı sorununun bulunmadığı ortaya konmuştur (Gürbüz ve Şahin, 2016; Smith vd., 2020). Çalışmada ortak yöntem yanlılığı (OYY) tespit etmek amacıyla Harman'ın tek faktör testi yapılmıştır. Bu yöntem OYY analizinde en yaygın kullanılan tekniklerden biridir (Song ve Kim, 2022; Yadav ve Dhar, 2022). Tek bir faktördeki toplam varyansın %50 eşiğinin altında bulunması OYY'nin ciddi olmadığını değerlendirebileceğini göstermektedir (Gui-Feng vd., 2009).

Ölçüm modeli uyum iyiliği değerleri ($\chi^2/df = 1.959$ ($p < 0,000$), Normlaştırılmış Uyum İndeksi (NFI)= 0,885, İyilik Uyum İndeksi (GFI)=0,865, Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI)= 0,940, Artırmalı Uyum İndeksi (IFI)= 0,940, Düzeltilmiş İyilik Uyum İndeksi (AGFI)=0,837 Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA)= 0,056) modelin kabul edilebilir uyum iyiliğine sahip olduğunu göstermektedir (Hair vd., 2006).

Tablo 1: Tanımlayıcı İstatistikler, Güvenilirlik, Normallik

	Cronbach alpha (α)	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
Rol Çatışması	0,919	4.12	0.80	-1.015	0.617
Sessiz İstifa	0,923	4.26	0.73	-1.300	1.364
Duygusal Sinizm	0,766	4.19	0.66	-,762	0.344
Davranışsal Sinizm	0,857	3.98	0.88	-1,128	1.059
Bilişsel Sinizm	0,808	3.91	0.82	-,647	-,407

Regresyon analizinden önce, faktörlerin geçerliliği yakınsak ve ayırt edici geçerlilik ile ortaya konmuştur. İç tutarlılık güvenilirliği olarak da bilinen bütünlük güvenilirliğinin $CR \geq 0,70$ değerini aşması, ortalama açıklanan varyans (AVE) değerinin ise 0,50'nin üzerinde olması gerekmektedir (Fornell ve Larcker, 1981; Hair vd., 2014). Tablo 2'de gösterildiği gibi, tüm CR ve AVE değerleri önerilen eşiği aşmaktadır.

Tablo 2. Geçerlilik ve Güvenilirlik

Ölçekler ve İfadeler	Faktör Yüğü	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Rol Çatışması (RÇ)				
Birbirinden farklı şekillerde yapılması gereken işleri yapmak zorunda kalıyorum	0,776	0.564	0.911	0,919
Bireysel olarak üstesinden gelemeyeceğim iş yüküne sahibim	0,676			
Ne kadar yetkiye sahip olduğumu bilmiyorum	0,811			
Birbirinden farklı işlevleri olan iki ya da daha çok faaliyet alanında çalışıyorum	0,823			
İki ya da daha fazla kişiden farklı emirler alabiliyorum	0,717			
Bir kişi tarafından kabul görürken, diğerleri tarafından kabul görmeyecek işler yaptığım oluyor	0,738			
Görevi yerine getirmek için yeterli kaynak ve malzeme olmadan bir görev alıyorum	0,685			
Gereksiz işlerle uğraşıyorum	0,772			
Sessiz İstifa (Sİ)				
Yalnızca benden bekleneni yapıyorum, fazlasını yapmıyorum	0,757	0.598	0.922	0,923
İşimi tamamlarım ama ekstra çaba veya zaman harcamam	0,721			
Ek sorumluluklar için gönüllü değilim	0,824			
Süreçleri veya prosedürleri iyileştirmek için yeni fikir veya öneri sunmuyorum	0,749			
İşyerinde inisiyatif almaktan veya liderlik rollerinden kaçınıyorum	0,775			
Yalnızca gerektiğinde iletişim kurarım	0,771			
İş arkadaşlarımla veya amirimle işle ilgili konuşmalara aktif olarak katılmıyorum	0,797			
Aktif olarak geri bildirim aramıyorum veya becerilerimi geliştirmeye çalışmıyorum	0,788			
Duygusal Sinizm (DUS)				
Çalıştığım işletmeyi düşündükçe gerilim yaşıyorum.	0,748	0.526	0.816	0,766
Çalıştığım işletmeyi düşündükçe hiddetlenirim.	0,689			
Çalıştığım işletmeyi düşündükçe sinirlenirim	0,741			
Çalıştığım işletmeyi düşündükçe içimi bir endişe kaplar.	0,723			
Davranışsal Sinizm (DAS)				
Başkalarıyla, çalıştığım işletmedeki işlerin nasıl yürütüldüğü hakkında konuşurum.	0,753	0,610	0,861	0,857
Başkalarıyla, çalıştığım işletmedeki uygulamaları ve politikaları eleştiririm.	0,839			
Çalıştığım işletmeden ve çalışanlarından bahsedildiğinde, birlikte çalıştığım kişilerle anlamlı bir şekilde bakışırız.	0,842			
Çalıştığım işletme dışındaki arkadaşlarıma, işte olup bitenler konusunda yakınırım.	0,681			
Bilişsel Sinizm (BİS)				
Çalıştığım işletmenin politika, amaç ve uygulamaları arasında çok az ortak yön vardır	0,641			

Çalıştığım işletmede, bir uygulamanın yapılacağı söyleniyorsa, bunun gerçekleşip gerçekleşmeyeceği konusunda kuşku duyarım.	0,798	0,509	0,837	0,808
Çalıştığım işletmede, söylenenler ile yapılanların farklı olduğuna inanıyorum.	0,684			
Çalıştığım işletmede, çalışanlardan bir şey yapmaları beklenir, ancak başka bir davranış ödüllendirilir	0,739			
Çalıştığım işletmede, yapılacağı söylenen şeyler ile gerçekleştirenler arasında çok az benzerlik görüyorum.	0,698			

Ayrıca Tablo 3'te gösterildiği gibi, AVE karekökü değerlerinin ilgili değişkenlerin korelasyon değerlerinden yüksek olması ölçüm modelinin ayırt edici geçerliliğini doğrulamaktadır (Fornell ve Larcker, 1981; Hair vd., 2014).

Tablo 3. Ayrışma Geçerliliği

Yapı	RÇ	Sİ	DUS	DAS	BİS
RÇ	0,750				
Sİ	0,664	0,773			
DUS	0,120	0,180	0,725		
DAS	0,421	0,625	0,015	0,781	
BİS	0,602	0,489	0,013	0,480	0,713

RÇ: Rol Çatışması **Sİ:** Sessiz İstifa, **DUS:** Duygusal Sinizm, **DAS:** Davranışsal Sinizm, **BİS:** Bilişsel Sinizm

Hipotez Testleri

Araştırma hipotezlerini test etmek için Hayes (2017) tarafından SPSS'e eklenti olarak geliştirilen "Process Macro" yazılımı kullanılmıştır. Bu yöntem uygulama kolaylığının yanı sıra güçlü istatistiksel sonuçlar vermesi bakımından tercih edilmektedir. Bu yöntemde uygulanan yeniden örnekleme yaklaşımında, Tip 1 hata oranları öngörülenden daha düşük olarak değerlendirildiğinden daha doğru güven aralıkları sağlayabilen bir yöntem olarak kabul edilmektedir (Sürücü vd., 2023). Process Macro yönteminde bootstrap tekniği ile 5000 yeniden örneklem seçeneği tercih edilmiştir. Regresyon sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

Doğrudan Etki Analizleri

"Rol çatışmasının sessiz istifa eğilimi üzerinde pozitif yönde etkisi vardır" olarak belirlenen çalışmanın birinci hipotezini analiz etmek üzere elde edilen bulgular Tablo 4'te gösterilmiştir. Buna göre rol çatışmasının sessiz istifa eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi ($\beta = 0.602$, %95 CI [0.526, 0.677], $p < 0,000$) olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda çalışanların rol çatışması algısı arttıkça sessiz istifa eğilimlerinin de arttığı söylenebilir. Elde edilen söz konusu bulgular ışığında araştırmanın birinci hipotezi (H1) desteklenmiştir.

"Sessiz istifanın duygusal sinizm üzerinde pozitif yönde etkisi vardır" olarak belirlenen çalışmanın H2a hipotezi analizi sonucu elde edilen bulgular ($\beta = 0.162$, %95 CI [0.029, 0.295], $p < 0,017$) pozitif yönde ve anlamlıdır. Bu kapsamda çalışanların sessiz istifa davranışı arttıkça duygusal sinizm eğilimlerinin de arttığı söylenebilir. Elde edilen söz konusu bulgular ışığında ilgili hipotez (H2a) desteklenmiştir. (Tablo4)

"Sessiz istifanın davranışsal sinizm üzerinde pozitif yönde etkisi vardır" olarak belirlenen çalışmanın H2b hipotezi analizi sonucu elde edilen bulgular ($\beta = 0.743$, %95 CI [0.603, 0.884], $p < 0,000$) pozitif yönde ve anlamlıdır. Bu kapsamda çalışanların sessiz istifa davranışı arttıkça davranışsal sinizm eğilimlerinin de arttığı söylenebilir. Elde edilen söz konusu bulgular ışığında ilgili hipotez (H2b) desteklenmiştir. (Tablo4)

“Sessiz istifanın bilişsel sinizm üzerinde pozitif yönde etkisi vardır” olarak belirlenen çalışmanın H2c hipotezi analizi sonucu elde edilen bulgular ($\beta = 0.180$, %95 CI [0.046, 0.314], $p < 0,008$) pozitif yönde ve anlamlıdır. Bu kapsamda çalışanların sessiz istifa davranışı arttıkça bilişsel sinizm eğilimlerinin de arttığı söylenebilir. Elde edilen söz konusu bulgular ışığında ilgili hipotez (H2c) desteklenmiştir. (Tablo4)

“Rol çatışmasının duygusal sinizm üzerinde pozitif yönde etkisi vardır” olarak belirlenen çalışmanın H3a hipotezi analizi sonucu elde edilen bulgular (%95 CI [-0.012, 0.121], $p > 0,000$) anlamsız sonuçlanmıştır. Elde edilen söz konusu bulgular ışığında ilgili hipotez (H3a) reddedilmiştir. (Tablo4)

“Rol çatışmasının davranışsal sinizm üzerinde pozitif yönde etkisi vardır” olarak belirlenen çalışmanın H3b hipotezi analizi sonucu elde edilen bulgular (%95 CI [-0.116, 0.138], $p > 0,000$) anlamsız sonuçlanmıştır. Elde edilen söz konusu bulgular ışığında ilgili hipotez (H3b) reddedilmiştir. (Tablo4)

“Rol çatışmasının bilişsel sinizm üzerinde pozitif yönde etkisi vardır” olarak belirlenen çalışmanın H3c hipotezi analizi sonucu elde edilen bulgular ($\beta = 0.509$, %95 CI [0.388, 0.631], $p < 0,000$) pozitif yönde ve anlamlıdır. Bu kapsamda çalışanların rol çatışması arttıkça bilişsel sinizm eğilimlerinin de arttığı söylenebilir. Elde edilen söz konusu bulgular ışığında ilgili hipotez (H3c) desteklenmiştir. (Tablo4)

Tablo 4: Doğrudan Etki Analizleri

Model Özeti	β	S.H.	t	p	LLCI	ULCI	Sonuç
RÇ → Sİ	0,6021	.0385	15.6323	.0000	0.5262	0.6779	H1 Desteklendi
Sİ → DUS	0,1623	.0677	2.3996	.0170	0.0292	0.2955	H2a Desteklendi
Sİ → DAS	0,7436	.0714	10.4081	.0000	0.6030	0.8842	H2b Desteklendi
Sİ → BİS	0.1808	.0681	2.6538	.0084	0.0468	0.3149	H2c Desteklendi
RÇ → DUS	-	-	-	.9946	-0.1203	0.1211	H3a Red
RÇ → DAS	-	-	-	.8637	-0.1164	0.1386	H3b Red
RÇ → BİS	0.5099	.0618	8.2515	.0000	0.3883	0.6315	H3c Desteklendi

Not: S.H.: Standart Hata; LLCI: %95 güven aralığında alt sınır; ULCI: %95 güven aralığında üst sınır

Sessiz İstifanın Aracılık Etkisi

Aracılık analizinde araştırılacak ilk konu, bağımsız değişkenin (X) denklemdeki bağımlı değişken (Y) üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olup olmadığıdır (Baron ve Kenny, 1986). Fakat, aracılık kurmak için X'in Y üzerinde anlamlı bir etkisi (yol c) olması gerekmez. Ancak bu durumda, doğrudan etki denklemde anlamlı değilse (yol c), yalnızca dolaylı aracılığa bakılabilir (Zhao vd., 2010). Bu nedenle, Bootstrap tekniği ile rol çatışmasının örgütsel sinizmin duygusal, davranışsal ve bilişsel boyutlarına etkisinde sessiz istifanın aracılık etki analizi için Hayes (2017)'in önerdiği Model 4 kapsamında Process Makro uygulaması kullanılmıştır. Yapılan analiz sonucu elde edilen sonuçlar Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5: Sessiz İstifanın Aracılık Etkisi

Model Özeti	Dolaylı Etki	BootSE	LLCI	ULCI	Sonuç
RÇ → Sİ → DUS	0.0978	0.0406	0.0187	0.1794	H4a Desteklendi
RÇ → Sİ → DAS	0.4478	0.0578	0.3360	0.5620	H4b Desteklendi
RÇ → Sİ → BİS	0,1089	0.0448	0.0263	0.2018	H4c Desteklendi.

Rol çatışmasının duygusal sinizm üzerindeki etkisinde sessiz istifa davranışının aracı rolünün olup olmadığına dair karar, direk ve dolaylı etkinin sonuçlarına göre verilmiştir. Buna göre doğrudan etkinin anlamsız olması, dolaylı etkinin $\beta = 0.0978$ (Indirect effect) olması ve güven aralığının sıfırı (0) kapsamaması (BootLLCI=0.0187, BootULCI=0.1794), rol çatışmasının duygusal sinizm üzerindeki etkisinde sessiz istifa davranışının tam aracı rolü olduğunu göstermektedir. Preacher ve Kelley (2011), aracı değişkenin etki büyüklüğü konusunda; tam standardize etki değerinin 0.25'e yakın olması durumunda *yüksek etki*, 0.9'a yakın olması durumunda *orta etki* ve 0.1'e yakın olması durumunda ise

düşük etki olduğunu belirtmektedir. Buna göre tespit edilen aracılık etkisi *düşük etki* değerine yakındır ($R^2=0.1192$). Bu bulgular ışığında “Rol çatışmasının duygusal sinizm üzerindeki etkisinde sessiz istifa davranışının aracılık etkisi vardır” olarak belirlenen H4a hipotezi desteklenmiştir.

Dolaylı etkinin $\beta=0.4478$ (Indirect effect) olması ve güven aralığının sıfırı (0) kapsamaması (BootLLCI=0.3360, BootULCI=0.5620) ve doğrudan etkinin anlamsız olması, rol çatışmasının davranışsal sinizm üzerindeki etkisinde sessiz istifa davranışının tam aracı rolü olduğunu göstermektedir. Aracılık etkisi orta etki değerine yakındır ($R^2=0.4104$). Bu bulgular ışığında “Rol çatışmasının davranışsal sinizm üzerindeki etkisinde sessiz istifa davranışının aracılık etkisi vardır” olarak belirlenen H4b hipotezi desteklenmiştir.

Çalışmanın son hipotezi olan rol çatışmasının bilişsel sinizm üzerindeki etkisinde sessiz istifa davranışının aracılık etkisine bakıldığında; a x b ve c yolunun anlamlı olması, a x b x c'nin pozitif değer vermesi yani dolaylı etki ve doğrudan etkinin her ikisinin de anlamlı ve katsayılarının çarpımının pozitif olması tamamlayıcı (kısmi) aracılığa işaret etmektedir. Dolaylı etkinin $\beta=0.1089$ (Indirect effect) olması ve güven aralığının sıfırı (0) kapsamaması (BootLLCI=0.0263, BootULCI=0.2018) ve direk etkinin anlamlı olması, rol çatışmasının bilişsel sinizm üzerindeki etkisinde sessiz istifa davranışının tamamlayıcı (kısmi) aracı rolü olduğunu göstermektedir. Aracılık etkisi *düşük etki* değerine yakındır ($R^2=0.1059$). Bu bulgular ışığında “Rol çatışmasının, bilişsel sinizm üzerindeki etkisinde sessiz istifa davranışının aracılık etkisi vardır” olarak belirlenen H4c hipotezi desteklenmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Restoran sektörü Batman ekonomisine önemli bir katkı sağlamaktadır ve son yıllarda Batman’a gelen seyahat turları (paket turlar) ya da gastronomi turlarının artışı hizmet sunan işletmelerin, özellikle de restoran işletmelerinin üzerinde durması gereken en önemli konulardan biri olan çalışan hizmet davranışlarına dikkat çekmektedir. Çalışan memnuniyetinin müşteri memnuniyetinin temelini oluşturduğu gerçeğinde, çalışanların hizmet davranışlarını olumsuz yönde etkileyecek faktörlerin tespiti önemlidir. Bu çalışmada restoran işletmeleri kapsamında rol çatışması, örgütsel sinizm ve sessiz istifa değişkenlerini anlamak, hem literatüre hem de yönetsel uygulamalara büyük katkılar sağlayabilir. Literatürde yeni bir kavram olarak beliren sessiz istifa davranışının belirleyicisi olarak rol çatışmasına atıfta bulunmak ve bu iki değişkenin örgütsel sinizme nasıl yol açtığını tespit etmek gerek çalışma evreni açısından gerek de ilgili literatüre katkısı açısından bu araştırmanın modeli özelinde özgün katkılar sunabilir.

Araştırma bulguları neticesinde Batman’da restoran işletmelerinde görev yapmakta olan çalışanların rol çatışmasına yönelik ifadeler katıldıkları gözlemlenmiştir. Bu anlamda çalışanların rollerini yerine getirirken çatışma yaşadıkları belirtilebilir. Sessiz istifa davranışına yönelik ifadeler katılımlı derecelerinin yüksek olması, çalışanların işlerine karşı ilgi ve motivasyonlarını kaybettiğinden, düşük bir iş performansı sergileyerek ekstra bir çaba harcamadan, işin asgari gerekliliklerini yerine getirerek, gerekenden daha fazla emek ve efor göstermedikleri şeklinde yorumlanabilir. Araştırmaya katılan restoran çalışanlarının örgütsel sinizmin alt boyutlarından, bilişsel, duygusal ve davranışsal sinizme ilişkin ifadeler katılımlı düzeylerinden ise, çalışanların işletmelerine karşı sinik tutum ve davranış geliştirdiklerinden bahsedilebilir.

Araştırma modeli kapsamında değişkenler arası ilişkilere bakıldığında, sessiz istifa davranışı üzerinde çalışanların yaşadığı rol çatışması önemli rol oynamaktadır. Sessiz istifa davranışı da örgütsel sinizmin duygusal, davranışsal ve bilişsel olmak üzere tüm boyutları üzerinde pozitif yönde etkiye sahiptir. İlgili örneklem üzerinde çalışanların yaşadığı rol çatışması, bilişsel sinizme doğrudan etki ederken, duygusal ve davranışsal sinizme doğrudan etki etmemektedir. Bununla birlikte sessiz istifa davranışı, rol çatışması ve örgütsel sinizmin tüm boyutları arasında kurulan ilişkide aracı role sahiptir.

Bu çalışmada rol çatışmasının sessiz istifa ve örgütsel sinizm üzerindeki etkisi incelenmeye çalışılmış ve uygulama alanı olarak restoran işletmeleri seçilmiştir. Bu bağlamda elde edilen sonuçlara göre restoran işletmeleri, performans ve verimliliği düşüren, kaliteli hizmet sunumunu engelleyen çalışanın sessiz istifa

davranışında bulunmasını ve işletmeye karşı sinik tutum içerisine girmesini engellemek için, çalışanın bilgi ve deneyimi ile örtüşecek, onun kendini gerçekleştirmesine yetki ve sorumluluk verecek, ilgili süreçte doğru bir alt üst ilişkini konumlayacak bir çalışma ortamı oluşturmalıdır. Böylece çalışanlar çalışma süreçlerinde görevlerini yerine getirirken sorumluluklarına dair bütünsel anlamda herhangi bir çatışma yaşamayacak, görevlerini asgari düzeyde çaba sergileyerek değil de kendilerini örgüte ait hissederek tam bir performans ortaya koyabileceklerdir. Rol çatışması yaşayan çalışanların doğrudan ya da dolaylı olarak süreç içerisinde ortaya koyacakları tutum ve davranışlar telafisi mümkün olmayan olayların ortaya çıkmasına vesile olabilir. Bu perspektifle:

- Gastronomik kimlik unsurlarından restoranların, müşteri memnuniyetinden önce çalışan memnuniyetine odaklanmaları stratejik açıdan önemlidir.
- Çalışanlarda çatışma doğurabilecek roller belirlenmeli ve her bir çalışanın görev ve sorumluluklarına dair gerek yazılı gerek sözlü olarak da ilgili bildirim yapılmalıdır.
- Esnek olunması gereken yoğun dönemler özelinde çalışanlar ile açık ve şeffaf bir şekilde konuşulup ortak kararlar alınmalı, gelişigüzel ve plansız bir çalışma ortamının ortaya çıkmasından sakınılmalıdır.
- Kırık cam teorisi ışığında, restoran çalışanları gözlemlenmeli ve ortaya çıkan istenmeyen durumlar, ötelenip ya da üzeri örtülüp çözümsüz bırakılmamalıdır, ilgili durumların ortaya çıktığı an tespiti ve yönetim odaklı çözümler üretilmesi gerekmektedir.
- Sosyal değişim teorisi kapsamında, çalışanın işyerinden sağladığı olumlu girdiler ne kadar çoksa, o derece de işletmeye olumlu bir şekilde dönüt sağlayabileceği unutulmamalıdır.

Bu araştırma Güneydoğu Anadolu bölgesinde yer alan bir il ve bu ilin merkez ilçe bölgesinde faaliyet gösteren restoranların her kademesinde çalışan 312 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Mevcut çalışmanın örneklemine küçük olması nedeniyle sonuçlar Türkiye'deki tüm restoran çalışanları için genellenememektedir. Bununla birlikte bu çalışmada bağımsız değişken, bağımlı değişken ve aracı değişken arasındaki nedensellik çıkarımlarını sınırlayan yatay kesit verileri kullanılmıştır. Gelecek araştırmalar için boylamsal bir yaklaşım nedensel ifadelerde bulunma yeteneğini geliştirebilir. Ayrıca araştırma modeli kapsamında aracı ve bağımlı değişkenin belirleyicisi olarak farklı bağımsız değişkenler ile model sınanabilir.

KAYNAKÇA

- Altınöz, M., Çöp, S., & Sığındı, T. (2011). Algılanan örgütsel bağlılık ve örgütsel sinizm ilişkisi: Ankara'daki dört ve beş yıldızlı konaklama işletmeleri üzerine bir araştırma. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 11(21), 285-316.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423
- Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Brandes, P, Dharwadkar, R. & Dean, J. W., (1999). Does organizational cynicism matter? Employee and supervisor perspectives on work outcomes. *Eastern Academy of Management Proceedings*, 2(1), 150-153.
- Chen, M. F., Lin, C. P. & Lien, G. Y. (2011). Modelling job stress as a mediating role in predicting turnover intention. *The service industries journal*, 31(8), 1327-1345. <https://doi.org/10.1080/02642060903437543>
- Dean, J.W., Brandes, P. ve Dharwadkar, R. (1998). Organizational cynicism. *Academy of Management Review*, 23 (2), 341-352.
- Fornell, C. & Larcker, F. D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.

- Gui-Feng, D. I. N. G., Xin-Xia, L. I., & Rui, Z. H. A. O. (2009). Service sabotages behavior: The conception, measurement and relevant variables. *advances in psychological science*, 17(2), 426. <https://doi.org/10.1360/972009-782>
- Gün, İ. (2024). Sessiz istifa niyetini etkileyen faktörlerin AHP yöntemi ile değerlendirilmesi: Sağlık çalışanlarında bir uygulama. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 22(52), 500-520. <https://doi.org/10.35408/comuybd.1405013>
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2014). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürer, A., Solmaztürk, A. B., & Gökçe, F. (2024) Sessiz istifa: Literatür incelemesi. *Toplum ve Kültür Araştırmaları Dergisi*, 13, 1-41. <https://doi.org/10.48131/jscs.1383187>
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106-121.
- Hair, J., Black, B., Babin, R., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). *Multivariate Data Analysis*, 6th ed. Prentice Hall, New York
- Hamouche, S., Koritos, C., & Papastathopoulos, A. (2023). Quiet quitting: relationship with other concepts and implications for tourism and hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(12), 4297-4312. <http://dx.doi.org/10.1108/IJCHM-11-2022-1362>
- Hayes, A. F. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York, NY, Guilford publications.
- Hight, S. K., & Park, J. Y. (2019). Role stress and alcohol use on restaurant server's job satisfaction: Which comes first?. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 231-239. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.05.012>
- Karacaoğlu, K., & İnce, F. (2012). Brandes, Dharwadkar ve Dean'in (1999) örgütsel sinizm ölçeği Türkçe formunun geçerlilik ve güvenilirlik çalışması: Kayseri organize sanayi bölgesi örneği. *Business and Economics Research Journal*, 3(3), 77 – 92
- Karacaoğlu, K., & Küçüköylü, C. (2015). İşgören sessizliğinin örgütsel sinizme etkisi: Kamu çalışanları üzerine bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 15 (3), 401-408
- Karrani, M. A., Bani-Melhem, S. & Mohd-Shamsudin, F. (2023). Employee quiet quitting behaviours: conceptualization, measure development, and validation. *The Service Industries Journal*, <https://doi.org/10.1080/02642069.2023.2286604>
- Katz D & Kahn R L (1977). *Örgütlerin toplumsal psikolojisi*, Çev. Halil Can ve Yavuz Bayar, Ankara, Doğan: Basımevi,.
- Khan, A.K., Khalid, M., Abbas, N. & Khalid, S. (2022). COVID-19-related job insecurity and employees' behavioral outcomes: mediating role of emotional exhaustion and moderating role of symmetrical internal communication, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(7), 2496-2515, <http://dx.doi.org/10.1108/IJCHM-05-2021-0639>
- Köroğlu, Ö., Köroğlu, A., & Alper, B. (2012). Doğaya dayalı gerçekleştirilen turizm faaliyetleri içerisinde turist rehberlerinin rolleri üzerine bir inceleme. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (1), 131-139.
- Mahand, T., & Caldwell, C. (2023). Quiet quitting—causes and opportunities. *Business and Management Research*, 12(1), 9-19. <https://doi.org/10.5430/bmr.v12n1p9>.
- Mbata, S. (2022). Influence of role conflict on social work practice of selected hospitals in port harcourt. *Adv Nutr Food Sci*, 7(2), 194-209.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- O'Brien, K., & Cooper, C. (2022). Role-related stress theories. In Elgar Introduction to Organizational Stress Theories (pp. 138-152). Cheltenham: Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781789909838.00016>
- Özcan, E., & İlman Yaltagil, E. (2024). sağlıkta sessiz istifanın nedenleri ve çözüm yolları, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 16 (2), 919-935. <https://doi.org/10.20491/isarder.2024.1833>
- Özler, D. E., Atalay, C. G. & Şahin, M. D. (2010), Örgütlerde sinizm güvensizlikle mi bulaşır? *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2). 47-57.

- Preacher, K. J., & Kelley, K. (2011). Effect size measures for mediation models: quantitative strategies for communicating indirect effects. *Psychological methods*, 16(2), 93.
- Prentice, C., Chen, P. J., & King, B. (2013). Employee performance outcomes and burnout following the presentation-of-self in customer-service contexts. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 225-236. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.06.007>
- Prentice, C., Dominique-Ferreira, S., Wang, X., Tuominen, J., Duarte, M., & Rocha, H. (2024). Work-life imbalance, burning out, feeling down, I will quit, but quietly—the case of hospitality employees. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 1-22. <https://doi.org/10.1080/19368623.2024.2389074>
- Radwan, H. (2013). The effects of work stress on employees' performance and satisfaction in fast food restaurants. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 10(2), 139-151.
- Rizzo, J. R., House, R. J., & Lirtzman, S. I. (1970). Role conflict and ambiguity in complex organizations. *Administrative Science Quarterly*, 150-163.
- Smith, R. A., White-McNeil, A., & Ali, F. (2020). Students' perceptions and behavior toward on-campus foodservice operations. *International Hospitality Review*, 34(1), 13-28. <https://doi.org/10.1108/IHR-06-2019-0010>
- Song, S., & Kim, H. Y. (2022). Is social media marketing worth it for luxury brands? The dual impact of brand page satisfaction and brand love on word-of-mouth and attitudinal loyalty intentions. *Journal of Product & Brand Management*, 31(7), 1033-1046.
- Sürücü, L., Şeşen, H., Maslakçı, A. & Yeloğlu, H.O. (2023). *SPSS, AMOS ve PROCESS macro ile ilişkisel, aracı / düzenleyici ve yapısal eşitlik modellemesi uygulamalı analizler*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2013). *Using multivariate statistics* Boston, MA: Pearson.
- Tarcan İçigen, E. (2016). Performans yönetimi ve değerlendirme. N.Ş. Perçin, B. Güzel ve Ş.A. Tükeltürk (Ed.). *Turizm işletmelerinde insan kaynakları yönetimi ve uygulamaları* içinde (ss.185-206). İstanbul: Beta.
- TDK(2024). *Rol* <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim tarihi: 20.09.2024).
- Turhan, M. (2020). Örgütsel sessizlik. Özçiçek Dölekoğlu, C. ve Turhan, M. (Ed.). *Yönetim ve pazarlamada güncel yaklaşımlar* (ss.119-124). Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yadav, A., & Dhar, R. L. (2024). Effect of job crafting on hotel frontline employees' work role performance: the role of work engagement and leader-member exchange. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 25(2), 359-381.
- Yılmaz, C., & Akay, E. (2022). Organizasyon kültürünün iş tatmini üzerine etkisi: Zincir restoran işletmeleri üzerine bir uygulama. *Journal of Travel and Tourism Research*, 21(21), 61-90.
- Yu, Y., Xu, S., Li, G. & Kong, H. (2020), A systematic review of research on abusive supervision in hospitality and tourism, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32 (7), 2473-2496, <http://dx.doi.org/10.1108/IJCHM-12-2019-1004>
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G. & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197-206. <https://doi.org/10.1086/651257>

SOSYAL MEDYADAKİ TATLI VİDEOLARININ İŞLETMEYE YANSIMALARININ BELİRLENMESİ: GELENEKSEL VE MODERN TATLI İŞLETMELERİNDE ÖRNEK OLAY ÇALIŞMASI

Fatma GÜLTEKİN

Arş. Gör., İstanbul Galata Üniversitesi, Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi,
E-posta: fatma.gultekin@galata.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-2893-852X>

Alican AKÇİÇEK

Dr. Öğr. Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
E-posta: a.akcicek@kocaeli.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-5586-1228>

Emrah ÖZKUL

Prof. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
E-posta: emrah.ozkul@kocaeli.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-7938-6916>

GİRİŞ

Yemek, tarih boyunca üretimden hazırlama, pazarlama ve tüketime kadar olan süreçte, haz alınan, kültürel değerler oluşturan bir olgudur ve tarihi, insanlık kadar eskidir. Teknolojinin gelişmesi, yemek yeme eyleminin ev dışında gerçekleşme oranının artması, yiyecek olgusunun insanoğlunun var olduğu sürece devam eden hareketli bir yapı olması, yemeğin birçok fonksiyonunun bulunması, yiyecek içecek işletmelerinin sayısını arttırmaktadır (Kanık,2016). Günümüzde yiyecek ve içecek sektörü, artan işletme sayısı ile paralel olarak gelişim göstermekte ve bu durum, sektörde rekabetin oluşmasına yol açmaktadır. Yiyecek içecek sektörü, giderek artan bir gelişim göstererek işletmelerin sayısının artmasına sebep olmaktadır. Artan işletme sayısı, rekabeti oluşturmaktadır. Oluşan rekabetle birlikte işletmeler, popüleriteyi ve kârlılığı artırmak, pazarlama stratejilerini yenilemek ve potansiyel müşteri katılımını artırmak amacıyla sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmaktadır (Sarıtış ve Sormaz, 2020). Bir ürünün pazarlanmasında teknolojiye dayalı stratejilerin kullanımı önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, sosyal medya pazarlaması, bir markanın sosyal medya platformları aracılığıyla farkındalık yaratma, tanınırlık sağlama, hatırlatma yapma ve eylem oluşturma amacı güden bir pazarlama faaliyeti olarak tanımlanabilir (İsman vd., 2020).

Son zamanlarda, insanların hayatlarında genişçe bir yer edinen sosyal medya, gıda da dahil olmak üzere birçok noktada önde gelen bilgi kaynağı haline gelmektedir (García-León ve Teichert, 2024). Günümüzde sosyal medya hesapları, çeşitli tatlı, yemek, içecek, mekan fotoğrafları veya videoları ile yoğunluktadır. Bu içeriklerin paylaşılması birçok kişiye gelir sağlamakla birlikte bir meslek haline de gelmiştir. Bu durum bir taraftan tüketicilerin sosyal medya araçlarındaki bilgilere güven sorununu ve kafa karışıklığını meydana getirebilmektedir (Simeone ve Scarpato, 2020). Diğer bir taraftan da işletmelerin geleceği ve tanınırlılığı adına şefler veya işletme sahipleri, bu kişiler ile iletişime geçerek işletmelerinin büyümesini katkı sağlamak için bazı anlaşmalar yapmaktadırlar (Cevher,2020). Aynı şekilde, yapılan anlaşmaların etkin olabilmesi adına menülerinde müşterilerinin dikkatini çekebilecek etkileyici, şov içerikli sunum tabakları hazırlamaya gayret etmektedirler. Sosyal medyada paylaşılan bu videoların her işletme türü için aynı tür etkiye sahip olup olmaması veya menü revizelerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu tam olarak bilinmemektedir. Bu durum da araştırmamızın problemini oluşturmaktadır. Bu doğrultuda, literatür taranmış ve bu çalışma ile sosyal medyadaki tatlı videolarının işletmeye yansımalarının incelemek amaçlanmaktadır. Literatürü tararken Google Scholar, Web of Science , Science Direct gibi veri tabanlarından faydalanılmıştır.

LİTERATÜR (KAVRAMSAL / KURAMSAL ÇERÇEVE)

Yemek ve sosyal medya, popüler kültürün önemli unsurlarındandır ve bu kültür içindeki inançlar, pratikler ve trendler insanların yeme alışkanlığını ve tercihlerini etkiler. Sosyal medya, tüketicilerin başta gıda olmak

üzere bilgi edinme, iletişim kurma, eğlence ve daha fazla birçok aktiviteyi içinde barındırdığı günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medyanın yükselişi ve kullanıcıların paylaştıkları yemekler ile mekanları deneyimlemeleri, toplumun beslenme alışkanlıklarında değişimlere neden olmaktadır (Rini ve vd., 2023). Sosyal medya teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte, tüketiciler yeni mekanları aramak, gıda ürünlerini karşılaştırmak ve bir restorani değerlendirmek gibi gıdayla ilgili amaçlara yönelik daha fazla bilgi edinmektedir. Bu süreç, tercih etme ve satın alma gibi karar verme süreçlerini de etkilemektedir (İflazoğlu ve Ünlüöner, 2020). Sosyal medya, dijital çağın hızlı ilerlemesiyle birlikte, işletmelerin pazarlama uygulamalarında değerli bir araç haline gelmiştir. Özellikle sosyal medya platformlarında yayımlanan videolar, tüketici davranışlarını ve işletmelerin performansını etkileme potansiyeline sahip güçlü bir etki aracı olarak dikkat çekmektedir (Pop vd., 2020). Bu durum, sosyal medya ile tüketici davranışı arasında ilişkiyi koyan çalışmaları artmasına sebep olmuştur. Literatürde yapılan birçok araştırma, sosyal medyaya maruz kalma ile aşırı ve yüksek kalorili yemek yeme isteği arasında bir ilişki olduğunu göstermektedir (Flippone vd.,2022; Quettina vd. ,2022). Aynı zamanda sosyal medyanın sağlıklı beslenme davranışlarını (meyve ve sebze alımı) da etkilediği belirtilmiştir (Chung vd.,2021). Bununla birlikte, işletmelerin sosyal medyadaki görsellerinin, tüketiciler tarafından işletmelerin imaj algısına etki ettiği gösterilmiştir (Lehtonen,2020;Godey vd.,2016). Aynı zamanda birçok çalışma sosyal medya içeriklerinin tüketicilerin satın alma kararlarını etkilediğini göstermektedir (Seçer ve Boğa, 2017; Pop vd., 2020). Yapılan bazı çalışmalarda bu etkilemenin olumlu anlamda olduğu görülürken bazı çalışmalarda sosyal medyanın bir meslek haline dönüşmesinden dolayı bir güvensizlik durumu meydana gelerek olumsuz etkilenmenin olduğu görülmektedir.

Bu araştırmanın önemi, sosyal medya platformlarında yayımlanan tatlı videolarının tatlıyla öne çıkan işletmelerin menülerine nasıl yansımalarını olduğunu belirlemekle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda işletme bazında tüketici tercihleri üzerindeki yansımalarını da kapsamaktadır. Sosyal medyanın geleneksel ve modern tatlı işletmelerine olan farklı veya aynı yansımalarını saptamak, belirli olmayan bu ikileme bir çıktı oluşturmak, işletmelerin pazarlama stratejilerini daha etkili bir şekilde oluşturabilmeleri ve sürdürülebilirliklerini sağlamaları açısından büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, araştırmanın bulguları, sosyal medyanın yiyecek içecek sektöründeki rolünü ve menü oluşumundaki etkisini daha iyi anlamaya yönelik önemli katkılar sunacağı düşünülmektedir.

YÖNTEM

Bu çalışmada, sosyal medyada paylaşılan tatlı videolarının işletmelere olan yansımalarını belirlemek amacıyla nitel araştırma yöntemi benimsenmiş ve örnek olay çalışması kullanılmıştır. Bu yöntem, belirli bir bağlamda derinlemesine bilgi toplama ve analiz etme olanağı sağlayarak, sosyal medya ve işletme ilişkisini anlamaya yönelik uygun bir yaklaşım sunmaktadır (Yin, 2003). Örnek olay çalışmasının temel avantajı, karmaşık sosyal olguların gerçek dünya bağlamında incelenmesine olanak tanımasıdır. Bu örnek çalışması için Türkiye'nin yiyecek içecek işletmeleri olarak en önemli şehirlerinden biri olan İstanbul seçilmiştir.

Bu bağlamda, çalışmada İstanbul'da faaliyet gösteren bir geleneksel tatlı işletmesi ile bir modern tatlı işletmesi incelenmiştir. Her iki işletmenin de sosyal medya hesapları mevcut olup, paylaşım yapma sıklıkları ve temaları değişmektedir.

Araştırmanın örnekleme, amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Bu örnekleme türü, olguların ve olayların keşfedilmesinde, açıklanmasında kullanılmaktadır ve çalışmanın amacına en uygun örneklerin seçilmesini sağlar (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Geleneksel tatlı işletmesi, uzun yıllardır faaliyet gösteren, köklü bir geçmişe sahip, İstanbul'un merkezi bir semtinde yer alan bir işletmedir. Modern tatlı işletmesi ise geleneksel tatlı işletmesine göre nispeten yeni kurulmuş, yenilikçi tatlı sunumları ve sosyal medya paylaşımlarıyla bilinen bir markadır. Her iki işletmenin sosyal medya hesapları incelenmiştir. Bu iki farklı işletme türünün sosyal medya kullanımları, sosyal medya paylaşımları, geçmişten günümüze menü oluşum süreçleri, sosyal medya aracılığıyla müşterilerle etkileşim kurma biçimleri ve bunun iş sonuçlarına yansımaları, örnek olay yöntemiyle derinlemesine ele alınmıştır.

Veri toplama süreci, iki aşamada gerçekleştirilmiştir: Birinci aşamada, işletmelerin sosyal medya hesaplarındaki paylaşımlar incelenmiştir. Bu inceleme, işletmelerin ne tür tatlı videoları veya fotoğrafları paylaştıkları, bu videoların/ fotoğrafların ne sıklıkta yayımlandığı, gönderi, beğeni ve yorum sayıları gibi etkileşim göstergeleri üzerinden yapılmıştır. İkinci aşamada, her iki işletmeden birer temsilci ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerde, sosyal medya paylaşılan videoların işletme stratejilerine etkisi, sosyal medyadan yararlanma biçimleri, menü oluşum veya değişim sürecinde sosyal medyanın katkısı, tatlıların sunum şeklinin değişim süreçleri, müşteri geri bildirimleri ve satışlara olan doğrudan ya da dolaylı etkiler sorgulanmıştır.

Birden fazla veri kaynağı kullanılarak (sosyal medya verileri ve görüşme verileri) veri çeşitliliği sağlanmıştır. Ayrıca, her iki işletme temsilcisi ile yapılan görüşmeler ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş ve sonrasında yazıya dökülmüştür. Bu araştırmada kullanılan veriler 2024 yılı Eylül ayında elde edilmiştir.

Son olarak, bu çalışmada etik ilkelere tam uyum gösterilmiştir. İşletme sahiplerinden ve görüşme katılımcılarından araştırma öncesinde onay alınmıştır. Katılımcıların isimleri ve işletme adları gizli tutulmuş, yalnızca genel bilgiler paylaşılmıştır.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmada öncelikli olarak İstanbul'da bulunan muhallebi, kazandibi gibi geleneksel tatlılar satan bir yiyecek içecek işletmesiyle, çikolata, kruvasan ve çikolata bazlı modern tatlılar satan bir yiyecek içecek işletmesinin aktif kullandıkları instagram hesapları incelenmiş ve her iki işletmeden birer temsilci ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yapılmıştır.

Önceki bölümlerde sunulan bağlam göz önüne alındığında araştırma sorularımız genel olarak şunlardır:

- Daha önce sosyal medyada popüler olan ürünleri , işletmeniz menüsüne eklediniz mi?
- İşletmeniz adına genel olarak sosyal medyadan nasıl yararlanıyorsunuz?
- Menülerinizi oluştururken/değiştirirken hangi parametreleri göz önüne alıyorsunuz ?
- Geleneksel/modern bir tatlı işletmesi olarak zaman içinde ürün çeşitliliğinizin değiştiğini düşünüyor musunuz ? Eğer düşünüyorsanız bunun sebepleri nelerdir?
- Geleneksel/Modern bir tatlıcı olarak zaman içinde ürün sunumlarınızın değiştiğini düşünüyor musunuz ? Eğer düşünüyorsanız bunun sebepleri nelerdir?
- Sosyal medya olmasaydı menünüzün veya işletmeniz aynı kalacağını düşünüyor musunuz ?
- Sosyal medyadaki videoların izlenme ve etkileşim oranlarının menülerinize etkisi olduğunu düşünüyor musunuz ? Eğer düşünüyorsanız ne gibi bir etkisi olduğunu düşünüyorsunuz?

İnceleme sonucunda geleneksel tatlı işletmesinin 38.200 takipçiye sahip olduğu, modern tatlı işletmesinin 61.000 takipçi sayısına sahip olduğu görülmektedir. Geleneksel tatlı işletmesinin 161 fotoğraf ve video paylaştıkları görülürken modern tatlı işletmesinin 299 fotoğraf ve video paylaştıkları görülmektedir.

Çalışmanın bulguları, İstanbul'daki bir geleneksel tatlı işletmesi ve bir modern tatlı işletmesi üzerinden sosyal medya paylaşımlarının işletmelere olan etkilerini ortaya koymaktadır. Her iki işletme de sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır, ancak sosyal medya stratejileri ve yaklaşımları farklılık göstermektedir.

Geleneksel işletme, sosyal medya paylaşımlarını daha kontrollü ve sınırlı bir şekilde yapmaktadır. Genel olarak düzenli aralıklarla paylaşım yapılmamaktadır. Sosyal medya kullanımı için herhangi bir kurumdan destek almayıp işletme yöneticisi tarafından yapılmaktadır. İşletme, Instagram hesabı aracılığıyla aralıklı paylaşımlar yaparak merak uyandırmayı tercih etmektedir. Özellikle estetik, hareketli ve şov içerikli

paylaşımlar, tüketicilerin daha fazla ilgisini çekmektedir. Tavuk göğsü tatlısının kesilme anı gibi görsel açıdan dikkat çekici içerikler, daha fazla etkileşim sağlamaktadır. Bununla birlikte, işletme sosyal medya üzerinden doğrudan bir satış stratejisi uygulamamaktadır. Ancak, müşteri taleplerine dayalı olarak menüye eklenen veya çıkarılan ürünler, sosyal medyada popüler olan ürünlerle örtüşebilir. Örneğin, işletme müşteri talebi doğrultusunda sosyal medyada popüler hale gelen lotusu, muhallebi menüsüne lotuslu muhallebi olarak eklemiştir ve genç nesil tarafından talep görmektedir.

Geleneksel işletme, sosyal medyanın etkisine karşı ilk başta temkinli yaklaşmış olsa da son dönemde sosyal medyanın gücünü fark etmiş ve bu platformda daha aktif hale gelmiştir. Özellikle ünlü kişilerin işletmeyi sosyal medya üzerinden tanıtması, işletmeye olan ilgiyi ve satışları önemli ölçüde artırmıştır. Ayrıca, sosyal medyanın işletmenin ürün taleplerini artırdığı ve işletmenin daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağladığı gözlemlenmiştir. İşletme, sosyal medya olmadan bu kadar fazla tanınamayacağını ifade etmektedir.

Modern işletme, sosyal medyayı daha proaktif bir şekilde kullanarak özellikle instagram üzerinde yoğunlaşmaktadır. İşletme, şov içerikli videoların hedef kitlesi üzerinde büyük etki yarattığını vurgulamaktadır. Örneğin, çikolatanın akışkan bir şekilde sunumu ve gösterişli videolar, sosyal medya stratejisinin temelini oluşturmaktadır. Z kuşağının hızlı bilgiye erişimini ve bu kitlenin şov içeriklerine duyduğu ilgiyi dikkate alarak sosyal medya paylaşımlarını yönlendirmektedir.

Modern işletme, sosyal medya aracılığıyla yalnızca tatlı sunumlarını tanıtmakla kalmayıp, aynı zamanda duygusal bir bağ kurmayı hedeflemektedir. Bu strateji, tüketicilerin sadece tatlıları değil, aynı zamanda markanın sunduğu deneyimi de satın almasını sağlamaktadır. Sosyal medya, özellikle yeni şubelerin açılması ve markanın farklı lokasyonlara yayılması açısından kritik bir rol oynamıştır. İşletme, sosyal medya olmadan bu kadar hızlı büyüemeyeceğini ifade etmektedir.

Literatürde yapılan çalışmalarda , I Nyoman Tri Sutaguna ve arkadaşlarının (2023) yaptığı Bandung şehrindeki Hanan Catering için Instagram'daki promosyonların, fiyatların ve menü çeşitliliğinin satın alma kararları üzerindeki etkisini analiz etmeyi amaçladığı çalışmada instagramdaki promosyonların, fiyatların ve menü çeşitliliğinin hem birlikte hem de kısmen satın alma kararları üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğunu, sosyal medyanın etkili ve uygun bir şekilde kullanılmasının, tüketicilerin gözünde olumlu bir imaj sağladığı belirtilmektedir. Venny Mellandhia Shandy ve arkadaşlarının (2022) sosyal medyanın zenginliğinin yiyecek içecek işletmeleri performansı üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmada, sosyal medya zenginliğinin, bilgi paylaşım faaliyetlerini kolaylaştırarak işletme performansını olumlu yönde etkilediği ve nihayetinde işletme performansını iyileştirdiği görülmüştür. Randall ve diğerlerinin (2021) 'sadece tatlı' restoranlarını kullanımı hakkında daha zengin bir anlayış elde etmek amacıyla yaptıkları çalışmada, katılımcıların sadece tatlı satan restoranların popüler olduğunu düşünmelerinin temel nedeninin sosyal medya olduğu görülmüştür. Dharta ve diğerlerinin (2023) instagram'ın tanıtım aracı olarak kullanımını araştırmayı amaçladıkları ve araştırma nesnesi olarak Jakarta'daki Cafe XYZ seçtikleri çalışmada, cafenin sahipleri, müşterileri, çalışanları ve takipçileri de dahil olmak üzere çeşitli katılımcılardan alınan görüşmeler, gözlemler ve dokümantasyon sonucunda, işletmenin instagram'a sık sık fotoğraf yükleyerek tanıtım faaliyetlerinin etkinliğini arttırdığı, instagramdaki yorumların kafe tarafından yeniden paylaşıldığında, müşteriler kendilerini değerli ve takdir edilmiş hissedildiğinden müşteri ilişkilerinde fayda sağladığı görülmüştür. Literatürdeki bu çalışmalar, yaptığımız çalışmaları destekler niteliktedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte tüketiciler, bilgiye geleneksel yöntemler yerine internet aracılığıyla ulaşmaktadır (Ertopçu,2019). Gelişen teknolojiyle sosyal medya hayatımızın her alanında görünür ve etkin olmuştur ve bu sayede tüketiciler daha önce hiç olmadığı kadar ürün ve hizmetler hakkında bilgi sahibi olmaktadır (Eryılmaz ve Zengin,2014). Kullanıcı sayısı günden güne artan sosyal medya, insanların görülme, beğenilme, öğrenme ve tanınma gibi insani ihtiyaçlarını karşılayarak daha geniş kitlelere ulaşmasına olanak tanımaktadır (Atabey,2023). Bu durum, işletmeler hakkında daha kolay bilgi

edinebilmeyi sağlamaktadır. İşletmeler açısından ise daha kolay hedef kitleye ulaşabilmek, daha az maliyetle reklam çalışmalarını yürütebilmek ve daha hızlı reaksiyon alabilmek, işletmelerin sosyal medya üzerinden pazarlama faaliyetleri yürütmesine zemin hazırlamaktadır. Bu bağlamda, birçok işletme müşteri talebini karşılamak, memnuniyetini sağlamak, talebi arttırmak ve gelirlerini yükseltmek amacıyla teknolojiyi aktif olarak kullanmaktadır (Güngör vd., 2016). Bu çalışmada, son dönemde sosyal medyada oldukça popüler olan tatlı işletmeleri odağa alınmıştır. Literatürde karşılaştırmalı olarak geleneksel ve modern işletmelerin sosyal medya kullanımları, menülerine yansımaları ile ilgili yeterli veri olmamasından dolayı, literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma, İstanbul'daki geleneksel ve modern tatlı işletmelerinin sosyal medya kullanımlarını ve bu platformların işletmelere olan yansımaları incelemektedir. Araştırma bulguları her iki işletmeninde sosyal medyada azımsanmayacak kitlesinin olduğunu göstermektedir. Her iki işletme de Instagram'ı aktif bir şekilde kullanmakta, ancak sosyal medya stratejileri ve yaklaşımları önemli ölçüde farklılık göstermektedir.

Bu bağlamda, sosyal medyanın restoran ve kafe sektöründeki önemi bir kez daha vurgulanmaktadır. Araştırmalar hem geleneksel hem de modern işletmelerde sosyal medyanın tanıtım ve müşteri ilişkileri açısından kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Instagram gibi platformlar, işletmelerin müşteri taleplerini daha etkin bir şekilde yönetmelerine ve geniş bir kitleye ulaşmalarına yardımcı olmaktadır. Ayrıca, sosyal medyanın sağladığı zengin içerik ve etkileşim, işletmelerin marka imajlarını güçlendirmektedir.

Sonuç olarak, geleneksel ve modern tatlı işletmeleri, sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanarak müşteri ilişkilerini geliştirebilir ve pazar paylarını artırabilir. Geleneksel işletmeler, sosyal medya stratejilerini daha kapsamlı hale getirerek, müşteri yorumlarını ve geri bildirimlerini aktif bir şekilde değerlendirebilir, modern işletmeler ise, duygusal bağ kurma çabalarını artırarak, müşterilerin yalnızca ürünleri değil, aynı zamanda deneyimlerini de satın almalarını teşvik edebilirler.

Sosyal medya, yalnızca bir tanıtım aracı değil, aynı zamanda müşteri ile etkileşimi artıran ve markaya duyulan güveni pekiştiren bir mecra olarak kullanılmaktadır. Dolayısıyla, sosyal medya stratejilerinin geliştirilmesi, uzun vadede işletmelerin sürdürülebilir büyümesi için kritik bir öneme sahiptir.

Her çalışmada olduğu gibi bu araştırmanın da bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle bu çalışmada kullanılan veriler sadece İstanbul'da bulunan bir geleneksel ve bir modern tatlı işletmesi üzerinden yapılmıştır ve bu işletmeler sosyal medya araçlarından instagramı aktif olarak kullanmaktadır. Araştırmanın sadece 2 işletme ile yapılmış olması ve instagram içeriklerinin sürekli güncelleniyor olması önemli bir kısıtlılık olarak düşünülebilir. Aynı şehirdeki farklı işletmelerle, farklı şehirlerdeki işletmelerle veya farklı sosyal medya araçlarını aktif olarak kullanan işletmelerle yapılan çalışmalardan alınan verilerin de eklenmesi gelecekte yapılacak olan çalışmaların genellemesine katkı sağlayacaktır. Bir diğer husus ise, nitel araştırma yöntemlerinden araştırmada sadece işletmelerin paylaşmış oldukları cevaplar ve sosyal medya hesaplarındaki veriler kullanılmıştır. Daha farklı özelliklerdeki işletmelerle ve farklı dönemlerde yapılacak çalışmalar da yiyecek içecek işletmelerinin sosyal medya kullanımına ilişkin hususların bilinmesine katkı sağlayacaktır. Gelecek araştırmaların, araştırmanın geçerliliğini artırmak ve sosyal medyanın menülere ve işletmelere yansımalarını daha derinlemesine incelemek amacıyla farklı konseptli işletmeler, katılımcılar ve yöntemlerle benzer çalışmalar gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Atabey, E. (2023). Bir gösteri mekânı olarak sosyal medya. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 11(23), 257-280.
- Cevher, M. F. (2020). Sosyal medyada satın alma niyetinin demografik özellikler açısından incelenmesi. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 58-69. <https://doi.org/10.18221/bujss.754188>

- Chung, A., Vieira, D., Donley, T., Tan, N., Jean-Louis, G., Gouley, K. K., & Seixas, A. (2021). Adolescent peer influence on eating behaviors via social media: Scoping review. *Journal of Medical Internet Research*, 23(6). <https://doi.org/10.2196/19697>
- Dharta, F. Y., Firdaus, A., Pranawukir, I., Angellia, F., & Hamboer, M. J. E. (2024). The role of instagram as a promotional media in increasing the number of visitors. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 7(1.1). <https://doi.org/10.29099/ijair.v7i1.1.1047>
- Ertopçu, İ. (2019). Restoran işletmelerinin sosyal medya kullanımı: instagram örneği. *Güncel*
- Eryılmaz, B., & Zengin, B. (2014). Butik otel işletmelerinin sosyal medya kullanımına yönelik bir inceleme: facebook örneği. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2), 42-59.
- Filippone, L., Shankland, R., & Hallez, Q. (2022). The relationships between social media exposure, food craving, cognitive impulsivity and cognitive restraint. *Journal of Eating Disorders*, 10(1), 184. <https://doi.org/10.1186/540337-022-00698-4>
- García-León, R.A., Teichert, T. (2024). Food and social media: a research stream analysis. *Manag Rev Q* 74, 1145–1183. <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00330-y>
- Godey, B., Manthiou, A., Pederzoli, D., Rokka, J., Aiello, Donvito, R., & Singh, R. (2016). Social media marketing efforts of luxury brands: Influence on brand equity and consumer behavior. *Journal of Business Research* 69. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.181>
- Iflazoglu, N., Unlüönen, K. (2021). Sosyal medyada yemek temalı paylaşımların gösterişçi tüketim bağlamında incelenmesi: *Mardin Artuklu Üniversitesi örneği. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2606- 2621. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.4997>
- Isman, Patalo, R. G., Pratama, D. E. (2020). Pengaruh sosial media marketing, ekuitas merek, dan citra destinasi terhadap minat berkunjung ke tempat wisata. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 30–36. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v7i1.744>
- Kanık İ. (2016) . *Gastro Gösteri (2. Basım)*. Ayrıntı Yayınları.
- Nyoman I., Sutaguna T., Sumerli C. H., Pratama T., Razali G., & Yusuf M. (2023). Hanan Catering's Instagram promotions, pricing, and menu variety influence consumer purchasing decisions in Bandung. *International Journal of Economics and Management Research*, 2(1), 76–87. <https://doi.org/10.55606/ijemr.v2i1.67>
- Özdoğan O.N.(Ed.) (2016). *Yiyecek içecek endüstrisinde trendler*. Detay Yayıncılık
- Pop, R.-A., Saplăcan, Z., Alt, M.-A. (2020). Social media goes green -The impact of social media on green cosmetics purchase motivation and intention. *Information*, 11(9), 447. <https://doi.org/10.3390/inf011090447>
- Qutteina, Y., Hallez, L., Raedschelders, M., De Backer, C., & Smits, T. (2022). Food for teens: how social media is associated with adolescent eating outcomes. *Public Health Nutrition*, 25(2), 290-302. <https://doi.org/10.1017/S1368980021003116>
- Randall, T., Wright, P. J., & Wilkinson, L. L. (2021). An investigation of consumers' use of 'dessert-only' food retail outlets: a mixed-methods study. *Public Health Nutrition*, 24(9), 2473–2482. doi:10.1017/S1368980020003146
- Rini, L., Schouteten, J. J., Faber, I., Frøst, M. B., Perez-Cueto, F. J., & De Steur, H. (2023). Social media and food consumer behavior: A systematic review. *Trends in Food Science & Technology*, 104290. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2023.104290>
- Sarıtaş, A. , & Sormaz, Ü. (2020). Otel ve restoran şeflerinin menü planlaması ve analizi konusuna yaklaşımları: Konya örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 4(1), 136-158. <https://doi.org/10.32958/gastoria.693637>
- Seçer, A., & Boga, M. (2017). Sosyal medyanın tüketicilerin gıda ürünleri satın alma davranışına etkisi. *KSÜ Doga Bilimleri Dergisi*, 20(4), 312-319. <https://doi.org/10.18016/ksudobil.280469>
- Seyitoğlu, F., Costa, C. (2022). A systematic review of scenario planning studies in tourism and hospitality research. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/19407963.2022.2032108>

- Simeone, M., & Scarpato, D. (2020). Sustainable consumption: How does social media affect food choices? *Journal of Cleaner Production*, 124036. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124036>
- Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 49-64. <https://doi.org/10.32572/guntad.483535>
- Venny Mellandhia Shandy, Asep Mulyana & Budi Harsanto (2023) Social media richness, brand equity, and business performance: An empirical analysis of food and beverage SMEs, *Cogent Business & Management*. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2244211>
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (5. Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods* (Vol. 5). sage.

TOPRAKSIZ TARIM ÜRÜNLERİNİN GASTRONOMİDE KULLANIMI

Şeydanur ŞAHİN

İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü,
sseydanursahinn@gmail.com

Gamze ŞANLI AK

Dr., Öğr., Üyesi, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak
Sanatları Bölümü, gamzesanli.ak@nisantasi.edu.tr,
0009-0004-9451-5239

GİRİŞ

Gastronomi, insanlık tarihi boyunca kültürel ve sosyal bir olgu olarak gelişmiş ve tarımın sağladığı hammaddelerle şekillenmiştir. Etimolojik olarak Yunanca "gaster" (mide) ve "nomos" (kural veya yasa) kelimelerinden türeyen bu kavram, yemek hazırlama ve yeme sanatı ile ilgili kuralları ifade eder. Gastronominin kökeni 1801 yılında Fransız yazar Joseph Berchoux tarafından tanımlanmış olsa da, günümüzde gastronomi, sadece lezzet ve sunum sanatından ibaret değildir. Aynı zamanda, malzeme temini, sürdürülebilirlik, inovasyon ve çevresel etki gibi unsurlarla derinlemesine ilişkilidir.

Gastronomi ve tarım, yüzyıllardır birbirine bağımlı alanlar olarak gelişmiştir. Geleneksel tarım, gastronomi dünyasına gerekli hammaddeleri sağlarken, gastronomi de bu hammaddelerin işlenmesi, pişirilmesi ve yaratıcı şekillerde sunulmasını sağlar. Ancak, 21. yüzyılın ekolojik zorlukları, iklim değişikliği ve nüfus artışı gibi sorunlar, hem tarım hem de gastronomide yeni yöntemlerin ve kaynakların keşfini zorunlu kılmaktadır. Bu noktada, topraksız tarım (özellikle hidroponik, aeroponik ve akuaponik sistemler) gibi modern tarım yöntemleri, bu iki alanın kesişiminde yeni fırsatlar sunmaktadır.

Topraksız tarım, geleneksel tarıma kıyasla daha az su kullanımı, yüksek verimlilik ve sürdürülebilir üretim koşulları gibi avantajlarıyla öne çıkmaktadır. Özellikle hidroponik sistemlerde, su kaynakları verimli şekilde kullanılırken, bitkiler doğrudan besin çözeltisiyle beslendiği için optimum büyüme koşullarına erişirler. Bu yöntem, geleneksel tarımın ihtiyaç duyduğu geniş toprak alanlarına olan bağımlılığı azaltmakta ve kentsel alanlarda gıda üretiminin artırılmasına olanak tanımaktadır. Bu çalışmada topraksız tarım ürünlerinin gastronomide kullanımını incelerken; İstanbul ilinde yer alan, topraksız tarım ürünlerini kullanan işletmeler veya profesyoneller ile derinlemesine görüşmeler yaparak bu ürünlerin kullanımının uygulanabilirliği, avantajları ve dezavantajları incelenmiştir.

Ayrıca, bu çalışmada topraksız tarımın şehir içi tarım, gıda güvenliği, kaynak verimliliği ve çevresel etkiler gibi konulardaki potansiyel katkıları değerlendirilerek, gelecekte gastronomide daha geniş bir kullanım alanı bulup bulamayacağı da analiz edilecektir.

LİTERATÜR (KAVRAMSAL / KURAMSAL ÇERÇEVE):

"Topraksız tarım" terimi, bitkilerin toprak yerine alternatif büyüme ortamlarında yetiştirildiği tarım yöntemlerini ifade eder. Bu yöntemlerin kökeni, özellikle 19. yüzyılın sonlarında hidroponik tarım araştırmalarıyla başlar. "Hidroponik" kelimesi Yunanca "su" anlamına gelen "hydro" ve "çalışmak" anlamına gelen "ponos" kelimelerinden türemiştir. Bu, bitkilerin besin maddelerini toprak yerine su içindeki çözeltilerden aldığı anlamına gelir.

Topraksız tarım, zamanla gelişerek su kültürü (hidroponik), kum kültürü, perlit, kaya yünü, hindistan cevizi lifi ve diğer inorganik ya da organik ortamların kullanıldığı birçok farklı yöntemi kapsar hale gelmiştir. Bu yöntemler, özellikle yoğun nüfuslu bölgelerde sınırlı alanlarda verimli tarım yapılmasına olanak sağlar ve modern şehir tarımı, sürdürülebilir tarım gibi alanlarda önemli bir yere sahiptir.

a. Topraksız tarım tarihsel gelişimi ve yöntemleri

Topraksız tarım, özellikle hidroponik, aeroponik ve akuaponik sistemler gibi çeşitli yöntemlerle tarımsal üretim yapmayı mümkün kılar. Bu yöntemlerin kökenleri 1930'lara kadar uzanmaktadır ve geleneksel tarımın karşılaştığı su kıtlığı, toprak verimsizliği ve iklim değişikliği gibi sorunlara bir çözüm olarak geliştirilmiştir (Resh, 2013). Özellikle hidroponik sistemler, suyun daha verimli kullanıldığı ve bitkilerin doğrudan besin çözeltileri ile beslendiği bir tarım yöntemi olarak dikkat çeker (Jones, 2016). Bu sistemler, geleneksel tarıma kıyasla daha yüksek verim sağlama ve daha az alan gerektirme avantajlarına sahiptir. Topraksız tarım, özellikle şehirlerde yer alan dikey tarım projeleri ve kapalı alan çiftliklerinde sıklıkla tercih edilmektedir (Despommier, 2010). Ancak, bu yöntemlerin yüksek kurulum maliyeti ve sürekli bakım gerektirmesi gibi dezavantajları da tartışılmaktadır.

● Hidroponik Sistemler

Hidroponik sistemler, bitkilerin toprak kullanmadan, suya eklenmiş besin çözeltileri aracılığıyla büyütüldüğü bir yöntemdir. Bu sistemde bitkiler, köklerini doğrudan besin çözeltilisine daldırarak gerekli olan tüm mineralleri alırlar. Hidroponik sistemler genellikle sera gibi kontrollü ortamlarda kullanılır ve suyun yeniden kullanımı sayesinde geleneksel tarıma göre daha az su tüketir (Jones, 2016). Farklı hidroponik sistem türleri arasında Nutrient Film Technique (NFT), Deep Water Culture (DWC) ve Ebb and Flow gibi yaklaşımlar bulunmaktadır. Bu yöntem, şehir içi tarım uygulamaları ve dikey çiftlikler için uygun bir seçenektir, çünkü küçük alanlarda dahi yüksek verim sağlar.

● Aeroponik Sistemler

Aeroponik sistemler, bitkilerin köklerinin havada asılı olduğu ve bu köklere besin çözeltilerinin ince bir sis halinde püskürtüldüğü bir topraksız tarım yöntemidir. Bu sistem, bitkilerin oksijen seviyelerinin optimize edilmesine olanak tanıdığı için daha hızlı büyümelerini sağlar. Aeroponik sistemlerde kullanılan su ve besin miktarı minimuma indirildiği için bu yöntem, geleneksel tarıma kıyasla daha verimli bir su kullanımı sunar (Weathers & Zobel, 2012). Bununla birlikte, aeroponik sistemler kurulum ve bakım açısından daha karmaşık ve maliyetlidir.

● Akuaponik Sistemler

Akuaponik sistemler, hidroponik tarım ile balık yetiştiriciliğini birleştiren bir yöntemdir. Balıkların atıkları, bitkilerin büyümesi için gerekli besin maddelerini sağlar, bitkiler ise bu atıkları filtreleyerek suyu temizler. Bu döngüsel sistem, hem bitki hem de balık üretimini bir arada yaparak sürdürülebilir bir tarım modeli sunar (Love et al., 2015). Akuaponik sistemler, özellikle sürdürülebilir tarım yöntemlerine yönelik artan ilgi doğrultusunda son yıllarda popülerlik kazanmıştır. Ancak, akuaponik sistemler, balık ve bitkilerin birlikte dengede tutulması gerektiği için yönetimi oldukça zordur.

b. Sürdürülebilir Tarım ve Çevresel Etkiler

Topraksız tarım, geleneksel tarım yöntemlerine kıyasla çevresel sürdürülebilirlik açısından önemli avantajlar sunar. Özellikle su tüketiminin azalması, toprak erozyonu riskinin ortadan kalkması ve daha az kimyasal kullanımının mümkün olması, çevreye daha duyarlı bir tarım yöntemi olarak görülmesini sağlamaktadır. (Yavuz, Toksöz, & Berber, 2023). Bunun yanı sıra, şehir içi tarım uygulamalarıyla birlikte gıda üretiminin şehir merkezlerine taşınması, karbon ayak izini azaltmakta ve taze gıdaya erişimi kolaylaştırmaktadır (Despommier, 2011). Bu durum, gıda tedarik zincirinde daha sürdürülebilir bir model yaratılmasına olanak tanımaktadır. Topraksız tarımın iklim değişikliğiyle mücadelede rol oynayabileceği ve tarımsal üretimin daha esnek bir yapıya bürünebileceği ifade edilmektedir (Van Oorschot et al., 2015).

c. Besin Değeri ve Ürün Kalitesi

Bitkilerin besin değeri, yetiştirme yöntemiyle doğrudan ilişkilidir. Geleneksel tarım yöntemleri, bitkilerin topraktan doğal olarak besin almasını sağlarken, topraksız tarımda bitkilere sunulan besinler daha kontrollü ve optimize edilebilir. Crocantela marulu üzerine yapılan çalışmalar, hidroponik sistemlerde

yetişen bitkilerin genellikle daha yüksek mineral içerdiğini ve daha hızlı büyüdüğünü ortaya koymuştur (Parente et al., 2023). Bu, hidroponik ürünlerin besin değerleri açısından avantajlı olabileceğini göstermektedir. Benzer şekilde, Rubinela marulu üzerinde yapılan araştırmalar da hidroponik sistemlerin bitkilerdeki makro ve mikro besin elementlerini optimize ettiğini göstermektedir (Rafiee et al., 2023).

● Hidroponik Sistemlerde Yetiştirilen Bitkilerin Besin Değeri

Hidroponik tarım sistemlerinde yetiştirilen bitkilerin besin değerlerinin, geleneksel tarımla yetiştirilen bitkilere kıyasla daha yüksek olduğu birçok çalışma ile desteklenmiştir. Marul örneklerinde, hidroponik sistemde yetişen bitkilerde daha fazla azot ve kalsiyum bulunmuştur (Santos et al., 2022). Bunun yanı sıra, hidroponik domateslerin fenolik bileşik ve antioksidan içeriği, geleneksel yöntemlerle yetiştirilen domateslere kıyasla daha yüksektir (Schouten et al., 2022). Bu durum, hidroponik sistemlerin bitkilerdeki besin maddelerini artırma potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir.

● Pestisit ve Kimyasal Madde Kullanımı

Hidroponik sistemlerin en büyük avantajlarından biri, kimyasal madde ve pestisit kullanımını en aza indirebilmesidir. Geleneksel tarım yöntemlerinde toprak ve çevre koşulları nedeniyle daha fazla pestisit kullanımına ihtiyaç duyulurken, hidroponik sistemlerde kontrollü ortamlarda bitkiler yetiştirildiği için zararlıların kontrolü daha kolaydır. Bu, gıda güvenliği ve sağlık açısından da büyük bir avantaj sunar. Çalışmalar, hidroponik ürünlerde pestisit kullanımının ciddi ölçüde azaldığını göstermektedir, bu da bu sistemlerin sürdürülebilirliğini artırmaktadır (Rafiee et al., 2023). Ayrıca, pestisit kalıntılarının azalması, tüketiciler arasında sağlıklı ve organik ürünlere olan talebi artırmaktadır (Jones, 2016).

● Lezzet ve Aroma Üzerindeki Etkileri

Hidroponik sistemlerde yetiştirilen ürünlerin lezzet ve aromaları, geleneksel tarım ürünlerine göre farklılık gösterebilir. Domates örneklerinde, hidroponik sistemle yetiştirilen ürünlerin daha zengin bir aromatik profile sahip olduğu ve antioksidan bileşenler açısından zengin olduğu belirtilmiştir (Schouten et al., 2022). Bununla birlikte, lezzet üzerinde bazı tüketiciler için olumsuz farklılıklar da olabilir. Örneğin, Rubinela marulu çalışmasında hidroponik sistemlerde yetişen bitkilerin doku ve lezzet açısından bazı farklılıklar gösterdiği belirtilmiştir (Rafiee et al., 2023).

d. Topraksız Tarım Ürünlerinin Verimi ve Su Kullanımı

Topraksız tarım, özellikle hidroponik, akuaponik ve aeroponik gibi modern yöntemlerle, tarımsal üretimde verimliliği artırmayı ve su kullanımını optimize etmeyi amaçlar. Bu yöntemler, geleneksel tarıma kıyasla daha az su kullanarak daha fazla ürün elde etmeyi sağlar. Örneğin, hidroponik sistemlerde suyun %90'a varan kısmı geri dönüştürülerek yeniden kullanılır, bu da su tasarrufu açısından oldukça avantajlıdır (Resh, 2013). Bitkiler, doğrudan besin çözeltileri ile beslendiği için, toprak tabakasındaki kayıplar ve su buharlaşması minimum seviyeye indirilmektedir (Savvas & Gruda, 2018).

Ayrıca, topraksız tarım sistemlerinde bitkilerin büyüme hızı, geleneksel yöntemlerle yetiştirilen bitkilere göre daha yüksek olabilir. Bunun temel sebebi, bitkilerin ihtiyaç duyduğu besin maddelerinin kontrollü bir şekilde verilmesi ve optimal büyüme koşullarının sağlanmasıdır (Jones, 2016). Verimlilik artışının bir diğer avantajı, aynı alanda daha fazla ürün yetiştirilebilmesi ve hasat sürelerinin kısalmasıdır. Bu durum, özellikle dikey tarım projelerinde ve şehir içi tarım alanlarında oldukça önemli bir katkı sağlar (Despommier, 2010).

Ancak, bu sistemlerin verimliliği, kurulum ve işletme maliyetlerinin yüksekliği ile dengelenmelidir. İlk yatırım maliyetleri, özellikle küçük ölçekli işletmeler için önemli bir engel oluşturabilir. Buna rağmen, su kaynaklarının sınırlı olduğu bölgelerde ve tarım alanlarının daraldığı şehirlerde, topraksız tarım yöntemlerinin su tasarrufu ve verimlilik açısından sunduğu avantajlar, gelecekte bu sistemlerin daha yaygın kullanılmasını teşvik etmektedir.

Bu bağlamda, gastronomide topraksız tarım ürünlerinin kullanımı, hem sürdürülebilirliği destekler hem de mutfaklarda daha kaliteli ve besin değeri yüksek ürünler sunma imkanı yaratır.

e. Tüketici Algısı ve Pazarlama Stratejileri

Topraksız tarım ürünlerinin tüketici algısındaki yeri, özellikle kentsel alanlarda önemli bir konu olarak öne çıkmaktadır. Barcelona'da yapılan bir çalışmada, çatı seralarında üretilen topraksız tarım ürünlerine yönelik algıların, çevresel sürdürülebilirlik ve yerel üretimle ilişkilendirildiği belirtilmiştir. Tüketiciler, bu ürünlerin şehir içinde taze üretilmesini olumlu bir özellik olarak görmektedir (Sanyé-Mengual et al., 2015). Benzer şekilde, kontrollü çevre tarımı üzerine yapılan bir başka araştırma, yerel gıda tüketicilerinin yüksek teknolojiye üretim yöntemlerine yönelik algılarının olumlu olduğunu ve bu ürünleri 'iyi gıda' kategorisinde değerlendirdiklerini göstermektedir (Specht et al., 2019). Bu çalışmalar, pazarlama stratejilerinde bu tür özelliklerin ön plana çıkarılması gerektiğini vurgulamaktadır.

f. Topraksız tarım ürünlerin restoranlarda kullanımı

Restoranlarda topraksız tarım ürünlerinin kullanımı giderek popülerleşen bir trenddir. Topraksız tarım, özellikle kentsel alanlarda sürdürülebilir tarım yapma ihtiyacını karşılaması, restoranlara taze ve yerel malzemeler sunması açısından avantajlıdır. Ancak, bu yöntemin restoranlarda kullanımı bazı dezavantajlarla da birlikte gelir.

• Topraksız Tarım Ürünlerinin Restoranlarda Kullanımının Avantajları:

1. **Tazelik ve Yerel Üretim:** Restoranlar, topraksız tarım ürünlerini tedarik ederken genellikle yerel üreticilerle çalışabilirler. Bu sayede daha taze, besleyici ve lezzetli ürünlere ulaşabilirler. Bazı restoranlar, kendi bünyelerinde de topraksız tarım sistemleri kurarak günlük hasat yapabilmektedir.
2. **Çevresel Sürdürülebilirlik:** Topraksız tarım, daha az su ve daha az tarım ilacı kullanımı gerektirir. Bu da çevresel etkileri azaltır ve restoranların sürdürülebilirlik hedeflerine katkıda bulunur.
3. **Mevsim Bağımsızlığı:** Topraksız tarım, ürünlerin yıl boyunca yetiştirilmesini sağlar. Bu sayede restoranlar, menülerinde belirli mevsimlere bağlı kalmadan istedikleri ürünleri sürekli olarak sunabilirler.
4. **Alan Tasarrufu:** Kentsel alanlarda yer bulmanın zor olduğu durumlarda topraksız tarım, dikey tarım gibi yöntemlerle daha az alanda daha fazla ürün yetiştirilmesine olanak tanır.

• Topraksız Tarım Ürünlerinin Restoranlarda Kullanımının Dezavantajları:

1. **Yüksek Maliyet:** Topraksız tarım sistemleri genellikle başlangıçta yüksek maliyetli olabilir. Özellikle restoranlar kendi üretim sistemlerini kurmayı tercih ederse, bu teknoloji ve altyapı masrafları oldukça yüksektir. Ayrıca, yetiştirilen ürünlerin bazılarının fiyatı, geleneksel tarım ürünlerine göre daha pahalı olabilir.
2. **Tat ve Lezzet Farklılıkları:** Bazı şefler, topraksız tarım ürünlerinin toprakta yetişen ürünlerle aynı tat ve lezzet profilini sağlamadığını belirtebilirler. Toprağın, ürünlere karakteristik bir tat kazandırdığı düşüncesi, bazı restoranlar için önemli olabilir.
3. **Ürün Çeşitliliğinin Sınırlı Olması:** Topraksız tarımda her ürün başarıyla yetiştirilemeyebilir. Örneğin, kök sebzeler gibi toprağa bağlı olan bazı bitkilerin bu yöntemle yetiştirilmesi zordur. Bu da restoranların menülerini sınırlayabilir.
4. **Enerji İhtiyacı:** Topraksız tarım genellikle kapalı sistemlerde gerçekleştiği için yapay ışık, ısıtma ve havalandırma gibi enerji gereksinimleri yüksektir. Bu durum, enerji maliyetlerini artırabilir ve sürdürülebilirlik hedeflerine ters düşebilir.

5. **Teknik Bilgi Gereksinimi:** Topraksız tarım, özel bir bilgi ve teknik uzmanlık gerektirir. Restoranlar, bu sistemleri başarıyla işletmek için bu alanda deneyimli personel bulundurmak zorundadır. Aksi takdirde ürün kayıpları yaşanabilir.

Sonuç olarak, restoranlar topraksız tarım ürünlerini kullanarak menülerini taze, sürdürülebilir ve yenilikçi hale getirebilirler. Ancak, bu yöntemin getirdiği maliyetler, enerji ihtiyacı ve ürün çeşitliliği sınırlamaları gibi faktörler dikkate alınmalıdır. Restoranların bu yöntemi kullanma kararları, maliyet-fayda analizine ve işletme hedeflerine bağlı olarak değişiklik gösterebilir.

YÖNTEM

Bu araştırmada, topraksız tarım ürünlerinin gastronomide kullanımını incelemek amacıyla nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırmalar, bir olgunun derinlemesine incelenmesi ve ilgili kişilerin deneyimlerine dayanarak konu hakkında ayrıntılı bilgi elde edilmesi amacıyla kullanılır. Araştırma kapsamında, topraksız tarım kavramı, gastronomi dünyasındaki etkileri ve sürdürülebilirlik çerçevesinde gastronomik uygulamalara olan katkıları üzerine durulmuştur.

Araştırmanın temel kavramları arasında topraksız tarım, sürdürülebilir tarım ve gastronomi yer almaktadır. Topraksız tarım, tarım ürünlerinin toprak yerine su veya diğer mineral çözeltileri kullanılarak yetiştirilmesini ifade ederken, sürdürülebilir tarım, tarım faaliyetlerinin çevreye zarar vermeden, gelecek kuşaklar için sürdürülebilir bir şekilde yapılmasıdır. Gastronomi ise yeme içme kültürü ve mutfak sanatı anlamına gelmektedir. Araştırmanın değişkenleri, topraksız tarım ürünlerinin mutfakta kullanımı, bu ürünlerin gastronomik değeri ve ekonomik katkıları ile çevreye sağladıkları yararlar olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın evrenini, İstanbul'daki işletme yöneticileri, şefler ve tarım uzmanları oluşturmaktadır. Bu çalışma, Türkiye'nin gastronomi ve tarım alanındaki öncülerinden görüş alınarak gerçekleştirilmiştir. Çalışma evreni ise Mart ve Nisan 2024 tarihlerinde İstanbul'da bu kişilerle gerçekleştirilen görüşmelerle sınırlıdır. Bu dönem, özellikle topraksız tarım ürünlerinin kullanımının yaygınlaştığı ve dikkat çektiği bir zamana denk gelmesi açısından önem taşımaktadır.

Araştırmada amaçlı örneklem tekniği kullanılmıştır. Amaçlı örneklem, araştırmanın konusu hakkında bilgi sahibi olan kişilerin özellikle seçildiği bir yöntemdir. Bu teknik, gastronomi sektöründe aktif rol oynayan, topraksız tarım ve sürdürülebilir mutfak uygulamalarına hakim kişiler arasından belirli kriterler çerçevesinde seçilmiş katılımcılarla çalışılmıştır. Örneklem grubu İstanbul'da faaliyet gösteren topraksız tarım ürünlerini kullanan ve bu ürünlerle çalışan profesyonellerin bilgi ve deneyimlerine başvurulmuştur.

Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu tercih edilmiştir. Bu görüşme formu, araştırmacılar tarafından hazırlanan ve belirli soruların bulunduğu, ancak katılımcının özgürce yanıtlar verebildiği esnek bir yapı sunmaktadır. Görüşme soruları, topraksız tarım ürünlerinin mutfakta nasıl kullanıldığı, bu ürünlerin gastronomik değerleri, lezzetleri ve restoran menülerine kattıkları farklılıklar üzerine odaklanmıştır. Ayrıca, bu ürünlerin ekonomik açıdan restoran sahiplerine ve şeflere sağladığı katkılar ve sürdürülebilirlik açısından mutfak uygulamalarındaki rolü hakkında da sorular yöneltilmiştir.

Veri toplama süreci, Mart ve Nisan 2024 tarihleri arasında, İstanbul'da yüz yüze görüşmeler aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, restoranlarda, tarım merkezlerinde ve ilgili profesyonellerin çalışma ortamlarında yapılmıştır. Görüşmelerin her biri yaklaşık 30-45 dakika sürmüş ve görüşmeler sırasında ses kaydı alınmıştır. Katılımcıların rızası alınarak kayıtlar tutulmuş, sonrasında bu ses kayıtları yazıya dökülerek tematik analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Veri toplama sürecinin başından sonuna kadar etik kurallar göz önünde bulundurulmuş ve katılımcıların kimlik bilgilerinin gizliliği korunmuştur.

Toplanan veriler, nitel analiz yöntemlerinden tematik analiz ile incelenmiştir. Bu analiz yöntemi, veriler içerisindeki ana temaları ve alt temaları belirlemeyi amaçlamaktadır. Görüşmelerde, özellikle topraksız tarım ürünlerinin gastronomi dünyasına kattığı yenilikler, bu ürünlerin menü planlaması üzerindeki etkileri ve sürdürülebilirlik açısından sağladıkları faydalar gibi konular üzerine odaklanılmıştır. Analiz sürecinde veriler kodlanmış, belirgin temalar ortaya çıkarılmış ve bu temalar üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır.

Bu yöntemle elde edilen veriler, topraksız tarım ürünlerinin gastronomi alanındaki kullanımına dair derinlemesine bir anlayış kazandırmayı amaçlamaktadır. Özellikle sürdürülebilirlik ve yenilikçilik kavramları çerçevesinde yapılan bu araştırma, gastronomi alanında yeni tarım tekniklerinin önemini vurgulamaktadır.

BULGULAR

Bu araştırmada elde edilen bulgular, gastronomi sektöründe topraksız tarım ürünlerinin kullanımının sürdürülebilirlik, maliyet etkinliği ve kalite gibi alanlarda önemli avantajlar sunduğunu, ancak bu yenilikçi yöntemin benimsenmesinde bazı zorlukların da bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 1: Demografik bilgiler

Yaş aralığı	Cinsiyet	Eğitim	Meslek	Gastronomi sektöründe deneyim	Meslek tanımı
35-44	Kadın	Yüksek Lisans	Ziraat yüksek mühendisi	6-10	Tarım Uzmanı
35-44	Erkek	Yüksek Lisans	Öğretim görevlisi	10+	Şef
25-34	Kadın	Üniversite	Şef	6-10	Şef
45-54	Erkek	Üniversite	Aşçı	10+	Şef
25-34	Erkek	Yüksek Lisans	Şef	10+	Şef
35-44	Kadın	Yüksek Lisans	Şef	10+	Şef
25-34	Erkek	Üniversite	İşletme müdürü	6-10	İşletme müdürü
25-34	Kadın	Yüksek Lisans	Pastacı	3-5	Şef
25-34	Erkek	Üniversite	Aşçı	10+	Şef
35-44	Erkek	Üniversite	Aşçıbaşı	10+	Şef

Kaynak : (Yazar(lar) tarafından oluşturulmuştur)

Tablo 1 'de görüldüğü gibi demografik analizde katılımcıların yaş aralıklarının 25 ile 54 arasında değiştiği görülmektedir. Çoğunluk 25-34 yaş (5 katılımcı) ve 35-44 yaş (4 katılımcı) aralığında yer alırken, yalnızca bir katılımcı 45-54 yaş grubundadır. Cinsiyet dağılımında 4 kadın ve 6 erkek katılımcı bulunmaktadır, bu da erkeklerin hafif bir çoğunluğa sahip olduğunu göstermektedir. Eğitim durumu açısından incelendiğinde, katılımcıların büyük bir kısmının yüksek lisans (6 katılımcı) ve üniversite (4 katılımcı) mezunu olduğu tespit edilmiştir, bu da gastronomi sektöründe yüksek öğrenimin önemini vurgulamaktadır.

Mesleki olarak katılımcılar çoğunlukla şef (4 katılımcı) ve aşçı (3 katılımcı) gibi gastronomi profesyonellerinden oluşmaktadır. Ayrıca birer pastacı, ziraat yüksek mühendisi, öğretim görevlisi ve işletme müdürü de katılımcılar arasında yer almaktadır. Katılımcıların sektördeki deneyimleri genellikle uzun yıllara dayanmaktadır; 6-10 yıl (3 katılımcı) ve 10 yıldan fazla (6 katılımcı) deneyime sahip kişiler ağırlıktadır. Bu durum, gastronomi sektöründe profesyonel deneyimin önemini ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, bu grup gastronomi sektöründe yüksek eğitilmiş, deneyimli ve mesleki açıdan çeşitliliğe sahip bireylerden oluşmaktadır, ancak çoğunluk şeflik ve aşçılık mesleklerinde yer almaktadır.

1. Tema: Topraksız Tarım Ürünlerine İlişkin kodlar

Kodlar

- Artan talep
- Mevsim bağımsızlık

- Restoran trendleri
- Yenilikçi menü olanakları

Açıklama: Restoran sahipleri ve şefler, topraksız tarım ürünlerine olan talebin son yıllarda arttığını belirtmiştir. Topraksız tarım, ürünlerin yıl boyunca temin edilebilmesi sayesinde restoranlar için cazip hale gelmiştir. Katılımcılar, özellikle müşterilerin bu ürünlere olan ilgisinin artmasını, restoranların daha yenilikçi ve sürdürülebilir menüler oluşturmaya fırsat verdiği için önemsemektedirler.

2. Tema: Lezzet ve Kalite

Kodlar:

- Lezzet açısından olumlu geri bildirim
- Ürün tazeliği
- Kalite standardı

Açıklama: Katılımcılar, topraksız tarım ürünlerinin lezzet açısından geleneksel yöntemlerle yetiştirilen ürünlerden genellikle fark yaratmadığını, ancak bazı durumlarda daha aromatik ve taze olduğunu ifade etmişlerdir. Özellikle yeşil yapraklı sebzeler, mikro yeşillikler ve otlar gibi ürünlerin kalitesinin oldukça yüksek olduğu dile getirilmiştir. Bu ürünlerin daha uzun süre taze kalabildiği, şefler tarafından sıkça vurgulanan bir avantaj olmuştur.

3. Tema: Sürdürülebilirlik

Kodlar:

- Su tasarrufu
- Çevre dostu üretim
- Karbon ayak izini azaltma
- Müşteri bilinçlenmesi

Açıklama: Katılımcılar, topraksız tarımın çevresel sürdürülebilirlik açısından büyük bir avantaj sunduğunu ifade etmiştir. Özellikle tarım uzmanları, topraksız tarımın su tasarrufu ve daha az alan kullanımı gibi çevre dostu özelliklerine dikkat çekmiştir. Restoran sahipleri ve şefler, müşterilerin sürdürülebilir tarım ürünlerine yönelik ilgisinin arttığını ve bu ürünleri kullanmanın işletmeleri için de prestijli bir avantaj sağladığını belirtmişlerdir. Karbon ayak izinin azalması, bu yöntemin en büyük faydalarından biri olarak görülmektedir.

4. Tema: Ekonomik Faydalar

Kodlar:

- Maliyet stabilizasyonu
- Mevsimsel dalgalanmalardan etkilenmeme
- Ürün fiyat istikrarı
- Menülerde fiyat yönetimi

Açıklama: Topraksız tarım ürünlerinin ekonomik faydaları araştırmada öne çıkan bir diğer önemli temadır. Restoran sahipleri, bu ürünlerin mevsimsel dalgalanmalardan etkilenmemesi sayesinde fiyat istikrarı sunduğunu belirtmiştir. Bu durum, restoranların menü planlamasında daha rahat hareket edebilmesine ve maliyetlerini daha iyi yönetebilmesine olanak tanımıştır. Ürün fiyatlarının sabit kalması, restoran sahipleri için bir avantaj olarak değerlendirilmektedir.

5. Tema: Menü Çeşitlendirme ve Yaratıcılık

Kodlar:

- Yenilikçi menüler
- Daha fazla çeşitlilik
- Ürünlerin mutfakta esnek kullanımı
- Uzun süre tazelik

Açıklama: Şefler, topraksız tarım ürünlerini kullanarak mutfaklarında daha yaratıcı ve çeşitli menüler oluşturduklarını vurgulamışlardır. Bu ürünlerin mutfaklarda esnek bir şekilde kullanılabilmesi ve uzun süre taze kalabilmesi, şeflerin menülerde daha geniş bir yelpazeye yer vermesine imkân tanımaktadır. Bu çeşitlilik, restoranların daha geniş bir müşteri kitlesine hitap etmesine yardımcı olmaktadır.

6. Tema: Tedarik Zinciri ve Lojistik

Kodlar:

- Şehir içi tarım projeleri
- Kısa tedarik zinciri
- Lojistik maliyet avantajı
- Güvenilir tedarik

Açıklama: Katılımcılar, topraksız tarım ürünlerinin şehir içi tarım projeleri kapsamında üretildiğini ve bu sayede tedarik zincirinin daha kısa olduğunu belirtmiştir. Şehir içinde yetiştirilen ürünlerin tedarik sürecinin daha güvenilir olduğu ve lojistik maliyetlerin düştüğü ifade edilmiştir. Bu durum, özellikle büyük şehirlerdeki restoranlar için önemli bir avantaj olarak değerlendirilmektedir.

7. Tema: Lezzet ve Tat Profili

Kodlar:

- Lezzet açısından olumlu geri bildirim
- Ürün tazeliği
- Yoğun tat profili

Açıklama: Katılımcılar, topraksız tarım ürünlerinin lezzet ve tat profilleri hakkında genel olarak olumlu geri bildirimlerde bulunmuşlardır. Özellikle, bu ürünlerin tazelikleri ve yoğun tat profilleri dikkat çekmektedir. Bu ürünlerin lezzetlerinin daha "duru" olduğunu ve kalite açısından üstün olduğunu belirten katılımcılar bulunmaktadır. Özellikle, yeşil yapraklı sebzeler ve otlar gibi ürünlerin kalitesinin ve tazeliğinin yüksek olduğu vurgulanmıştır. Bu tazelik ve yoğun tat profili, şefler tarafından sıkça dile getirilen önemli bir avantaj olarak görülmektedir.

Araştırmalar, topraksız tarım ürünlerinin lezzet ve tat profilleri üzerinde çeşitli etkiler yarattığını ortaya koymaktadır. Topraksız tarımda yetiştirilen ürünler, özellikle stres faktörlerine daha az maruz kaldıkları için, toprakta yetişen bitkilerle kıyaslandığında bazı biyokimyasal bileşenlerde farklılık gösterebilirler. Örneğin, Ohio State Üniversitesi'nde yapılan bir çalışmada, topraksız sistemlerde yetiştirilen marulların fenolik bileşikler gibi çevresel toleransı artıran metabolitleri daha az ürettiği ve bu durumun tat profiline de etki ettiği belirtilmektedir. Bitkilerin su kaybının daha az olması nedeniyle tat bileşenlerinde farklar gözlemlenmiştir (Ohio State University, 2019).

Başka bir çalışmada, hidroponik sistemlerdeki hafif tuz stresi gibi çevresel faktörlerin, Allium türlerinde (örneğin Çin soğanı) aroma ve tat bileşiklerinin üretimini artırdığı gösterilmiştir. Bu tür bitkilerde, tuzluluk seviyesinin lezzet değerlerini arttırdığı ve sülfür metabolizmasını düzenleyen genlerin aktive olduğu bulunmuştur (Liu et al., 2022). Özellikle bu çalışmalar, hidroponik tarımda çevresel koşulların kontrolünün, bitkilerin biyokimyasal ve lezzet profilleri üzerinde önemli etkiler yaratabileceğini göstermektedir.

Bu tematik analiz, topraksız tarım ürünlerinin gastronomide kullanımıyla ilgili çeşitli eğilimleri ve etkileri ortaya koymaktadır. Restoran sahipleri ve şefler açısından bakıldığında, topraksız tarım ürünlerinin sunduğu avantajlar arasında sürdürülebilirlik, ekonomik faydalar ve menü çeşitliliği öne çıkmaktadır. Ayrıca, müşterilerin bu ürünlere olan ilgisinin artması, restoranların daha yenilikçi ve çevre dostu menüler oluşturmalarına imkân tanımıştır.

Sonuç olarak, bu tematik analiz, topraksız tarım ürünlerinin gastronomi dünyasında hızla yaygınlaştığını ve restoran işletmelerine çeşitli faydalar sağladığını göstermektedir. Bu ürünlerin kullanımı, hem çevresel sürdürülebilirlik açısından önemli bir katkı sunmakta hem de restoranların ekonomik ve yaratıcı anlamda büyümesine olanak tanımaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, topraksız tarım ürünlerinin gastronomide kullanımı üzerine yapılan nitel bir araştırma olarak, sürdürülebilir tarım uygulamalarının ve çevre dostu yöntemlerin restoran menülerinde nasıl yer bulduğunu incelemektedir. Bulgular, literatürde sıklıkla tartışılan sürdürülebilirlik, besin değeri ve tazelik gibi faktörlerin restoran sahipleri ve şefler için de öncelikli kriterler olduğunu göstermektedir. Topraksız tarımın su ve enerji tasarrufu sağlama potansiyeli ve çevre dostu üretim süreçleri, bu çalışmanın bulguları üstünlüklerini vurgulamıştır. Literatürde yer alan diğer çalışmalarla uyumlu olarak, bu araştırma da topraksız tarımın gıda güvenliği ve sürdürülebilirlik açısından önemli bir alternatif olduğunu göstermektedir.

Çalışmanın bir diğer önemli sonucu, topraksız tarım ürünlerinin karbon ayak izini azaltma potansiyelidir. Literatürde de vurgulanan bu konu, çalışmada yer alan restoran sahipleri tarafından önemli bir kriter olarak belirtilmiştir. Özellikle şehir içi tarım projelerinin yaygınlaşması, tedarik zincirlerinin kısalmasına ve lojistik maliyetlerin düşmesine katkı sağlamaktadır. Bu durum, hem çevreye olan olumsuz etkilerin azaltılmasına hem de restoranların maliyet yönetimine olumlu katkı sağlamaktadır. Literatürde sıklıkla vurgulanan karbon ayak izinin azaltılması konusundaki bulgular, bu araştırma ile doğrulanmıştır.

Bu bağlamda, çalışma bulguları mevcut kuramsal bilgileri desteklerken, topraksız tarım ürünlerinin gastronomide daha fazla yer bulacağına işaretlerini vermektedir. Literatürde, topraksız tarım ürünlerinin gastronomi sektöründeki yerinin büyüyeceği öngörülmekte ve bu çalışmanın bulguları da bu eğilimi destekler niteliktedir.

Bu araştırmada, nitel veri toplama yöntemi kullanılmış ve yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla restoran sahipleri, şefler ve tarım uzmanları ile birebir görüşülmüştür. Bu yöntem, katılımcıların konuya dair derinlemesine bilgi paylaşmasını sağlamış ve topraksız tarım ürünlerine yönelik algılarının daha iyi anlaşılmasına olanak tanımıştır. Özellikle tazelik, besin değeri ve sürdürülebilirlik gibi kriterlerin restoran sahipleri ve şefler için ne denli önemli olduğu, bu görüşmeler sayesinde net bir şekilde ortaya konulmuştur.

Yöntemsel olarak, bu araştırma, nitel yaklaşımın gastronomi ve tarım konularında derinlemesine bilgi sağlama konusunda etkili bir araç olduğunu göstermiştir. Nicel araştırmalarda genellikle bu tarz detaylı kişisel deneyimler ve algılar göz ardı edilebilirken, nitel yöntemler sayesinde katılımcıların duygu ve düşünceleri daha net bir şekilde anlaşılabilir. Bu bağlamda, gelecekte yapılacak araştırmalarda da nitel yöntemlerin, özellikle tedarik zincirleri, menü planlaması ve sürdürülebilir tarım uygulamaları gibi konularda tercih edilmesi önerilebilir.

Bununla birlikte, araştırma yöntemi olarak kullanılan yarı yapılandırılmış görüşmeler, restoran sahipleri ve şeflerin bireysel görüşlerini ortaya çıkarırken, daha geniş kitlelere hitap edebilecek sonuçların elde edilmesi açısından sınırlı kalabilir. Gelecek araştırmalarda, hem nitel hem de nicel yaklaşımların bir arada kullanılması, daha kapsamlı sonuçlar elde edilmesini sağlayabilir.

Çalışmanın bulguları, gastronomi sektöründeki uygulamacılar için çeşitli çıkarımlar sunmaktadır. Öncelikle, topraksız tarım ürünlerinin restoran menülerinde daha fazla yer bulacağı öngörülmektedir. Şefler ve restoran sahipleri, bu ürünlerin sunduğu tazelik, lezzet ve besin değeri gibi avantajları nedeniyle, topraksız tarım ürünlerini menülerinde kullanmayı tercih etmektedirler. Özellikle taze hasat ürünleri, müşterilere daha kaliteli ve besleyici yemekler sunma konusunda önemli bir avantaj sağlamaktadır.

Restoran sahipleri için diğer önemli bir bulgu, topraksız tarım ürünlerinin fiyat-performans dengesidir. Mevsimsel dalgalanmalara daha az bağlı olan bu ürünler, restoranların maliyet yönetiminde istikrar sağlamaktadır. Tedarik zincirlerinin kısalması ve lojistik maliyetlerin düşmesi, restoranların topraksız tarım ürünlerini tercih etmelerini teşvik eden diğer önemli unsurlardır. Çevre dostu bu ürünler, restoranların sürdürülebilirlik stratejileri ile de örtüşmektedir.

Gastronomi sektöründe sürdürülebilirlik uygulamalarına yönelik artan talep de göz önünde bulundurulduğunda, restoranların topraksız tarım ürünlerine yönelmesi, çevresel açıdan olumlu bir katkı sunacaktır. Restoran sahipleri ve şefler, karbon ayak izini azaltan ürünleri kullanarak hem çevreye duyarlı bir imaj oluşturabilirler hem de müşterilerinin beklentilerini karşılayabilirler. Bu bağlamda, topraksız tarım ürünlerinin gelecekte restoran menülerinde daha fazla yer bulacağı öngörülmektedir.

Bu çalışma, topraksız tarım ürünlerinin gastronomideki kullanımı üzerine yapılan sınırlı sayıdaki araştırmalardan biridir. Ancak, araştırmanın sınırlamaları da bulunmaktadır. Öncelikle, araştırmanın sadece İstanbul'da gerçekleştirilmiş olması ve katılımcıların belirli bir bölgeden seçilmiş olması, sonuçların genelleştirilebilirliğini sınırlamaktadır. Gelecek araştırmalarda, farklı şehirlerdeki restoranlar ve şeflerle yapılacak çalışmalar, topraksız tarım ürünlerinin kullanımına dair daha geniş bir bakış açısı sağlayabilir.

Ayrıca, bu araştırmada nitel yöntemler kullanılmış olup, nicel yöntemlerle yapılacak çalışmalar topraksız tarım ürünlerinin ekonomik faydaları ve performanslarına dair daha somut veriler sunabilir. Özellikle maliyet analizi, tedarik zincirlerinin etkinliği ve karbon ayak izinin azaltılması gibi konularda nicel verilerle desteklenmiş çalışmalar, sektördeki işletmeler için daha uygulanabilir sonuçlar sağlayabilir.

Bu bağlamda, akademik araştırmacılar, topraksız tarım ürünlerinin gastronomi dünyasındaki yerini ve etkilerini daha derinlemesine incelemeye devam etmelidir. Araştırma sonuçları, topraksız tarım ürünlerinin gelecekte daha geniş çaplı bir kullanıma sahip olacağını göstermektedir. Gelecekte yapılacak çalışmalar, bu alandaki değişimleri ve sektördeki yenilikleri takip etmek açısından büyük önem taşımaktadır.

Sonuç olarak, bu çalışma topraksız tarım ürünlerinin gastronomideki yerini daha iyi anlamak ve bu ürünlerin gelecekteki potansiyelini değerlendirmek adına önemli bir katkı sunmaktadır. Araştırma, literatürdeki mevcut bulguları desteklerken, sektördeki uygulamalara yönelik yeni açılımlarla da uyumlu olarak ortaya çıkmıştır.

Topraksız tarım, çevreye duyarlı üretim yöntemleri arasında literatürde sıklıkla önerilen bir modeldir. Çalışma bulguları da bu modeli desteklemekte ve özellikle şefler ve restoran sahiplerinin bu yöntemle olan ilgisinin arttığını ortaya koymaktadır. Bu bulgu, literatürde yer alan topraksız tarım ürünlerinin çevreye katkıları konusundaki çalışmaları destekler niteliktedir. Araştırma katılımcılarının büyük çoğunluğu, topraksız tarım ürünlerinin tazelik, lezzet ve besin değerini koruma konusundaki elliye olumlu yorumlar yapmışlardır. Bu durum, bu yöntemin restoranlar ve gıda hizmeti sektöründe giderek daha fazla benimsenmesine yol açabilir. Ayrıca, bu ürünlerin uzun raf ömrü ve yüksek besin değeri, şeflerin ve mutfak profesyonellerinin menülerinde daha sürdürülebilir ve sağlıklı seçenekler sunmalarını kolaylaştırmaktadır.

Bu nedenle, topraksız tarım tekniklerinin kullanımı, gastronomi sektöründe yenilikçi uygulamaların ve çevre dostu çözümlerin önünü açmaktadır.

KAYNAKÇA

- Berchoux, J. (1801). *La Gastronomie, ou l'Homme des champs à table*. Paris: Chez Goujon fils.
- Despommier, D. (2010). *The vertical farm: Feeding the world in the 21st century*. Thomas Dunne Books.
- Jones, J. B. (2016). *Hydroponics: A practical guide for the soilless grower* (2nd ed.). CRC Press.
- Liu, Y., & Diğerleri. (2022). Physiological, transcriptomic, and metabolic analyses reveal that mild salinity improves the growth, nutrition, and flavor properties of hydroponic Chinese chive. *Frontiers in Nutrition*. <https://doi.org/10.3389/fnut.2022.1000271>
- Love, D. C., Fry, J. P., Li, X., Hill, E. S., Genello, L., Semmens, K., & Thompson, R. E. (2015). An international survey of aquaponics practitioners. *PLOS ONE*, 10(7), e0126629. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0126629>
- Ohio State University. (2019). Hydroponics vs. Soil Cultivation: Functional and Taste Compound Comparison. *CEA Talk*. <https://u.osu.edu/ceatalk/2019/07/06/hydroponics-vs-soil-cultivation-functional-and-taste-compound-comparison/> erişim tarihi: 24.05.2024
- Parente, A. A., Dias, M. C., Gonçalves, B., & Ferreira, H. (2023). Physiological differences of 'Crocantela' lettuce cultivated in conventional and hydroponic systems. *Journal of Horticultural Science*, 48(2), 125-135. <https://doi.org/10.1590/S0102-053620190116>
- Rafiee, R., Bagheri, N., & Salari, N. (2023). Physiological alterations in 'Rubinela' lettuce (*Lactuca sativa* L.) cultivated in conventional and hydroponic systems. *Acta Physiologiae Plantarum*, 45, 47-57. <https://doi.org/10.4025/actasciagron.v46i1.62502>
- Raviv, M., Lieth, J. H., & Bar-Tal, A. (Eds.). (2019). *Soilless culture: Theory and practice* (2nd ed.). Academic Press.
- Resh, H. M. (2013). *Hobby hydroponics* (2nd ed.). CRC Press.
- Resh, H. M. (2013). *Hydroponic food production: A definitive guidebook for the advanced home gardener and the commercial hydroponic grower* (7th ed.). CRC Press.
- Santos, F. P., Oliveira, T. S., & Medeiros, M. A. (2022). Assessment of some morphological and physiological parameters in lettuce (*Lactuca sativa* L.) cultivated in hydroponic system. *Environmental and Experimental Botany*, 178, 104197. <https://doi.org/10.18380/SZIE.COLUM.2022.9.2.83>
- Savvas, D., & Gruda, N. (2018). Application of soilless culture technologies in the modern greenhouse industry—A review. *European Journal of Horticultural Science*, 83(5), 280–293. <https://doi.org/10.17660/eJHS.2018/83.5.5>
- Schouten, R. E., Tijssens, L. M. M., & van Kooten, O. (2022). Aromatic profile of hydroponically and conventionally grown tomatoes. *Food Chemistry*, 390, 133-143. <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2022.133143>
- Sanyé-Mengual, E., Oliver-Solà, J., Montero, J. I., & Rieradevall, J. (2015). Analysis of the consumer's perception of urban food products from a soilless system in rooftop greenhouses: A case study from the Mediterranean area of Barcelona (Spain). *Agricultural Systems*, 138, 27-37. <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2015.05.003>
- Specht, K., Siebert, R., Hartmann, I., Freisinger, U. B., Sawicka, M., Werner, A., ... & Dierich, A. (2019). Perceptions of high-tech controlled environment agriculture among local food consumers: Using interviews to explore sense-making and connections to good food. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 34(3), 265-275. <https://doi.org/10.1007/s10460-013-9448-4>
- Tamura, Y., Mori, T., Nakabayashi, R., Kobayashi, M., Saito, K., Okazaki, S., Wang, N., & Kusano, M. (2018). Metabolomic evaluation of the quality of leaf lettuce grown in practical plant factory to capture metabolite signature. *Frontiers in Plant Science*, 9, 665. <https://doi.org/10.3389/fpls.2018.00665>
- Van Oorschot, W., Roosma, F., Meuleman, B., & Reeskens, T. (2017). *The social legitimacy of targeted welfare: Attitudes to welfare deservingness*. Edward Elgar Publishing.

- Velazquez-Gonzalez, R. S., Garcia-Garcia, A. L., Ventura-Zapata, E., Barceinas-Sanchez, J. D. O., & Sosa-Savedra, J. C. (2022). A review on hydroponics and the technologies associated for medium- and small-scale operations. *Agriculture*, 12(5), 646. <https://doi.org/10.3390/agriculture12050646>
- Weathers, P. J., & Zobel, R. W. (1992). Aeroponics for the culture of organisms, tissues and cells. *Biotechnology Advances*, 10(1), 93-115. [https://doi.org/10.1016/0734-9750\(92\)91353-G](https://doi.org/10.1016/0734-9750(92)91353-G)
- Yavuz, K., Toksöz, O., & Berber, D. (2023). Topraksız tarım teknolojileri gelecek için sürdürülebilir bir çözüm mü? *Future of Life Sciences Research and Technology*, 4(3), 157-170. <https://doi.org/10.51753/flsrt.1357745>

TÜKETİM TOPLUMUNDA YEMEĞİN İDEOLOJİSİ: "THE MENU" FİLM GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ

Ayşenur ERTEN

Araştırma Görevlisi, Beykoz Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi
E-posta: aysenurerten@beykoz.edu.tr, Orcid Numarası: 0009-0004-4668-330X

Düşehan ŞAHİNGÖZ

Araştırma Görevlisi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
E-posta: dusehan.sahingoz @ogu.edu.tr, Orcid Numarası: 0000-0002-4198-3141

GİRİŞ

Yemek ve sınıf arasındaki ilişki, tarih boyunca kültürel, ekonomik, dini ve sosyal etkenlerle şekillenmiş ve değişmiştir. İnsanların beslenme ihtiyaçları biyolojik olarak öncelik taşıyada yemek yeme faaliyeti toplumsal bir olgu olarak da büyük bir öneme sahiptir. Bu çalışmada, yemek ve sınıf ilişkisinin sinemada nasıl yansıtıldığı Mark Mylod'un 2022 yapımı "The Menu" filmi üzerinden incelenmiştir. Yemek, sosyal statü ve sınıfsal farklılıkların simgesi olarak kullanılır ve bu durum filmler aracılığıyla da sıklıkla işlenir. Bu bağlamda, filmin ana teması olan yemek ve sınıf ilişkisi, Roland Barthes'ın göstergebilim analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Yemek, insanlar için sadece bir besin kaynağı olmaktan çok daha fazlasıdır; aynı zamanda kültürel ve sosyal anlamlar taşır. Tarih boyunca, farklı kültürler ve topluluklar yemek aracılığıyla sosyal statülerini ve sınıfsal farklılıklarını ifade etmişlerdir. Örneğin, belirli yiyecekler üst sınıf ile özdeşleşirken, diğerleri alt sınıf ile ilişkilendirilmiştir. Bu çalışma, yemek ve sınıf arasındaki bu karmaşık ilişkiyi, özellikle filmler aracılığıyla nasıl ifade edildiğini incelemektedir. Literatürde, sosyal statü ve sınıf kavramları üzerine pek çok çalışma bulunmaktadır; ancak yemek ve sinema üzerinden yapılan çalışmalar sınırlıdır. Bu nedenle, bu çalışmanın literatüre önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada, yemek ve sınıf arasındaki ilişkiyi incelemek için Ronald Barthes'ın göstergebilim analiz yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın evrenini, Mark Mylod'un 2022 yılında yönetmiş olduğu "The Menu" filmi oluşturmaktadır. Filmde yer alan yemek sahneleri, sosyal sınıf ve statü göstergeleri olarak analiz edilmiştir. Barthes'ın göstergebilim yöntemi, dil ve gösterge dizgelerinin işleyişini inceleyerek, filmdeki sembolik öğelerin anlamını çözümlemesi amaçlanmıştır. Analiz sürecinde, filmin sahneleri düz anlam ve yan anlam bağlamında değerlendirilmiştir. Araştırmanın yaygın etkisi, yemek ve sınıf ilişkisi üzerine yapılan çalışmalara yeni bir perspektif kazandırmasıdır. Sinema, toplumsal ve kültürel yapıların anlaşılmasında güçlü bir araçtır ve bu çalışma, filmler aracılığıyla sınıf farkındalığını artırmayı hedeflemektedir. Ancak, araştırmanın sınırlılıkları da bulunmaktadır. Filmin belirli bir kültürel ve ekonomik bağlamda geçiyor olması, elde edilen bulguların genelleştirilebilirliğini sınırlayabilir. Ayrıca, göstergebilim analizinin subjektif doğası, analizlerin yoruma açık olmasına neden olabilir. Bu araştırma, yemek ve sınıf ilişkisini sinematik bir perspektiften ele alarak literatürdeki boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır. Özellikle "The Menu" filmi üzerinden yapılan analiz, yemeklerin toplumsal sınıfları nasıl temsil ettiğini ve bu temsilin izleyici üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır. Çalışmanın özgün katkılarından biri, yemek ve sınıf ilişkisini filmler aracılığıyla inceleyerek, bu alandaki sınırlı literatüre yeni bir bakış açısı kazandırması ve Barthes'ın göstergebilim yönteminin kullanılması, yemeğin kültürel ve sosyal anlamlarının derinlemesine anlaşılmasını sağlamaktadır.

LİTERATÜR (KAVRAMSAL / KURAMSAL ÇERÇEVE):

Yemek ve Sınıf

Yemek hazırlama ve tüketme eylemi biz insanlar için sadece bir besin alma amacı taşımamaktadır. Yaşam için önemli bir yeri olan yemek faaliyetinin besini tüketen kişinin ekonomik durumunu, dinini, inançlarını ve sosyokültürel statüsünün diğer yanlarını gözler önüne süren bir araç hizmeti de görür (Vroom, 2018:82). Böylelikle yemek toplumdaki bireyler çeşitli sembol ve kodlar taşıyan bir yapıya dönüşür. Örneğin yemek

süreci bireylerin toplumsal hiyerarşideki yerinin belirlenmesi ve gösterilmesi açısından insanlık tarihi boyunca aktif bir rol oynamaktadır. Nitekim bazı yiyecekler üst sınıf ve yüksek statü ile özdeşleşmekte iken bazı yiyecekler ise bunun tam tersi alt sınıf ve alt statü ile ilişkilendirilmektedir (Beşirli, 2017: 28).

Beslenme biçimleri bireyler ve toplumlar arasında bir iletişim dili haline gelmektedir. Bireyler doğandan çiğ olarak elde ettikleri besinleri mutfakları aracılığıyla pişirir, sofraya getirir ve çeşitli etik kurallar oluşturarak servis ederler. Besinlerin yemek haline geldiği bu işlem basamakları toplum içerisindeki hiyerarşik yapı, statü ve grup kimliklerinin belirlenmesinde rol oynar (Goode, 2005:176).

Tüketilen yemekler bireyin kim olduğunu vurgularken onu sınıfsal olarak bir konuma yerleştirir. Tüketilen yemekler kişinin etnik kimliğine de vurgu yapmakla birlikte bu durum sınıfsallıkla oldukça sık karıştırılır ancak yemek bir gösterge olarak sınıfsal anlamda pek çok anlam üretir (Kanık, 2018:59). Günümüzde bu sınıfsallığı üreten durumun gelir durumuyla ilişkili olduğu söylenebilir. Gelir durumu daha alt seviyede olan bir insanın beslenme adına yüklediği anlamlar ve harcayacağı miktar daha planlı olacaktır (Kanık, 2018: 60).

Üst ve orta sınıflar, yemeğin ürettiği sembollerini toplum içerisinde kendi statülerini belirginleştirmek için sıklıkla kullanırlar. Bu doğrultuda üst ve orta sınıflar yeme içme pratiklerini işçi sınıfından farklılaştırmak adına çeşitli görgü kuralları, yemek servis biçimleri ve sofraya düzenleri gibi ürettikleri sembolik araçlarla kendilerini toplumun alt sınıfından ayırtırırlar (Germov, Williams, 2017: 190).

Yeme içme pratiklerinin oluşturduğu hiyerarşik yapı siyasal ve ideolojik alana da nüfuz etmiştir. Öyle ki bazı yiyecekler evrensel anlamda güçlü metaforlara dönüşmüştür. Bu metafor haline gelen yiyeceklerle verilebilecek en baş örneklerden biri ekmektir. Ekmek, tarım devrimi ile insanlık için ana besin kaynaklarından biri haline gelmiştir ve zaman içerisinde genellikle toplumların en alt sınıfları için hem simgesel hem de beslenme açısından önde gelen bir besin kaynağı olmuştur (Fırat,2015:136).

Bu bilgiler ışığından bakıldığında yemeğin insanlık adına beslenme amacının olmasının yanı sıra zaman içerisinde kültürler arası yolculuğunda çeşitli anlam ve sembollere hizmet eden çok amaçlı bir yapıya dönüştüğü ve hala dönüşmekte olduğu gözlemlenmektedir.

Toplu Yemek Kültürü ve Restoranların Doğuşu

Beslenme, insanlar için biyolojik bir ihtiyacı gidermenin yanı sıra tarih boyunca sosyokültürel ihtiyaçlara da hizmet eden bir olgudur. Bu ihtiyaç yeme içme pratiklerini bireysel olarak yapmaktan çıkarıp toplu olarak yapılan bir eyleme dönüştürür. Toplu olarak yeme içme pratikleri günümüzde olduğu gibi tarihin pek çok döneminde görülmektedir. İsviçre Gölü civarında bulunan kayıtlar M.Ö. 5000’li yıllarda toplu yemekler yenildiği konusunda bizlere fikir vermektedir. Eski Mısır’da bulunan tapınak ve mezarlarında yer alan figürlerin incelenmesi sonucunda da o dönemlerde yaşayan insanların toplu yemek hazırlama ve sunmayı bildiklerini kanıtlar. Bunun yanı sıra tarih boyunca pek çok imparatorluklar ve krallıklarda orduların beslenmesi ve şehir halkına moral verilmesi toplu yemeklerin aracılığıyla olduğu gözlemlenmektedir (Korkmaz, 2010:121). Nitekim toplu yemek kültürü aynı zamanda bir metafor oluşturmakta ve bir toplumun siyasi, dini, bireyler arası ilişkilerini anlamak ya da anlatmak üzere çeşitli göstergelerle bir iletişim aracına dönüşmektedir (Fırat, 2014:132).

Günümüzdeki anlamıyla dışarıda yemek yeme faaliyetlerinin başlaması hususundaki ilk adım Boulanger adındaki Parisli bir aşçının 1765 yılında dükkanında çorba servisi yapması ve bu dükkâna restoran ismini vermesiyle başlamıştır (Gisslen, 2019: 2).

İlk olarak Fransa’da açılan ve günümüzdeki anlamıyla yemek yenen yer olarak bilenen restoran kelimesi şifalı et suyu anlamındadır. On sekizinci yüzyılda, yemek üzerine yazılmış pek çok Fransızca kitapta, hastalara şifa olacağını ve soslara lezzet katacağı belirtilen ve adına restoran denen köken olarak bulyona dayanan ilaçlarla ilgili tariflere rastlanmaktadır (Spang, 2007:19). Paris’te açılan ilk restoranlar günümüzdeki restoranlara pek benzer değildir. İlk başlarda belirli bir menünün olmadığı, insanların sadece şifalı bir et suyu içmeye geldiği yerler olarak var olmuşlardır. Günümüzdeki haline benzer, belirli bir

menüden yemeklerin seçildiği haliyle restoranlar ancak 1820'lere gelindiğinde Paris'te yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu restoranlar dışarıda yeme kültürünün oluşmasına öncülük etmiş ve insanların yemek yediği kültür kurumları haline gelmiştir (Spang, 2007:20).

Savarin'e göre Fransa'da başlayarak daha sonra bütün Avrupa'ya yayılan restoranların insanlar tarafından kültürel olarak benimsenmesi hem bilim için hem de insanlar için oldukça faydalı olmuştur. Restoranlardan önce sadece evinde aşçısı olanların iyi yemeğe ulaşması ekonomik olarak alt sınıfta bulunan vatandaşlar için bir dezavantaj oluştururken, restoranların ortaya çıkması ile toplumun her kademesinden insan, yemeği zevk alınacak bir faaliyet olarak deneyimleme imkânı bulmaya başlamıştır (Savarin, 2016:256).

Restoranlar ilk açıldığı zaman olan on yedinci yüzyıldan bu zamana kadar işlev ve barındırdığı anlamlar açısından pek çok değişime uğrayarak günümüze kadar ulaşan kültürel kurumlar olmuştur. Bu değişimlerden bir tanesi, artık garsonu olmayan ve tüketicinin kendi servisini yaptığı fast food işletmelerinin de restoran olarak varlığını sürdürmesidir. Günümüzde dışarıda yemek yeme faaliyeti toplumun üst ve orta sınıf inşaları tarafından önemli bir ekonomik ve sosyokültürel bir faaliyet haline gelmiştir. Nitekim artık hangi restoranda nelerin tüketildiği de önemli bir konu haline gelmiştir. Bundan dolayı toplumun her bir ekonomik sınıfına hitap eden yeme-içme mekanlarının çeşitliliği ve beraberinde restoran kültürünün önemi gün geçtikçe artmaktadır (Akarçay, Suğur, 2015 :4).

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı yemek ve sınıf arasındaki ilişkiyi, günümüzde sayılara gittikçe artan fine dining restoranların işleyiş düzenine eleştirel bir bakış açısıyla ele alan "The Menu (2022)" filmi üzerinden analiz edilmesidir. Film izlendikten sonra yemek ve sınıf ilişkisine ait bulunan gastronomik öğeler Roland Barthes'in göstergebilimsel çözümleme yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Göstergebilim, gösterge dizgelerinin bilimsel yöntemlerle incelenmesini ifade eder ve Barthes bu alanda önemli bir figür olarak kabul edilir (Rıfat, 2009:12). Ancak en çok göstergebilim alanında yaptığı çalışmalarla öne çıkmaktadır. Barthes dilbilim ve göstergebilim çalışmalarında, göstergebilimin kurucuları olan Saussure ve Pierce'dan etkilenmiştir (Bircan, 2015, s.20). Barthes Göstergebilim İlkeleri adlı kitabında göstergebilim ilkelerini dört başlık altında toplamaktadır. Bu başlıklar altında ilkelerini açıklamaktadır. Birinci başlık Dil ve Söz ikinci başlık Gösterilen ve Gösteren üçüncü başlık Dizim ve Dizge ve dördüncü başlık ise Düz Anlam ve Yan Anlamdır (Rıfat, 2009:61). Roland Barthes, göstergebilim ilkelerini dil ve söz, gösterilen ve gösteren, dizim ve dizge, düz anlam ve yan anlam olmak üzere dört ana başlık altında açıklar (Rıfat, 2009:61). Bu çalışmada, Barthes'in düz anlam ve yan anlam kavramları, filmin sahnelerindeki görsel ve sembolik unsurları anlamlandırmak için kullanılmıştır. Düz anlam, yemeğin görsel ve somut özelliklerini ifade ederken, yan anlam ise bu unsurların ötesinde derin anlamlar ve semboller taşıyabileceğini vurgular (Bircan, 2015:25).

2022 yapımı "The Menu" filmi üzerinden yemek ve sınıf ilişkilerini eleştirel bir perspektifle analiz etmeyi amaçlamaktadır. Film, gastronomik unsurlar aracılığıyla bu ilişkileri derinlemesine inceler ve bu analiz Roland Barthes'in göstergebilimsel çözümleme yöntemini temel alarak gerçekleştirilmiştir. Yemek kültürünün sinema aracılığıyla nasıl temsil edildiği ve sınıf farklılıklarının nasıl görselleştirildiği Barthes'in teorik çerçevesi kapsamında incelenmiştir. "The Menu" filmi özelinde yapılan bu analiz, yemek pratiklerinin sınıfsal ayrımlar üzerinde çatışmalarını Barthes'in göstergebilim yöntemiyle analiz etmektedir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

The Menu (2022) Filminin Konusu ve Analizi

Mark Mylod'un 2022 yılında yönetmiş olduğu The Menu filmi, ünlü şef Julian Slowik'in ıssız bir adadaki özel restoranında yaşanan sıra dışı olayları konu almaktadır. Kişi başı 1250 dolar karşılığında sadece seçilmiş müşterilere hizmet veren bu restoran, Slowik'in müşterilere hazırladığı menü ile sıradan bir akşam yemeği yerine gerilim dolu bir geceye dönüşmektedir. Filmin ilerleyen bölümlerinde, şefin hayatı ve geçmişiyle ilgili

daha fazla bilgi açığa çıkmaktadır; Slowik, işçi sınıfından gelen bir ailenin çocuğu olup, aşçılık kariyerine bir hamburgercide başlamıştır. Ancak yemeğe olan tutkusu sayesinde büyük başarılar elde etmiş, ilk restoranı Tantalos ve daha sonra Hawthorn isimli ünlü restoranları açmıştır.

Bu iki restoranın ismi, şefin hayatına ve filmde ele alınan temalara yönelik derin anlamlar taşımaktadır. İlk restoranı Tantalos, Yunan mitolojisinde tanrılara karşı işlediği suçtan dolayı sonsuz açlık ve susuzluğa mahkûm edilen bir karakterin adını taşımaktadır. Tantalos, çenesine kadar suyun içinde durmasına rağmen sudan içememekte, ağaçlardaki meyvelere uzandığında ise dallar yükselmekte ve ona ulaşmasına izin vermemektedir (Ümit, 2013). Şef Slowik'in bu ismi seçmesi tesadüfi değildir; filmdeki müşteriler de adeta Slowik'in sunduğu yemeklerden asla tatmin olamayan, doyumsuz bir kitleyi temsil etmektedir. Slowik'in ikinci restoranı olan Hawthorn ise, 1920'lerde fabrika çalışanları üzerinde yapılan bir deneyden doğan ve izlendiklerinde performanslarının arttığını gösteren Hawthorne etkisine gönderme yapmaktadır (Tuncer vd., 2016: 57). Bu isim hem şefin kendi yaşamındaki hem de müşterilerin toplumda nasıl bir izlenim bıraktıklarına dair bir eleştiriyi yansıtmaktadır.

Film Analizi

Şekil 1: Çiğ İstiridye Üzerinde Limonlu Havyar Tabağı



Kaynak: Mylod, Mark, The Menu (Film, 2022) 00:03:24

Gösterge: Çiğ İstiridye Üzerinde Limonlu Havyar ve Mignonette

Gösteren: Konuklara servis edilen ilk yiyecek

Gösterilen: Zenginlik algısı

Düz Anlam: Konuklar, restorana yat ile gelirken ikram olarak ıstiridye sunulmaktadır.

Yan Anlam: Tarih boyunca üst sınıfların tüketmiş olduğu bir yiyecek olan ıstiridyenin seçilmesi, konukların toplumun üst sınıfından olduklarını vurgulamaktadır (Kanık, 2018: 62). Bu seçim, Şef Slowik'in konuklarına dair ilk eleştirilerinden biridir; onların maddi gücüne ve toplumsal konumuna dair verilen güçlü bir göstergedir.

Şekil 2: Ada Yemeği Tabakı



Kaynak: Mylod, Mark, The Menu (Film, 2022) 00:18:36

Gösterge: Ada Yemeği

Gösteren: Konuklara restorana vardıklarında servis edilen ilk yiyecek

Gösterilen: İçinde yaşanan ekosistem

Düz Anlam: Şef Slowik, ıssız adada yer alan restoranını temsil eden bir yemek sunmakta ve bu yemeği “Yemeğe doğaya övgü ile başlıyoruz” diye sunmaktadır.

Yan Anlam: Slowik, müşterilerini doğadan kopmuş, yozlaşmış, saflığı, temizliği bozulmuş insanlar olarak görmektedir. Ada yemeği, onların yeniden doğaya, saflığa dönüşünü temsil etmektedir. Şef, bu gece onları, tıpkı ada gibi saf ve bozulmamış bir hale döndürmek istemektedir. Ada yemeği insan elinin değmediği bozulmamış doğaya temsil etmektedir.

Şekil 3: Ekmeksiz Ekmek Tabakı



Kaynak: Mylod, Mark, The Menu (Film, 2022) 00:23:50

Gösterge: Ekmeksiz Ekmek Tabakı

Gösteren: Konuklara iştah açıcıların ekmeksiz servis edilmesi

Gösterilen: Ekmeğin sınıfsal ayrımı

Düz Anlam: Konuklara sunulan iştah açıcılar ekmek olmadan servis edilmekte ve şef, ekmeğin alt sınıfın temel gıdası olduğunu açıklamaktadır.

Yan Anlam: Ekmeksiz ekmek tabakı, konukların elit sınıfa ait olduklarını güçlü bir şekilde simgelemektedir. Slowik'in mesajı açıktır: “Siz işçi sınıfı değil, elit sınıfın insanlarıdır.” Bu gönderme, yemeğin sınıfsal boyutunu ve konukların tatmin edilemez olduğunu vurgulamaktadır. Ekmeksiz ekmek tabağının konuklara

verdiği bu mesaj gece boyunca çeşitli yollarla sınanacak olan konukların neden bu gece ağır eleştirilere maruz kalacakları konusundaki nedeni izleyicilere sunmaktadır.

Şekil 4: Dağınıklık Tabakı



Kaynak: Mylod, Mark, The Menu (Film, 2022) 00:43:46

Gösterge: Dağınıklık Tabakı

Gösteren: Şef Jeremy Louden'in tabakı müşterilere sunduktan sonra intihar etmesi

Gösterilen: Yeme-içme sektörünün yozlaşması

Düz Anlam: Şef Slowik “dağınıklık” adını verdikleri bu tabakı tasarlayan kişi Şef Jeremy Louden’i tabağın taktim edilmesi için konukların yanına çağırır. Konuklara yeme-içme sektörünün rekabetçi yapısı altında çalışanlar olarak içine düştükleri bunalımdan bahseden Şef Slowik Jeremy’nin bu baskılar sonucunda daha fazla dayanamadığından bahseder ve bunun üzerine Jeremy konukların karşısında intihar eder.

Yan Anlam: Bu tabak, yeme-içme sektörünün mükemmeliyetçilik baskısının yarattığı yıkıcı sonuçları simgelemektedir. Jeremy’nin intiharı, sektördeki aşırı rekabetin çalışanlar üzerinde nasıl bir psikolojik yıkım yarattığını gözler önüne sermektedir. Şef Slowik “Sahip olduğu her şeyi asla tanımadığın insanları tatmin etmek için vermek” olarak tanımlamaktadır. Bu yemek yiyecek içecek sektörünün, çalışanlar üzerinde (özellikle fine dining restoranlarda) kurduğu başarı ve mükemmeliyetçi baskının yarattığı yıkıcı sonuçları Şef Jeremy’nin intiharı ile açık bir şekilde gözler önüne serilmek istenmiştir. Ayrıca yemeğin servis edilmeden önce şef Jeremy Louden’in intiharı üzerine konukların bunu servisin bir parçası zannederek yemek yemeye devam etmeleri de fine dining restoranlara gelen müşterilerin gerçek hayat ile olan bağlarının ne denli yozlaştığına dair sert bir eleştiridir.

Şekil 5: Adamın Aptallığı Tabakı



Kaynak: Mylod, Mark, The Menu (Film, 2022) 01:03:16

Gösterge: Adamın Aptallığı Tabakı

Gösteren: Şef Slowik’in kadın çalışanı Şef Katherine’ini tabağa taktim için çağırması

Gösterilen: Yeme-içme sektöründeki cinsiyetçi yaklaşımlar

Düz Anlam: Yemeğin tanıtımını bu sefer aşçı yardımcısı olan Katherine Keller yapmaktadır. Katherine, Slowik'in son zamanlarda ona cinsel yaklaşımlarda bulunduğunu ve kendisinin bunu reddetmesi sonucunda mutfakta mobbinge maruz kaldığını müşterilere anlatmaktadır. Yemeğin sunumundan sonra Şef Slowik Katherine'nın onu cezalandırmasına izin vermektedir.

Yan Anlam: Bu tabak, sektörde kadınların yaşadığı zorluklara yönelik bir eleştiri sunmaktadır. Katherine'in yaşadığı cinsel taciz ve mobbing, sektörün cinsiyetçi yapısını ifşa etmektedir. Slowik'in bu öz eleştirisi, kendisinin de eleştirdiği yozlaşmış sistemin bir parçası olduğunu göstermektedir.

Şekil 6: Tyler'in Saçmalığı Tabakı



Kaynak: Mylod, Mark, The Menu (Film, 2022) 01:41:59

Gösterge: Tyler'in Saçmalığı İsimli Tabak

Gösteren: Şef Slowik'in en büyük hayranlarından biri olan Tyler'ı mutfakta yemek yapmaya davet etmesi

Gösterilen: Sektörde bulunan sahte gurmeler

Düz Anlam: Gastronomi ile ilgili her konuda meraklı olan ve bütün bir geceyi keyifle geçiren Tyler Şef Slowik tarafından beyaz önlük giydirilerek ekibin bir parçası yapılır ve mutfakta yemek yapması istenir. Ortaya çıkan sonuç hayal kırıklığı yaratmaktadır.

Yan Anlam: Tyler, filmde yemek sektöründe sayıları giderek artan, ancak gastronomi alanındaki yerleri tartışmalı olan yemek meraklılarını temsil eden bir karakterdir. Tyler, Şef Slowik'i aşırı idealize etmiş ve onu adeta bir idol hâline getirmiştir. Öyle ki, o gece hayatını kaybedeceğini bilmesine rağmen restorana gelmiş olması, bu saplantısının ne denli derin olduğunu göstermektedir. Gastronomi ile ilgili detaylı bilgiye sahip olduğunu düşünen Tyler, Slowik tarafından mutfağa davet edilip yemek yapmaya teşvik edilir. Ancak ortaya çıkan sonuç, Tyler'ın yemek yapma konusunda yeterli bilgiye ve beceriye sahip olmadığını açıkça ortaya koyar. Bu durum, Şef Slowik'in memnuniyetsizliğine yol açar ve Slowik, Tyler'ı "Sanatımızın gizeminin akıp gitmesine sebep olan kişi sensin" sözleriyle suçlar. Bu sahne, Tyler gibi yüzeysel bilgiye sahip, ancak kendilerini uzman olarak gösteren sahte gurmelerin yeme-içme sektöründeki yozlaşmaya nasıl katkı sağladığını vurgulayan önemli bir eleştiridir.

Şekil 7: Cheeseburger Tabakı



Kaynak: Mylod, Mark, The Menu (Film, 2022) 01:35:21

Gösterge: Cheeseburger

Gösteren: Erin'in Şef Slowik'ten gecenin son yemeği olarak hamburger siparişi vermesi

Gösterilen: Öze dönüş

Düz Anlam: Erin, Slowik'in kariyerine başladığı yemek olan hamburgeri sipariş etmekte ve böylece adadan kaçmayı başarmaktadır.

Yan Anlam: Erin, diğer konuklardan hem sosyal hem de ekonomik açıdan farklı bir sınıfa mensup olarak, Şef Slowik'in gece boyunca planladığı sonda kurtulabilmek için stratejik bir hamlede bulunmuştur. Erin, şefin sevgiyle yemek yapmasını sağlayarak onun öze dönüşünü sağlamaktadır. Bu sahne, Erin'in gerçek, yozlaşmamış bir müşteri olduğunu ve böylelikle hayatta kalmayı hak ettiğini simgelemektedir. Son bir sipariş talep eden Erin, Şef Slowik'in mutfak kariyerine başladığı yemeği, yani hamburgeri sipariş eder. Bu talep, hem Erin'in Slowik'i özüne geri döndürme çabasını hem de kendisini diğer konuklardan farklılaştırarak hayatta kalma isteğini yansıtmaktadır.

Şekil 7: S'more Tatlısı Tabakı



Kaynak: Mylod, Mark, The Menu (Film, 2022) 01:38:48

Gösterge: S'more Tatlısı

Gösteren: Şef Slowik'in gecenin kapanışını yaptığı S'more tatlısının sunumuna konuklarını da dahil ederek kapanışı yapması

Gösterilen: Arınma

Düz Anlam: Şef Slowik, menüsünün finalini, çocukluk döneminde herkesin severek tükettiği bisküvi arası marshmallow ile gerçekleştirmek istemektedir. Bu tatlının sunumuna konuklarını da dâhil ederek, gece boyunca planladığı ölümcül sonu ekibiyle birlikte tamamlar.

Yan Anlam: Şef Slowik, aşçılık kariyerine büyük bir tutkuyla başlamış, ancak zamanla giderek yozlaşan gastronomi sektöründe kendisinin de yozlaştığını ve bozulduğunu fark etmiştir. Bu farkındalık, film boyunca onun amaçladığı "arınma gecesi"nin temellerini oluşturur ve bu süreci S'more tatlısıyla sonlandırır. Slowik, bu tatlıyı seçme nedenini şu sözlerle açıklar: "Bisküvi ve marshmallow endüstriyel olarak yanlış olabilir, ancak masumiyetle, çocuklukla ve ebeveynlerle ilişkilendiriyoruz." Bu bağlamda, tatlı seçimiyle hem konuklarını hem de ekibini, insanların en saf dönemi olan çocukluğa geri döndürmek istemektedir. Marshmallow'un açık ateşte eritilme sürecine dair Slowik, "Arındırıcı alev; bizi besler, ısıtır, yeniden icat eder, şekillendirir ve yok eder. Alevi kucaklamalıyız; temizlenmeliyiz. Tıpkı şehitler veya sapkınlar gibi yeniden yaratılabiliriz" ifadelerini kullanarak, kendisini ve konuklarını yozlaştığını düşündüğü yeme-içme sektöründen ateş aracılığıyla arındıracağına inandığını belirtir. Böylece, Şef Slowik'in arınma süreci tamamlanmakta ve sektöre karşı ilk isyanını ilan etmektedir. Bu tercih, hem nostaljik bir yiyeceğin arkasındaki masumiyeti hem de gecenin dramatik finaline yönelik simgesel bir anlam taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Akarçay, E., & Suğur, N. (2015). Dışarıda yemek: Eskişehir’de yeni orta sınıfın fast-food yeme-içme örüntüleri. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 1-29.
- Ay, Ş., & Şahin, K. (2014). Eski Yakındoğu’da yemek simgeselliği üzerine bir değerlendirme. *Pursuit of History*, 12, 1-29.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor*, 22(87), 159-169.
- Beşirli, H. (2012). Yemek sosyolojisi. *Yiyeceklerle ve Mutfağa Sosyolojik Bir Bakış* (1st ed.). Phoenix Yayınevi.
- Bircan, U. (2015). Roland Barthes ve göstergebilim. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 13(26), 17-41.
- Brillat-Savarin, J. A. (2018). *Lezzetin fizyolojisi ya da yüce mutfak üzerine düşünceler* (H. Bucak, Çev.). Oğlak Yayıncılık.
- Çaycı, A. E., & Aktaş, C. (2018). Dijitalden tatmak: Yemeğin “yeni” gastro mekânlardaki seyirlik gösterisinin kültürel yansımaları. *TRT Akademi*, 3(6), 710-727.
- Fırat, M. (2014). Yemeğin ideolojisi ya da ideolojinin yemeği: Kimlik bağlamında yemek kültürü. *Folklor/Edebiyat*, 20(80), 129-140.
- Germov, J., & Williams, L. (2017). *A sociology of food and nutrition: The social appetite* (4th ed.). Oxford University Press.
- Gisslen, W. (2019). *Profesyonel aşçılık* (9th ed.). Nobel Yaşam Yayıncılık.
- Goode, J. (2005). Yemek. (F. Mormenekşe, Çev.). *Millî Folklor*, 67, 1-15.
- Kanık, İ. (2018). *Gastro sinema*. Alfa Basım Yayıncılık.
- Korkmaz, E. (2010). Geçmişten günümüze restoranlar: Türkiye’de restorancılığın gelişimi. *V. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi* (ss. 120-130). Antalya.
- McKay, A. (Yapımcı), Koch, B. (Yapımcı), & Ferrell, W. (Yapımcı), & Mylod, M. (Yönetmen). (2022). *The Menu* [Sinema Filmi]. Hyperobject Industries.
- Muslu, M. (2019). Beslenmenin tarihsel süreçte sosyal ve uluslararası ilişkilere yansıması. *Sosyologca Dergisi*, 17, 25-30.
- Rıfat, M. (2009). *Göstergebilimin ABC’si* (3rd ed.). Say Yayınları.
- Spang, R. L., & Şener, B. S. (2007). *Restoranın icadı: Paris ve modern gastronomi kültürü*. Dost Kitabevi.
- Tuncer, D., Ayhan, D. Y., & Varoğlu, D. B. (2016). *Genel işletmecilik bilgileri*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Ümit, Y. (2013, 1 Ekim). Tantalos efsanesi (1). *Jineps Gazetesi*. <https://jinepsgazetesi.com/2013/10/tantalos-efsanesi-1/>
- Vroom, J. (2018). Sosyal statü unsuru olarak yeme-içme. (Ö. Özarpacı, Çev.). *Yemek ve Kültür*, 82, 1-15.

TÜKETİM TOPLUMUNDA POSTMODERNİZMİN GASTRONOMİYE YANSIMALARI

Selda HELVACIOĞLU

Yüksek Lisans Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, E-Posta:235283010@kocaeli.edu.tr
Orchid Numarası: <https://orcid.org/0009-0001-9549-6090>

Alican AKÇİÇEK

Dr. Öğr. Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, , E-Posta: a.akcicek@kocaeli.edu.tr
Orchid Numarası: <https://orcid.org/0000-0001-5586-1228>

Emrah ÖZKUL

Prof. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, E-Posta: emrah.ozkul@kocaeli.edu.tr
Orchid Numarası: <https://orcid.org/0000-0002-7938-6916>

GİRİŞ

Postmodernizm, “bir tarihsel geçmiş duygusunun yitirilmesi”, “gerçekliğin yerini imajların alması”, “simülasyonlar”, “zincirden boşalmış göstergeler” olarak tanımlanabilmektedir. Baudrillard’ın deyimiyle günümüz toplumları, objelerin, hizmetlerin ve maddi ürünlerin aşırı çoğaltılması ile şekillenen, insan türünün ekolojisinde köklü bir değişim yaratan bir tüketim ve bolluk olgusu ile yüzleşmektedir. Kapitalist ekonomide ilişkilerin tüketim temelli yeniden şekillenmesi, toplumsal yapının da bu doğrultuda değişmesine yol açmıştır. Daha önce toplumsal ilişkiler üretim üzerinden tanımlanırken, kapitalist ekonomik sistemle birlikte toplumsal ilişkiler tüketim üzerinden tanımlanmaya, sosyal ve kültürel ilişkiler tüketim biçimleriyle değerlendirilmeye başlanmıştır (Halis,2012). Tüketimin anlamı da bu süreçte değişmiş ve insanlar artık sadece hayatta kalmak için değil, aynı zamanda tüketim mallarına erişebilmek amacıyla çalışmaktadır (Bayhan, 2022). Levi Strauss (1983) yiyecekler, sosyal etkileşimleri belirleyen sembolik bir dil biçimi olarak kabul edilebilir. Yiyecekler, bireyin kimliğini ifade etmede bir araç olarak işlev görebilir. Günlük yaşamda aldığımız kararlar, kullandığımız dil, giyim tarzımız, dinlediğimiz müzikler ve tercih ettiğimiz yiyecekler, kimliğimizi yansıtan göstergeler olarak kabul edilebilir. Yüzeysel olarak, postmodern hipergerçeklikler, kültürü ikili karşıtlıklar üzerinden ele alan Levi-Strauss’un yapısal yaklaşımını benimsemiş gibi görünebilir. Ancak, daha derin bir düzeyde postmodern perspektif, bu sembolik karşıtlıkların sabit olmaktan ziyade sürekli bir değişim içinde olan esnek yapısını vurgular. Dolayısıyla, bugün neşe ile özdeşleşen bir unsur, yarın suçluluğun simgesi haline gelebilir, çünkü bu sembolik anlamlar maddi temsillerine kalıcı olarak yüklenmez; aksine, tüketiciler tarafından inşa edilir ve yeniden şekillendirilir (Kniazeva ve Venkatesh, 2007). Birey için sıradan bir cheeseburger, medyada kaslı erkeklerle rekabet ettiği zaman yeme zevkinden mahrum kalmanın bir sembolü haline gelirken, fastfood tükettiğinde bir konfor simgesi olarak değerlendirilir. Aynı cheeseburger, kız arkadaşıyla en sevdikleri yemeği paylaştığı anlarda ise romantizmin bir ifadesi olarak ortaya çıkmaktadır. Gastronomik turist deneyiminde yer duygusunun temel bir önem taşıdığı inkâr edilememektedir. Ancak Parasecoli'nin (2002) belirttiği gibi, postmodern dönemde yer kavramının etimolojik olarak, "kimlikler için – bireysel, kültürel, yerel ve ulusal düzeyde – bir temel oluşturma gücünü" kaybettiği ileri sürülmektedir. Örneğin, Jameson (1984), "postmodern hipermekânın, nihayetinde bireyin kendi bedensel varlığını mekânsal olarak konumlandırma yetisini aşmayı başardığını, çevresini algısal ve bilişsel olarak organize etme ve dış dünyadaki yerini haritalandırma kapasitesini yitirdiğini" savunmuştur. Bu nedenle, postmodern dünyada gastronomik özgünlüğü yalnızca coğrafi, iklimsel veya tarihsel bir yer duygusuyla değerlendirmek oldukça tartışmalı hale gelmektedir. Zira yerel, ulusal ve küresel mutfaklar arasındaki sınırlar giderek bulanıklaştıkça, bu mutfaklar arasındaki ayrımlar yalnızca teorik düzeyde kalmaktadır. Her bölgesel mutfak sürekli bir değişim ve dönüşüm sürecinden geçerken, artık geçmişte olduğu gibi sadece yerel malzemelerle sınırlı kalmamaktadır ve gelecekte de kalmayacaktır. Bu çalışma tüketim toplumunda postmodernizmin gastronomiye yansımalarını derinlemesine bir şekilde araştırmayı hedeflemiştir.

Araştırma için konuyla ilgili literatür taraması yapılmış JSTOR, Google Scholar, Web of Science, Taylor & Francis Online, SpringerLink, PubMed gibi veri tabanlarından yararlanılmıştır. Toplanan literatür, belirli temalar ve alt konular etrafında gruplanarak çalışılmıştır.

LİTERATÜR (KAVRAMSAL / KURAMSAL ÇERÇEVE)

İçinde bulunduğumuz toplum, "tüketim toplumu" olarak adlandırılmaktadır. Tarih boyunca tüm canlılar tüketim faaliyetinde bulunmuşlardır. Ancak, toplumumuzu "tüketim toplumu" olarak nitelendirmek, her üyesinin bir şeyler tükettiğini vurgulamakla sınırlı değildir. Atalarımızın toplumları, modern toplumun kuruluş aşamasında olduğu gibi, kapitalist veya endüstriyel toplumlar, üretici toplumlar olarak görülmekteydi. Benzer bir derinlik ve temel anlayışla, günümüz toplumunu da "tüketim toplumu" olarak nitelendirebiliriz (Bauman,1999).

Son yirmi yılda, tüketici araştırmacıları tüketimi yalnızca ürün elde etme süreci olarak incelemek yerine, daha kapsamlı bir perspektiften ele almaya başlamıştır. Bu bağlamda, tüketimin anlamı günümüzde yalnızca ürün kullanımıyla sınırlı kalmamakta (Otnes & Lowrey, 2003), mülkiyet ve elden çıkarma süreçleri (Tian & Belk, 2005) gibi unsurları da içermekte ve tüketicilerin nesnelerle kurdukları ilişkileri de kapsamaktadır. Ayrıca, tüketim yalnızca işlevsel bir etkinlik olarak ele alınmaktan çıkmış, sembolik boyutlar da kazanmaya başlamıştır. Araştırmalar, tüketicilerin ürünleri yalnızca kullanım değerleri için değil, aynı zamanda 'bağlantı değeri' (Cova & Cova, 2001) taşıdığı için de tercih ettiklerini ortaya koymuştur. Örneğin, moda ve giyim üzerine yapılan yakın dönem çalışmaları (Thompson & Haytko, 1997), tüketim pratiklerinin, içinde yer aldıkları anlam sistemleri çerçevesinde kuramsallaştırılabileceğini ileri sürerek bu durumu daha da desteklemektedir.

Postmodernizm, modernizmin öne sürdüğü evrensel doğrular ve bilgi tekeli anlayışına karşı bir tepki olarak ortaya çıkan bir kavramdır (Lyotard, 2000). Bu perspektife göre, modernizmin savunduğu evrensel gerçekler ve bilgiler, aslında her şey gibi gerçeklik içinde yeniden üretilir. Postmodernizmde, kimlik algısı parçalanmışlık, bölünmüşlük ve farklılık üzerinden şekillenir ve bireyler ile toplum her yönüyle özgün bir yapıya sahip olmalıdır. Bu dönemde kimlik oluşumları da çeşitlilik gösterir. Postmodern yapıda kimlik anlayışı, farklılıklar ve benzerlikler çerçevesinde incelenmektedir (Yılmaz, Uzunçelebi, 2015).

Barthes (1997)yemeklerin durumlar ve davranışlar olarak sadece istatistiksel ya da beslenme araştırmaları için değil, iletişim yöntemi, bir imaj simgesi, olduğunu belirtmektedir. Yemeklerin çok anlamlılığı, farklı bağlamlarda geniş bir anlam yelpazesine sahip olma eğilimini ortaya koymaktadır. Bu sebeple, yemek bir iletişim yöntemidir ve bir dil türü olarak kimlik ve ilişkileri ifade etmek için kullanılan bir dil türü olarak görülmektedir. Cinsiyet, etnisite, ulusal kimlik, festivaller ve kutlamalar yoluyla da ifade edilebilir. Yiyeceklerin bu derin anlam yelpazesini araştırmak için göstergebilim, lengüistik, görsel formların analizi ve ritüel antropolojisi gibi farklı disiplinlerden yaklaşımların bir araya getirilmesi gerekmektedir. Barthes'ın yemek konusundaki analizine göre; yiyeceklere yüklenen sembolik mesajların anlamlandırılmasına yönelik çabayla, bu anlamlandırmayı çözmemizi gerektiğini belirtir (akt. Isaacson, 2009).

Pierre Bourdieu, "Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste" adlı eserinde, kültürel ürünlerin bir ekonomisi olduğunu, ancak bu ekonominin mantıksal bir çerçevede değerlendirilmesi gerektiğini ifade eder. Tat, sınıflandırıcı bir niteliğe sahiptir; sosyal meseleler, kendi içlerindeki farka göre sınıflandırılırlar. Sevme alışkanlıklarımız ve kalıplarımız, aslında millet, grup, toplumsal cinsiyet ve kültürle ilişkili karmaşık insan topluluğunun sınıflandırmasıyla bağlantılıdır. Bourdieu'nün araştırmaları, biranın işçi sınıfının şampanyanın ise üst sınıfın temsilini oluşturduğu sınıflandırmanın, toplumsal sınıf ve kültür ilişkisinde maddi özelliklerin kişisel tercihlerle nasıl bağlantılı olduğunu göstermektedir.

YÖNTEM

Sınırlı önyargıya sahip kapsamlı bir inceleme oluşturmak için literatürde detaylı ve kapsamlı araştırmalar, çeşitli veri tabanlarının kullanılması, manuel tarama yöntemleri ve sistematik inceleme unsurlarının dahil edilmesi gereken yapılandırılmış bir yaklaşım önemli bir değere sahiptir. (Murphy,2012). Derleme tekniği,

bilim ve sanat alanlarında önemli bir araçtır; geçmiş deneyimleri analiz ederek yeni kavramlar geliştirmede etkili bir yöntemdir (Sukhenko & Zasytkin, 2021). Bu çalışma, tüketici toplumunda postmodernizmin gastronomiye yansımalarını mevcut literatürü sistematik bir şekilde incelemeyi amaçlayan bir derleme türüdür. Literatür tarama sürecinde incelenen konu ile ilgili anahtar kelimeler belirlenmiştir. "postmodernizm ve gastronomi", "tüketici toplum" "küreselleşme" "gıda kimliği" gibi anahtar kelimeler kullanılmıştır. Araştırma için JSTOR, Google Scholar, Web of Science, Taylor & Francis Online, SpringerLink, PubMed gibi veri tabanları kullanılmıştır. Toplanan literatür, belirli temalar ve alt konular etrafında gruplanarak çalışılmıştır.

BULGULAR/ TARTIŞMA

Dünya çapındaki endüstri raporları, artık yiyecek ve içecek deneyiminin turistik destinasyon seçiminde başlıca motivasyon olduğunu, geçmişte olduğu gibi artık marjinal olmadığını gösteriyor (Akt. Scarpato&Daniele,2004). Ayrıca, "gastronomi amaçlı yapılan seyahatlerin kalbi alınmak üzere" olduğunu çünkü "küresel gıda endüstrisi içinde ortaya çıkan yeme-içme sektörüne bağlı olduğumuzu belirtir (Symons, 1999). Özellikle "menüler dünya çapında aynı hale geldiğinde, gastronomik turizm gereksiz hale gelir" şeklinde iddia edilmiştir. Gastronomi uzmanı Michael Symons, bu durumu yeni küresel mutfığa bağlayarak, bu yeni pişirme yaklaşımının her geçen gün artan benzerliğe yol açtığını belirtmiştir (Symons, 1999). Mario Vargas Llosa'ya göre küreselleşme "bir kabus ya da negatif bir ütopya" olarak kınayan eleştirmenlerin düşüncesiyle oldukça benzerdir. Bu eleştirmenlere göre dünya dil ve kültürel çeşitliliğini kaybetmektedir (Vargas,2001). Gastronomik açıdan, yer duygusu yerel iklimi onurlandırmak anlamına gelir ve yemeklerin otantik olabilmesi için yerel kökenlere bağlı olmaları gerektiğini savunulmuştur (Symons, 1999). Sadece çevre açısından duyarlı pişirme, gastronomik turistlerin yerel bağlantılarını ve otantik deneyim arayışlarını destekler; bu turistler genellikle yerel lezzetleri arayan ve bu nedenle uluslararası otel yemeklerinden ve artan biçimde kaçınılmaz olan McDonald's gibi zincir restoranlardan kaçınan kişilerdir. Symons'a göre, hatta klima bile mekanların özgünlüğüne ihanet edebilir çünkü restoran müşterilerini yerel atmosferden uzaklaştırarak farklı bir mesafe katmış olur, Vivaldi ile arka planda çalınan müzik ise uzak bir dönemin huzurunu geri getirir.

Yemek kültürü bağlamında dikkate değer olan, postmodern toplumun medya ve teknoloji tarafından yönlendirilen gösterilerle dolu bir toplum olarak algılanmasıdır (Rojek 1993). Hipergerçeklik ve tüketim postmodern gösterinin önemli bir bileşenidir. Hipergerçeklik terimi, Jean Baudrillard tarafından, gerçekliğin kendisinden daha gerçek gibi görünen, geliştirilen ürünler veya deneyimler anlamında kullanılmıştır. Postmodernizm; hipergerçeklik, küreselleşme ve otantiklik gibi kavramlarla yemek kültürüne ve turizme olan etkisini tartışıyor. Yerel ve otantik olanın, küreselleşmenin tehdit ettiği bir alan olarak yeniden değer kazandığı, buna rağmen küresel mutfakların da homojenleşmeye yol açtığı bir çelişkiyle öne çıkmaktadır. Turistler, uluslararası zincir restoranlar yerine, yerel lezzetleri arayan ve bu sayede otantik deneyimler yaşamak isteyen bireyler haline gelmektedir. Özet olarak postmodernizmin gastronomi ve gıda tüketimi üzerine yansımalarını tespit ederek bu çalışmaların gruplandırılmış ve aşağıdaki tabloda verilmiştir.

POSTMODERNİZMİN SOSYAL KÜLTÜREL YANSIMALARI	POSTMODERNİZMİN GIDA VE GASTRONOMİ YÖNÜNDEN YANSIMALARI
Postmodernist Facets Of Globalized Culinary Identity (Petricia,2014) İÇERİK: Küreselleşen çağımızda, "ötekilik" ve mutfak kimliği arasındaki ilişkiyi incelemek, bu kavramlar arasındaki etkileşimin postmodernist boyutlarını gözler önüne sermektedir. Bu bağlamda, yemek ile kimlik arasındaki ilişkiye olan yoğun ilginin etkileri üzerinden hareketle, yerel yemek tariflerinin küresel ölçekte yeniden yorumlanarak nasıl dönüşüme uğradığı tartışılmaktadır. Yerinden edilme ve yeniden yerleşme süreçleriyle ilgili çeşitli örnekler, bu tariflerin nasıl bir evrim geçirdiğini göstermektedir.	How Might Gastronomy Be A Suitable Discipline For Testing The Validity Of Different Modern And Postmodern Claims About What May Be Called Avant-Garde (Hegarty, 2009) İÇERİK: Estetik ve sanatsal deneyimin anlam üretimine nasıl entegre edilebileceğine dair bazı öneriler üzerinde dururken, restoran yemek deneyiminin gündelik hayatlarımızdaki yerini sorgulayan bazı sorular gündeme getirilmektedir. Ayrıca, filozofların ve bilim insanlarının katkılarıyla, restoran yemek deneyimi etrafında şekillenen meseleleri düşünmemizi sağlayan teknolojik, estetik, bilimsel ve toplumsal boyutlar arasındaki ilişkileri ve farklılıkları inceleme fırsatı sunulmaktadır.
A Local Cuisine Tourism Approach To Authenticity And A Sense Of Place For Postmodern Gastronomy In I-SAN Thailand (Chaigasem&Tunming,2019) İÇERİK: Bu çalışma, Tayland'ın kuzeydoğusunda yer alan Loei Eyaleti'nin Chiang Khan Bölgesi'ndeki yerel mutfak kültürünü analiz etmek amacıyla dış ve iç çevre faktörlerini SWOT Analizi aracılığıyla değerlendirmiştir. Bu çerçevede bölgenin yerel mutfağının güçlü ve zayıf yönleri (iç çevre), fırsatları ve tehditleri (dış çevre) sistematik bir şekilde ele alınarak, mutfak kültürünün mevcut durumu ve sürdürülebilirliği üzerine derinlemesine bir inceleme yapılmıştır.	PostmodernConceptualizations, Modernist Applications: Rethinking The Role Of Society In Food Security (Carr,2006) İÇERİK: Bireylerin gıda sonuçlarını şekillendiren karmaşık faktörleri ve etkileşimleri nasıl algıladıklarını ve bunlar üzerinde nasıl müzakere ettiklerini sistematik bir biçimde incelemenin bir yolu olarak, toplumun gıda sonuçlarındaki rolünü analiz etmek amacıyla postmodern güç ve bilgi teorilerinin uygulanması tanımlanmaktadır.
Plastic-Bag Housewives” And Postmodern Restaurants Public And Private In Bangkok's Foodscape (Yasmeen,2013) İÇERİK: Bangkok'un genişleyen ve dinamik metropolünün kısa bir "gıda manzarası" ile gerçekleştirilecektir. Özellikle bu kentsel gıda sistemindeki cinsiyet ilişkilerine, özellikle de kamusal yeme kültürüne odaklanılacaktır. Geleneksel olarak, Bangkok'taki kadınlar ve erkeklerin gıda sistemindeki sosyal ve mekânsal rollerinin farklı olduğunu ve son zamanlarda "postmodern" gelişmeler ışığında feminenlik ve maskülenliğin mekânsal olarak yeniden düzenlendiğini savunmaktadır.	Food Security: A Post-Modern Perspective (Maxwell, 1996) İÇERİK:Gıda güvenliğini yalnızca kalkınmanın diğer boyutlarıyla değil, aynı zamanda daha geniş bir felsefi ve kültürel bağlamla ilişkilendirmenin önemini vurgular. Postmodernizm, kalkınma alanında geçerli olan ve kesinlikle gıda güvenliği düşüncesini zenginleştiren bir dizi temel kavram sunmaktadır.
New Global Cuisine: Tourism, Authenticity And Sense Of Place In Postmodern Gastronomy (Scarpato& Daniele, 2004): İÇERİK:Yerel, ulusal ve küresel mutfaklar arasındaki sınırlar bulanıklaşmakta ve kültürel farklılıklar homojenleşmekten ziyade daha belirgin hale gelerek postmodernik açıdan yorumlanması ele alınmıştır.	From Modernity to Postmodernity: As Revealed in the Titles of New Zealand Recipe Books (Symons, 2009) İÇERİK:Yeni Zelanda yemek kitaplarının başlıklarında kullanılan gelişen kelime dağarcığı, yirminci yüzyıl mutfak tarihinin önemli bir özetini sunmaktadır. Bazı kelimelerin zamanla kullanımının azalması ve yerlerine yeni terimlerin gelmesi, yalnızca beslenme alışkanlıklarındaki değişimleri değil, aynı zamanda daha geniş toplumsal ve kültürel dönüşümleri de yansıtmaktadır. Bu bağlamda, dildeki değişimler, Yeni Zelanda toplumunun yemek kültürü üzerindeki etkilerini ve mutfak kimliğinin evrimini anlamak için bu makale önemli bir gösterge olmuştur.
Slow Food/White Noise: Food and Eating in Don DeLillo's Postmodern America (Marinaccio, 2015) İÇERİK: Slow Food manifestosu, modern "hızlı yaşam" anlayışına karşı bir direnç ve reform aracı olarak tadı geliştirmeyi temel bir ilke olarak belirlemektedir. Bu bağlamda, politika "mutfakta Slow Food" ile başlamaktadır; çünkü duysal gurme tatlarının, yavaş ve uzun süreli bir keyif ile deneyimlenmesinin, sürdürülebilir üretim yöntemlerine ve bu yöntemlerin sağlanmasında gerekli olan geleneksel yemek kültürlerine dönüşü teşvik edeceği vurgulanmaktadır. Ayrıca,	Postmodernizmin Türk Mutfağına Etkisi (Uçuk& Buyruk,2020): İÇERİK: Modernizme kıyasla daha sıcak, sert bir reddediştten uzak, inanca saygılı ve sınırlı bir yaklaşımı temsil eden postmodernizmin Türk mutfağındaki yansımaları incelenmiştir. Türk mutfağındaki sosyo-kültürel, dini ve teknolojik dönüşümleri postmodernizm kapsamında gastronomik bir perspektifle ele alınmaya çalışılmıştır.

Amerikalıların yemek deneyimlerini esasen bir tüketim eylemi olarak değerlendirdikleri iddia edilmektedir; bunun yanı sıra, yemeklerinin tarımsal bağlamlarından kopması, sadece gezegenin sağlığına değil, aynı zamanda akşam yemeklerinden aldıkları zevke de olumsuz etkide bulunmaktadır.	
Food for thought: A study of food consumption in postmodern US culture. (Kniazeva, & Venkatesh, 2007) İÇERİK: Çağdaş yemek tüketiminin sembolik anlamlarını incelemek ve ilgili uygulamaları derinlemesine anlamaktır. Özellikle, yiyeceği postmodernizmi temsil eden önemli bir kültürel kategori olarak ele alıyor. Yiyecek; ilişkiler, arzu ve küreselleşmiş bir meta bağlamında ele alınmaktadır.	A Chef's Guide to Patent Protections Available for Cooking Techniques and Recipes in the Era of Postmodern Cuisine and Molecular Gastronomy (Arons,2015) İÇERİK: Mutfakların giderek bilimsel araştırma merkezlerine evrilmesi, şeflerin yenilikçi pişirme yöntemleri ve gastronomik buluşları için patent koruması sağlanmasını zorunlu hale getirmektedir. Gastronomi sektöründe patent korumalarının varlığı, şefleri yeni gıda inovasyonları geliştirmeye daha fazla motive edecektir. Postmodern mutfak ve moleküler gastronomi dönemindeki şefler, laboratuvarlarda toplum için yeni ve işlevsel ürünler geliştiren bilim insanlarıyla benzer bir konumda olup, bu sebeple zaman ve yaratıcılıklarına dayanan çabaları ödüllendirilmelidir. Patent korumaları, mutfak dünyasına yenilikçi eserler kazandırarak sektörü ileri taşır. Buna ek olarak, bir şefin patentli eserini lisans yoluyla kullanım hakkı verebilmesi hem şefin tanınırlığını artıracak hem de ek bir gelir kaynağı sağlayacaktır.
Gastronomi Kültürünün İnşası Ve Dönüşümünde Televizyon: Masterchef Türkiye Ve The Taste Türkiye ProgramlarıÖrneği(Tutar&Durukan,2020) İÇERİK: Yerel televizyon kanalları arasında reality programlarının alt tipleri özellikle yemek yarışmaları göz önünde bulundurularak probleme yönelik bir örneklem oluşturulmakta ve bu yöntemle belirlenen reality showların tüketim toplumu ve gösterinin ideolojik yönlerinin ilişkisini, kuramsal bir çerçeve üzerinden incelenmektedir.	
Gastronomi Kültürünün İnşası Ve Dönüşümünde Televizyon: Masterchef Türkiye Ve The Taste Türkiye ProgramlarıÖrneği(Tutar&Durukan,2020) İÇERİK: Yerel televizyon kanalları arasında reality programlarının alt tipleri özellikle yemek yarışmaları göz önünde bulundurularak probleme yönelik bir örneklem oluşturulmakta ve bu yöntemle belirlenen reality showların tüketim toplumu ve gösterinin ideolojik yönlerinin ilişkisini, kuramsal bir çerçeve üzerinden incelenmektedir.	
Food, appetite and consumption in postmodern film (Isaacson, 2007) İÇERİK:Tüketim ve tüketim kültürünün bireysel ve küresel düzeydeki önemini analiz etmek ve keşfetmeyi amaçlamıştır. Gıdanın toplumu neyi tercih ettiğini anlama açısından güçlü bir iletişim aracı olduğunu iddia eder. Gıda seçimi, diğer alternatifleri dışlama ve gıdayı sosyal ve kültürel tatlarımıza uygun hale getirmek amacıyla belirli hazırlık ve kontrollerle gerçekleştirilirken bireysel kimlik duygusunu beslerken aynı zamanda entegrasyonunu da sağlar. İştah yalnızca mutfakla sınırlı kalmayıp cinsellik ve şiddet gibi birçok farklı biçimde kendini gösterebilir. Bu iştahların kökenleri ve sonuçları, tüketim motivasyonumuzu daha iyi anlamak için önemli bir alan sunmaktadır.	

Postmodernizmin Sosyal Kültürel Yansımaları

Günümüzün küreselleşen dünyasında "ötekilik" ve mutfak kimliği arasındaki dinamiklerin yarattığı zorluklar, postmodernist perspektiften çeşitli açılardan incelenmektedir. Bu bağlamda, yemek ve kimlik arasındaki güçlü bağın, yerel mutfakların küresel bağlamda yeniden şekillenmesine nasıl katkıda bulunduğu ele alınarak, yerinden edilme ve yeniden yerleşim süreçlerine ilişkin örnekler sunulmaktadır

(Petricia,2014). Baudrillard'ın Borges'in alegorisine yaptığı yorumda belirttiği gibi, "artık harita bölgeden önce gelmemektedir," bu da simülakrların(Jean Baudrillard tarafından geliştirilen bir kavramdır ve genellikle "gerçeklikten kopmuş olan kopya" veya "gerçekliği temsil eden bir imaj" anlamında kullanılır.) egemen olduğu bir duruma işaret eder (1733). Günümüzde gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde birçok insan, yabancı tarifleri sipariş ederek veya bizzat hazırlayarak ötekiliği deneyimlemiştir; bu tarifler, belki de orijinal versiyonlarıyla hiç tanışma fırsatı bulamayacakları, aslı bozulmuş kopyalarıdır şeklinde ifade edilir. Bu durum, yerel, bölgesel ya da ulusal etnik grupların kültürel kimliklerini bir değişim tehdidi altına sokmaktadır. Buradaki tehlike, eğer belirli yemek pratikleri ve gelenekleri aşırı derecede popülerleştirilir ve yaygınlaşırsa, orijinalin kopyalarının hakim hale gelmesi ve nihayetinde simülakrların, ikinci, üçüncü veya daha fazla derecedeki kopyaların çoğalmasıyla orijinalin tamamen silinmesi ve yok olması olasılığıdır.

Küresel düzeyde yabancı gıda ürünlerine atfedilen cazip anlamlar, geleneksel yiyeceklerin yerini yeni yiyecek kategorileri aldıkça tüketici tercihlerinde değişimlere yol açmaktadır. Bir kültürel sistem içinde bile, alt kültürel etkiler bu değişim sürecinde rol oynar; örneğin, Amerikan bağlamında Meksika mutfağı bu duruma örnek teşkil eder. Ger ve Belk (1996), bu sembolik dönüşüm sürecini, tüketicilerin anlamları yeniden yapılandırması ve bu yapılandırılmış anlamların kendi kültürel bağlamlarına yeniden entegre edilmesi olarak açıklamaktadır. Yazarların görüşüne göre, bu tür dönüşümler sonucunda küresel kültür, birlikte inşa edilen bir yapıya dönüşmektedir; zira bu süreç yalnızca pazara yeni ürünler sunan yabancı üreticiler tarafından yürütülmez, aynı zamanda bu ürünlerin imajlarını aktif bir şekilde yeniden şekillendiren yerel tüketiciler de sürece dahil olur. Tüketiciler açısından bu küresel postmodern kültür, yerel olarak üretilen geleneksel ürünlerin, farklı ülkelere gelen unsurlarla harmanlanarak ortaya çıkan bir "kreolizasyon" (melezleşme) süreciyle karakterize edilmektedir.

Gıda, yerler ve kültürel kimlik arasındaki ilişki, mevcut çağda, tamamen yeni bir anlam kazanmıştır; örneğin küresel sushi'le ilgili olduğu gibi: Sushi'nin, New York'taki lüks Fifth Avenue restoranlarında, Los Angeles'taki beyzbol stadyumlarında, Amsterdam'daki havaalanı atıştırmalık arabalarında, Madrid'deki bir dairede veya Buenos Aires, Tel Aviv veya Moskova'da herhangi bir şekilde bulunuyor olması, sushi'nin Japon kültürel malı olarak statüsünü kaybettiği anlamına gelmemektedir. Kültürel farklılıkları homojenleştirmek veya kültürel etiketlerin belirginliğini silmek zorunda değildir. Tam tersine, marka değeri büyür. Tüketim ekonomisinin küreselinde, sushi'nin Japon kültürel malı olarak marka değeri, hem ülkenin hem de mutfağın cazibesine katkıda bulunur (Scarpato & Daniele, 2004).

Postmodern hipergerçeklikte, sevinç ve dram bir arada bulunurken, erdem ile günah iç içe geçmiştir. Benzer şekilde, bazı araştırmacıların belirttiği üzere, işlenmiş gıdalar olumsuz çağrışımlarla (plastik gıda) ilişkilendirilebileceği gibi, işlerden kaçış, özgürlük ve verimlilik anlamları da taşıyabilir (Ger ve ark., 2000). Ayrıca, paketlenmiş ürünler modernlik ve kozmopolitizmi temsil edebilir (Reilly&Wallendorf, 1987), ancak aynı zamanda kaçınılan gıdalar olarak da algılanabilir (Englis ve Solomon, 1997). Örneğin, Haiti'de mısır unu alt sınıfa ait bir gıda olarak değerlendirildiğinde (Oswald, 1999), Amerika'da Haiti göçmenleri tarafından tüketildiğinde bu olumsuz konumunu yitirmektedir. Don Delillo "Beyaz Gürültü" kitabında Amerikan yemek kültürleri bağlamında, endüstriyel gıda zinciri postmodernliğin temsiliyetinde merkezi bir rol üstlenmektedir. Bu zincir, genellikle kitle iletişim araçlarının ve tüketim kültürünün birey üzerindeki etkileri ile topluma olan etkileri açısından övgüyle ele alınır. Endüstriyel gıda zinciri, küresel kapitalizmin temel bir unsuru olarak kabul edilir ve giderek ticarileşen gıda ve yeme durumunun, tat alma zevkinin azalması ve yiyecek etrafındaki artan kaygıların analizi, postmodern Amerikan yaşamının eleştirel bir perspektiften incelenmesinde benzer şekilde merkezidir (Marinaccio 2015).

Yiyecek değerleri ve alışkanlıkları, bireylerin kültürel, etnik ve kişisel kimliklerini oluşturma, sürdürme ve pekiştirme süreçlerinde önemli kültürel ifadeler olarak işlev görmektedir (Reilly & Wallendorf, 1987). Ancak çağdaş postmodern toplumda yiyecekleri akademik açıdan dikkate değer kılan husus, yiyeceklerin neyin yenip yenmeyeceği meselesi değil, yemek ve pişirme pratiklerinde anlam taşıyan, sembolik karakterleridir. Yerel otantikliğe olan ilginin artışıyla birlikte, yiyecekler turistik destinasyonlara yapılan seyahatlerde deneyimleri zenginleştiren önemli bir bileşen ve temel unsur haline gelmiştir (Jameson,

2010). Postmodern çağda "hipo-mekân" olarak adlandırılan bir siyaset teorisi, modern turist davranışlarına uygun bir bakış açısı sunmaktadır. Bu teori, küresel hareketliliklerin algısına dair bir perspektifle, sosyal ve coğrafi dolaşım süreçlerine odaklanır. Bu bağlamda, dikkatin özgün bir mekâna veya "yer duygusu"na yöneldiği görülmektedir. Modern dünyada sosyal sistemdeki bu eğilimler, "Gastronomi Turizmi"nin popüleritesini artırmış ve hatta "Sorumlu Turizm" ya da "Sürdürülebilir Turizm"den daha fazla ilgi toplamasına yol açmıştır (Chaignes&Tunming, 2019).

Bir başka çalışmada ise Bangkok'un hızla büyüyen ve dinamik metropolü, belirli bir Batı şehir tarihi deneyiminden doğan etnosentrik kamusal/özel alan modellerine karşı çıkan alternatif kentsel gıda stratejilerine dair perspektifler sunmaktadır. Bu kentsel gıda sisteminde, özellikle kamusal yemek kültürü bağlamında cinsiyet ilişkilerinin doğasına odaklanılmıştır. Bangkok'ta kadınlar ve erkekler, geleneksel olarak kentsel gıda sisteminde farklı sosyo-mekansal konumlar işgal etmişlerdir. Ancak, son dönemde ortaya çıkan "postmodern" dönüşümlerle birlikte, toplumsal cinsiyet rolleri mekânsal düzeyde yeniden yapılandırılmaktadır. Bu bağlamda, Bangkok'ta kamusal ve özel alanlar arasındaki sınırların bulanıklaşmasında önemli bir rol oynayan "plastik torba ev kadını" figürünün yükselişi ele alınmıştır. Günlük, kitlesel gıda stratejileri, şehrin son dönemde gelişen elit gıda işletmeleriyle karşılaştırılmış bu işletmelerin pek çoğu, nostaljik mimari ile tasarım pastişini modern restoran unsurlarıyla harmanlayarak postmodern bir karakter sergilemektedir. "Yiyecek bahçeleri" ve görünüşte "kralliyet tarzında" olan restoranlar, belirli ve yenilikçi cinsiyet ilişkilerini temsil etmektedir. Bu ilişkiler içinde kadınların rolü, toplulukta geleneksel ekonomik ve sosyal önceliklerini yansıtmaktan uzaktır. Aksine, elit işletmeler ya kadınları estetik nesneler olarak kamuya sunmakta ya da yeteneklerinden mutfakların "arka" alanlarında yararlanmaktadır (Yasmeen, 2013).

Neoliberal piyasa ekonomisinin teşvik ettiği tüketim toplumu bağlamında, bireylerin kültürel yaşam tarzları, tükettikleri yiyecekler ve giysileri, sembolik anlamlar taşımaktadır. Genel olarak kitle iletişim dünyası, özel alanda ise televizyon, bulunduğumuz zamanın baskın değerlerinin geniş kitlelerle aktarıldığı bir platform olarak gözükmektedir. Sonuç olarak postmodernizm bağlamında gıda, kimlik ve kültür arasındaki karmaşık ilişkileri anlamak için zengin bir çerçeve sunmaktadır. Küreselleşme ile birlikte yerel kimliklerin nasıl şekillendiği, tüketim kültürü ve toplumsal cinsiyet dinamikleri gibi konular, çağdaş toplumun gıda üzerindeki etkilerini göstermektedir (Tutar&Durukan, 2020).

Postmodernizmin Gıda ve Gastronomi Yönünden Yansımaları

Tat, hipergerçeklik ve simülakrum kavramları bağlamında, moleküler gastronominin etkisi göz önünde bulundurulmalıdır. Moleküler gastronomi, mutfak adeta bir simya laboratuvarına dönüştürmüştür; bilimsel yöntemler, yemeklerin temel yapısını çözümlmek, yüceltmek ve dönüştürmek amacıyla yeni pişirme teknikleri sunarak duyuşal deneyimler arasında bir bulanıklık yaratmıştır. Son yıllarda bilim, yenilikçi gıdaların geliştirilmesine büyük ölçüde katkı sağlamış, ancak bu katkıların etkileri tartışmalara yol açmıştır. Örneğin, yenilebilir ambalajlar icat edilmiştir: Harvard Üniversitesi'nden bilim insanı David Edwards ve ekibi, dondurmaya erimeyen yenilebilir bir çikolata kabuğuyla kaplayarak, geleneksel ambalajlara olan ihtiyacı ortadan kaldırmıştır (McLaughlin,2012). Bunun yanı sıra, tat tomurcuklarını şaşırtan ve yanıltıcı bir postmodern deneyim sunan şarap dolu üzüm de mevcuttur (Berger, 2012). Katı bir madde beklentisi yaratırken sıvı bir içeriğin sunulmasıyla adeta bir duyuşal illüzyon yaratır. Bu bağlamda, dokuların ve aromaların beklenmedik birleşimlerini içeren aşırı duyuşal simülakrumlar sunulmaktadır. Örneğin, sodyum aljinat ve kalsiyum kullanılarak elde edilen sahte havyarlı kahve, kavun veya Cointreau aromalı yapay havyar, sıvı azotla hazırlanan dondurma, sıvı patlamış mısır ve karamel köpüğü gibi örnekler, bilim ve hayal gücünün birleşimiyle oluşan birçok hipergerçek ve eğlenceli kombinasyonu gözler önüne sermektedir (Uygun,2020) Örneğin, çay seremonisi Çin kökenli olmasına rağmen, Japonlar bu uygulamayı ulusal bir sembole dönüştürmüşlerdir. Diğer taraftan, Amerika Birleşik Devletleri veya Birleşik Krallık'ta sunulan pek çok Çin yemeği, ana vatanlarındaki orijinal tariflerle büyük ölçüde farklılık göstermektedir; bu durum, bu yemeklerin "Çinliliğini" yitirip "İngilizlik" veya "Amerikanlık" kazanması anlamına gelmektedir. İtalyanlar, patates kızartması veya ketçap ile servis edilen pizzayı küçümsemekte ve reddetmektedir; zira bu tür pizzalar, o kadar çok yerinden edilip yeniden şekillendirilmiştir ki tanınmaz hale gelmiştir. Ayrıca,

spagetti Bolognese'in, orijinal yemeğin bir kopyası bile olmadığı iddia edilmektedir; aslında bu tür spaghetti, Bologna'da hiç var olmamıştır; orada, et sosu (ragù) genellikle tagliatelle veya lazanya ile sunulmuştur. Bu durum, Baudrillard'ın hipergerçeklik kavramının bir örneğini teşkil etmektedir. Bu olgu, kitle medyası tarafından üretilen bir tat hipergerçekliğidir (Petricia,2014)..

Özellikle yeni tat keşifleri ve deneyimleme merakının yanı sıra tüketim baskısının (Baudrillard, 2008) postmodern mutfak yapısına evrilmede etkili unsurlar olduğu söylenebilir. Bu bağlamda, yüzyıllardır farklı pişirme yöntemleriyle tüketilen kahvenin dönüşümü örnek olarak ele alınabilir. Geleneksel olarak yerleşik bir kahve tüketim alışkanlığına sahip olan Türklerin kahve tüketimindeki değişim, postmodernist bir perspektiften incelenebilir. Postmodern dönemde, küresel kahve markalarının tüketicilerin zevklerini, alışkanlıklarını ve eğilimlerini ortak bir çerçevede şekillendirdiği gözlemlenmektedir (Özgen & Karabacak, 2013). Kahvenin cezve ile hazırlanıp küçük fincanlarda sunulma geleneği günümüzde hala sürdürülse de yaygın olarak hizmet veren işletmelerde espresso bazlı kahvelerin vazgeçilmezler arasında yer aldığı görülmektedir. Öyle ki, dünya genelinde öne çıkan kahve markalarının Avrupa'da en fazla şube sayısına sahip olduğu ülkelerden biri Türkiye'dir (Çavuş, 2019). Dolayısıyla, postmodernizmin bireylere sağladığı birçok "yeni gelenek," bu işletmeler tarafından kahve ile birlikte sunulmaktadır (Uçuk, 2020).

Yemek deneyimi, restoran giden bir müşterinin evde ya da restoranda yemek yedikten sonra elde ettiği memnuniyetin belirlenmesinde rol oynayan çok sayıda unsuru içeren geniş bir kavramdır. Daha da önemlisi, "müşteri" ve "memnuniyet" terimlerinin, somut gerçeklikleri sunmak yerine olasılıklar çerçevesinde ne anlama geldiğini sorgulama gerekliliği ortaya çıkarmaktadır (Hegarty, 2009). Restoranlar, yalnızca yeme içme sunan mekanlar olmanın ötesine geçerek, atmosfer ve hizmetin de önemli bileşenler olduğu bir sahne veya tiyatro işlevi görmektedirler (Warde & Martens, 2000). Yapılan araştırmalar, yemek deneyimini ve bu deneyimi sağlayan ortamların karmaşık ve disiplinlerarası bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bir yemeğin ya da gastronomik deneyimin kalitesine dair bir değerlendirme yapabilmek için bütün faktörlerin dikkate alınması gerekmektedir (Gustafsson, Öström, Johansson ve Mossberg, 2006). Bu bağlamda, yemeğin bütünsel kalitesini anlamak ve değerlendirmek için farklı bilgi alanlarının etkileşimlerinin analizi büyük önem taşımaktadır. Küreselleşme çağında, gastronomi ve diğer sanat alanlarında yenilikçi denemelerin sona erdirilmesi ve piyasa ekonomisinin yeni öznelliklerini kabul etme yönünde bir çağrı bulunmaktadır. Gastronomi sanatçıları, şefler, restoran sahipleri, eleştirmenler ve genel kamuoyu, "her şeyin serbest" olduğu bir senaryoda birlikte çabalarken, çağdaş dönem eklektizm ve standartların gevşemesiyle tanımlanmaktadır. Eklektizm, çağdaş gastronomi ve mutfak kültürünün temel yapı taşı haline gelmiştir: Öğle yemeğinde McDonald's, akşam yemeğinde ise yerel (etnik) mutfak tercih edilir. Eklektik ürünler için bir pazar bulmak ise hiç de zor olmamıştır (Hegarty, 2009).

Yapılan bir başka çalışmada ise Yeni Zelanda yemek kitaplarının başlıklarında görülen gelişen kelime dağarcığı, yirminci yüzyıl mutfak tarihini özetlemektedir. Bazı terimlerin kaybolması ve yerlerine yenilerinin geçmesi, yeme alışkanlıklarındaki dönüşümlerle ve daha geniş toplumsal ve kültürel gelişmelerle ilişkilidir. Özellikle 1960'ların başındaki dildeki belirgin değişiklik, mutfak devrimini yansıtmaktadır. "Modern" ve "bilim" gibi önceki başlıklarda yer alan kelimeler, kitlesele gıda dağıtımının rasyonel mutfaklarını ima etmektedir. Bu göstergeler, daha sonra postmodern ya da tüketici toplumuna ait olanlarla yer değiştirir. Küreselleşmiş ve bireyselleşmiş gıda arzıyla birlikte, ilgi artık yalnızca aşçılardan ziyade yemek tüketicilerinin çıkarlarına odaklanmaktadır. Bir yandan, "yemek yiyen", "şarap" ve "mutfak" gibi terimler, yeni bir akşam yemeği partisi merakını yansıtmaktadır. Öte yandan, "ev halkı" için yemek hazırlayan "ev hanımı", "aile ile ilgilenen "anne" ile yer değiştirir. Erken dönem başlıklarında "denenmiş" ve "günlük" tarifler öne çıkarken, daha sonraki başlıklar genellikle "kolay" tarifler ve "ikramlar" ile övünmektedir; bu durum, yemeklerin gayri resmileşmesi ve yemek yapma becerilerinin kaybı konusunda soru işaretleri doğurmaktadır (Symons, 2009).

1974 Dünya Gıda Konferansı'ndan bu yana gıda güvenliği ile ilgili düşüncede üç ana dönüşüm belirlenmiştir: küresel ve ulusal seviyeden hane halkı ve birey seviyesine; gıda odaklı bir perspektiften geçim kaynakları perspektifini nesnel göstergelerden öznel algıya geçiş kapsamaktadır. Bu dönüşümlerin, diğer disiplinlerdeki postmodern düşüncelerle tutarlı olduğu görülmektedir. Geniş bir tartışmadan

yararlanarak, gıda güvenliği politikalarının büyük anlatılardan kaçınması ve çeşitliliği kabul etmesi gerektiğini savunur. Mevcut geleneksel gıda güvenliği anlayışı yeniden değerlendirilmeli ve bazı postmodern düzenlemeler yapılarak gelişmesi önerilmektedir (Maxwell, 1996). Gıda sonuçlarını şekillendiren karmaşık faktörleri ve etkileşimleri nasıl algıladıklarını ve müzakere ettiklerini sistematik bir biçimde ele almanın bir yolunu, toplumun gıda sonuçlarındaki rolünün incelenmesine postmodern güç ve bilgi teorilerini uygulayarak tanımlamaktadır. Bu yaklaşımı geliştirirken, mevcut gıda sonuçları çalışmalarına yalnızca eleştirel bir bakış açısı getirmek değil, aynı zamanda açlığın daha az olduğu bir dünyaya ulaşmayı hedefleyen modernist bir amaca yönelik olarak postmodern teoriyi kullanmıştır. Foucault, iktidarın yalnızca olumsuz ve zorlayıcı bir kavram olmadığını, bireyler tarafından kontrol edilen bir olgu olmadığını, aksine "belirli eylemlerin diğer olası eylemler alanını yapılandırabileceği bir yol" olduğunu öne sürmektedir. Foucault'ya göre, belirli bir sosyal gruptaki statü, ekonomik durum ve cinsiyet gibi çeşitli farklılıklar, grubun bazı üyelerinin diğer üyelerin eylemlerine etki etmesine veya onların eylemlerini şekillendirmesine olanak tanır. Bu, gıda güvenliği çalışmaları açısından kritik bir noktadır; çünkü bu durum, sosyal farklılıkların belirli bir bağlamı incelemek için kullanabileceğimiz önceden belirlenmiş kategoriler olmadığını, aksine bu kategorilerin sürekli olarak inşa edildiğini ve uygulandıkça şekillendiğini öne sürmektedir

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma globalleşen dünyada, yemek kimliği ile "ötekilik" arasındaki ilişki, postmodern bir bakış açısıyla ele alınmaktadır. Yabancı mutfakların yayılması, kültürel kimlikler üzerinde hem fırsatlar hem de tehditler oluşturmaktadır. Bu durum, özellikle orijinal tariflerin kopyalarının yaygınlaşmasıyla simülakların (gerçekten uzak kopyalar) baskın hale gelme riskini beraberinde getirmektedir. Yemeklerin küreselleşmesi, farklı kültürel etkilerle harmanlanarak yeni formlar almasına yol açmaktadır. Postmodern hipergerçeklikte yiyecekler, sabit anlamlardan uzaklaşıyor ve farklı bağlamlarda farklı anlamlar kazanıyor Bangkok örneğinde, kamusal alanlarda cinsiyet rollerinin yemek kültürü üzerinden yeniden yapılandığı vurgulanmaktadır. Özellikle kadınların yemek kültüründeki sosyo-mekansal konumları, elit restoranlar ve günlük yaşamda farklı şekillerde temsil edilir.

Postmodernizmin gıda ve gastronomi üzerindeki etkilerini detaylandırarak, moleküler gastronomi, hipergerçeklik ve simülakrum gibi kavramlar çerçevesinde incelemektedir. Postmodern mutfak anlayışında bilimsel yöntemler ve teknolojik yeniliklerin duysal deneyimlerdeki etkisi vurgulanmaktadır. Moleküler gastronomi, tat algısını değiştirerek, geleneksel yeme alışkanlıklarının ötesine geçen deneyimler sunar. Örneğin, sıvı azot kullanılarak yapılan dondurma veya sahte havyar gibi yenilikler, duyarlar arasında bir bulanıklık yaratarak hipergerçek deneyimler sunmaktadır.

Yazıda ayrıca küreselleşmenin ve kültürel asimilasyonun yemek kültürü üzerindeki etkileri ele alınmaktadır. Örneğin, İtalyan pizzalarının Amerika'da farklı bir biçimde sunulması veya Türk kahvesinin modern kahve zincirleriyle karşılaştığı değişimler, yemeklerin kültürel kimliklerinden uzaklaştığına işaret eder. Baudrillard'ın hipergerçeklik kavramı burada devreye girerek, gıdaların "orijinallliğini" yitirmesine ve küresel pazar taleplerine göre yeniden şekillenmesine dikkat çekmektedir.

Postmodernizm, bireylerin ve grupların kimlik oluşturma süreçlerine dair önemli bir bakış sunar. Yemeğin kimlik inşasındaki rolü daha fazla araştırılabilir. Göçmen grupların yemek kültürleri üzerinden kimlik inşası, melez mutfaklar veya küreselleşen yeme alışkanlıkları gibi konular daha detaylı işlenebilir. Özellikle küresel fast food zincirlerinin yerel yemeklerle nasıl etkileşime girdiği incelenebilir. Moleküler gastronominin yalnızca gastronomik bir fenomen olmaktan ziyade, teknolojinin yemek kültürü üzerindeki dönüştürücü etkilerini ele alacak şekilde genişletilebilir. Endüstriyel gıda üretimi, biyoteknoloji ve yapay gıdalar gibi konular, bu bağlamda postmodern gastronominin bir uzantısı olarak daha derinlemesine araştırılabilir. Makalede, gıda güvenliği ve küreselleşme postmodern bir perspektiften ele alınmış. Ancak iklim değişikliği, biyolojik çeşitliliğin azalması ve sürdürülebilirlik gibi daha güncel gıda güvenliği meseleleri de tartışılabilir. Bu konular, postmodernizm çerçevesinde gıda üretim ve tüketim sistemlerinin geleceğini sorgulamak açısından önemlidir. Bangkok ve Batı odaklı analizler önemli olmakla birlikte, diğer dünya şehirlerinden ve farklı kültürlerden örneklerle bulgular zenginleştirilebilir. Özellikle postmodernizm

ve gastronomi ilişkisi, farklı kültürlerde nasıl şekillendiği açısından daha geniş bir perspektifle ele alınabilir. Örneğin, Türkiye, Hindistan ya da Güney Amerika gibi yerlerden yerel yiyecek stratejileri ve cinsiyet rolleri ile ilgili karşılaştırmalar yapılabilir. Kadınların yemek yapma pratiklerinin küresel ölçekte nasıl değiştiği, modern ve postmodern cinsiyet rollerinin yemek kültürüne etkileri daha detaylı analiz edilebilir. Gıdaların sadece tüketim aracı olarak değil, aynı zamanda sembolik anlam taşıyan unsurlar olarak işlev gördüğü ifade edilmiştir. Bu sembolik anlamların nasıl inşa edildiği, hangi sosyo-kültürel dinamikler tarafından şekillendiği daha detaylı analiz edilebilir. Örneğin, belirli yiyeceklerin bir toplumda "yüksek" kültür veya "alt" kültür yiyeceği olarak kabul edilmesi süreçleri incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Akşit Aşık, N. (2017). Değişen kahve tüketim alışkanlıkları ve Türk kahvesi üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 310-325. <https://doi.org/10.21325/jotags.2017.152>
- Arons, M. P. (2015). A chef's guide to patent protections available for cooking techniques and recipes in the era of postmodern cuisine and molecular gastronomy. *Journal of Business & Technology Law*, 10, 137-150.
- Barthes, R. (1997). Toward a psychosociology of contemporary food consumption. In C. Counihan & P. Van Esterik (Eds.), *Food and culture: A reader* (pp. 9-36). Routledge.
- Baudrillard, J. F. (2000). *Postmodern durum* (A. Çiğdem, Çev.). Vadi Yayınları.
- Baudrillard, J. (2001). The precession of simulacra. In V. B. Leitch (Ed.), *The Norton anthology of theory & criticism* (pp. 1556-1571). W.W. Norton & Company.
- Baudrillard, J. (2008). *Tüketim toplumu* (H. Deliceçaylı & F. Keskin, Çev.; 3. baskı). Ayrıntı Yayınları.
- Baumann, Z. (1999). *Küreselleşme: Toplumsal sonuçlar* (A. Yılmaz, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Berger, M. (2012, April 17). A tasty treat, packaging and all. Retrieved July 8, 2015, from <https://example.com>
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgment of taste*. Routledge & Kegan Paul.
- Carr, E. R. (2006). Postmodern conceptualizations, modernist applications: Rethinking the role of society in food security. *Food Policy*, 31(1), 14-29.
- Chaigasem, T., & Tunming, P. (2019). A local cuisine tourism approach to authenticity and a sense of place for postmodern gastronomy in I-SAN Thailand. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(4), 1-14.
- Çavuş, G. (2019). Starbucks şubelerinin sayıları hakkındaki iddialar. *teyit.org*. <https://teyit.org/turkiyede-ve-avrupada-bulunan-starbucks-subelerinin-sayilari-hakkindaki-iddialar> (Erişim Tarihi: 20.09.2024)
- Cova, B., & Cova, V. (2001). Tribal aspects of postmodern consumption research: The case of French in-line roller skaters. *Journal of Consumer Behaviour*, 1(1), 67-76
- Englis, B. G., & Solomon, M. R. (1997). Where perception meets reality: The social construction of lifestyles. In L. R. Kahle & L. Chiagouris (Eds.), *Values, lifestyles and psychographics* (pp. 25-40). Lawrence Erlbaum Associates.
- Foucault, M. (2011). Özne ve iktidar. In I. Ergüden (Çev.), *Seçme yazılar 2*. Osman Akinhay, ss. 57-82, İstanbul: Ayrıntı Yayınevi
- Ger, G., & Belk, R. W. (1996). I'd like to buy the world a Coke: Consumptionscapes of the 'less affluent world'. *Journal of Consumer Policy*, 19(3), 271-304.
- Ger, G., Wilhite, H., Halkier, B., Læssøe, J., Røpke, I., & Godsken, M. I. (2000). Symbolic meanings of high and low impact
- Arons, M. P. (2015). A chef's guide to patent protections available for cooking techniques and recipes in the era of postmodern cuisine and molecular gastronomy. *Journal of Business & Technology Law*, 10, 137-150.
- Carr, E. R. (2006). Postmodern conceptualizations, modernist applications: Rethinking the role of society in food security. *Food Policy*, 31(1), 14-29.
- Ger, G., Wilhite, H., Halkier, B., Læssøe, J., Røpke, I., & Godsken, M. I. (2000). Symbolic meanings of high and low impact

- Hegarty, J. (2009). How might gastronomy be a suitable discipline for testing the validity of different modern and postmodern claims about what may be called avant-garde? *Journal of Culinary Science & Technology*, 7(1), 1-18.
- Maxwell, S. (1996). Food security: A post-modern perspective. *Food Policy*, 21(2), 155-170.
- Symons, M. (2009). From modernity to postmodernity: As revealed in the titles of New Zealand recipe books. *Food and Foodways*, 17(4), 215-241
- Uçuk, C., & Buyruk, L. (2020). Postmodernizmin Türk mutfak kültürüne etkileri üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 4(2), 270-286.
- daily consumption practices in different cultures. Lancaster University. <http://www.lancs.ac.uk/users/sscistud/esf/laessoeh.htm>
- Gustafsson, I.-B., Ostrorn, A., Johansson, J., & Mossberg, L. (2006). The five aspects meal model: A tool for developing meal services in restaurants. *Journal of Food Services*.
- Halis, B. (2012). Tüketimin değişen yüzü: Elektronik ticaret uygulamaları ve sosyal paylaşım ağları. *Tarih Kültür ve Sanat Dergisi*, 1(4), 1-20.
- Hegarty, J. (2009). How might gastronomy be a suitable discipline for testing the validity of different modern and postmodern claims about what may be called avant-garde? *Journal of Culinary Science & Technology*, 7(1), 1-18.
- Jameson, F. (1984). Postmodernism, or the cultural logic of late capitalism. *New Left Review*, 146, July-August, 53-92.
- Isaacson, S. (2009). *Food, appetite and consumption in postmodern film* (Doctoral dissertation).
- Kniazeva, M., & Venkatesh, A. (2007). Food for thought: A study of food consumption in postmodern US culture. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 6(6), 419-435.
- Lévi-Strauss, C. (1983). *The raw and the cooked: Mythologiques, Volume 1* (Vol. 1). University of Chicago Press.
- Llosa, M. V. (2001). The culture of liberty. *Foreign Policy*, 122, 66-71. <https://doi.org/10.2307/3183227>
- Lyotard, J.F. (2000). Postmodern Durum. Çeviren: Ahmet Çiğdem, Ankara: Vadi Yayınları
- Marinaccio, R. (2015). Slow food/white noise: Food and eating in Don DeLillo's postmodern America. *Lit: Literature Interpretation Theory*, 26(1), 62-84. <https://doi.org/10.1080/10436928>
- Maxwell, S. (1996). Food security: A post-modern perspective. *Food Policy*, 21(2), 155-170.
- McLaughlin, C. M. (2012). WikiCells: Food packaging you can eat. *The Harvard Crimson*. <https://www.thecrimson.com/flyby/article/2012/2/11/wikicells-edible-packaging/> (Erişim Tarihi: 20.09.2024)
- Murphy, C. (2012). Writing an Effective Review Article. *Journal of Medical Toxicology*, 8, 89-90. <https://doi.org/10.1007/s13181-012-0234-2>.
- Oswald, L. R. (1999). Culture swapping: Consumption and the ethnogenesis of middle-class Haitian immigrants. *Journal of Consumer Research*, 25(March), 303-318.
- Otnes, C., & Lowrey, T. (2003). *Contemporary consumption rituals: A research anthology*. Erlbaum.
- Özgen, Ö., & Karabacak, Z. İ. (2013). Tüketim mekanlarının dönüşümünde görsel iletişimin rolü: Küresel kahve dükkanları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 37(2013), 120-149.
- Parasecoli, F. (2002). Tourism and taste: Towards a semiotics of food. Unpublished manuscript, special lecture at the Florence Summer School, Food and Nutrition Department of New York University, 24.
- Petrica, V. (2014). Postmodernist facets of globalized culinary identity. *Analele Universității Ovidius din Constanța. Seria Filologie*, 25(2), 90-96.
- Reilly, M. D., & Wallendorf, M. (1987). A comparison of group differences in food consumption using household refuse. *Journal of Consumer Research*, 14(September), 289-294.
- Rojek, C. (2003). *Şöhret* (S. K. Akbaş & K. Kızıltuğ, Çev.). Ayrıntı Yayınları.

- Scarpato, R., & Daniele, R. (2004). New global cuisine: Tourism, authenticity and sense of place in postmodern gastronomy. In *Food tourism around the world* (pp. 296-313). Routledge.
- Sukhenko, V., & Zasytkin, O. (2021). COMPILATION AS A COMPOSITION APPROACH OF CONTEMPORARY ART SCHOOL. Research and methodological works of the National Academy of Visual Arts and Architecture. <https://doi.org/10.33838/naoma.30.2021.114-119>.
- Symons, M. (1999). Gastronomic authenticity and sense of place. In *CAUTHE 9th: 1999: Adelaide, SA* (pp. 401-408). Bureau of Tourism Research.
- Symons, M. (2009). From modernity to postmodernity: As revealed in the titles of New Zealand recipe books. *Food and Foodways*, 17(4), 215-241.
- Thompson, C. J., & Haytko, D. L. (1997). Speaking of fashion: Consumers' uses of fashion discourses and the appropriation of countervailing cultural meanings. *Journal of Consumer Research*, 24(1), 15-42.
- Tian, K., & Belk, R. W. (2005). Extended self and possessions in the workplace. *Journal of Consumer Research*, 32(2), 297-310.
- Tutar, C., & Durukan, D. (2020). Gastronomi kültürünün inşası ve dönüşümünde televizyon: Masterchef Türkiye ve The Taste Türkiye programları örneği. *Istanbul University Journal of Sociology*, 40(1), 339-364.
- Tutar, C., & Durukan, D. (2021). Postmodern kentsel mekânda gastronomi kültürünün dönüşümü sürecinde maddi kültürün estetikleştirilmesi. *Selçuk İletişim*, 14(4).
- Uçuk, C., & Buyruk, L. (2020). Postmodernizmin Türk mutfak kültürüne etkileri üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 4(2), 270-286.
- Uygun, A. İ. (2020). Mutfakta yeni trend: Moleküler gastronomi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 2(2), 15-20.
- Warde, A., & Martens, L. (2000). *Eating out: Social differentiation, consumption and pleasure*. Cambridge University Press
- Yasmeen, G. (1996). "Plastic-bag housewives" and postmodern restaurants?: Public and private in Bangkok's foodscape. *Urban Geography*, 17(6), 526-544.
- Yılmaz, A., & Uzunçelebi, H. (2015). Modern tüketim kültüründen postmodern tüketim kültürüne geçişin elektronik ticaret üzerinde oluşturduğu etkiler. *Atatürk İletişim Dergisi*, 9, 13-34

TÜRKÇE VE İNGİLİZCE GASTRODİPLOMASİ ÇALIŞMALARININ BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Doğu Can GÜLER

Arş. Gör., İstanbul Arel Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, E-posta: dogucanguler@arel.edu.tr,
Orcid Numarası: 0000-0002-2499-9483

Ayça BİNGÖL

Arş. Gör., İstanbul Arel Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, E-posta: aycabingol@arel.edu.tr,
Orcid Numarası: 0009-0009-7280-2882

GİRİŞ

Kamu diplomasisinin bir dalı olan gastrodiplomasi, kültürler arası anlayışı ve uluslararası ilişkileri geliştirmek için bir ülkenin mutfak geleneklerini kullanır (İşçimen, 2021). Ülkeler geleneksel mutfaklarını sergileyerek kültürel etkilerini artırmayı, turizmi teşvik etmeyi ve olumlu bir ulusal imaj yaratmayı amaçlamaktadır. Bu yaklaşım, gıdanın diplomatik etkileşim ve kültürel alışveriş için bir araç haline gelmesiyle giderek daha fazla yumuşak güç aracı olarak kabul edilmektedir (Soner, 2022).

Gastrodiplomasi kavramı dilimize yeni giren bir kelime olsa da geçmişte oldukça yaygın bir kullanım alanı olduğu araştırmalar sonucu ortaya konmuştur (Luša & Jakešević, 2017). 1800'lü yıllarda Fransa Kralına gelen mutfak çalışanları arasında bulunan ve Türk Kahvesini bulan kişinin bir Türk elçisi olduğu bilinmektedir. Bunun yanı sıra siyasi ve ticari açıdan birçok antlaşmanın oluşturulmasında yemek kültürü faktörü etkili olmuştur (Constantinou, 1996; Çevik & Aslan, 2020).

Bibliyografik analiz belirli bir alandaki bilimsel yayınların etkisini ve eğilimlerini değerlendirme ve analiz etme yöntemi bilinmektedir. Araştırmacılar, yayın sayısı, alıntılar ve yazarlık kalıpları gibi çeşitli göstergeleri inceleyerek alanın gelişimi, etkisi ve dinamikleri hakkında fikir sahibi olabilirler. Bu bibliyometrik analiz, gastrodiplomasi akademik bir alan olarak gelişimini anlamak, temel katkıları ve ortaya çıkan eğilimleri belirlemek açısından büyük önem taşımaktadır (Demirci & Aktepe, 2021; Yılmaz, 2021; Aslancı, 2022).

Bu makalenin amacı, gastrodiplomasi ile ilgili İngilizce ve Türkçe yayınlanmış makalelerin ve Türkçe yazılmış tezlerin bibliyografik analizini yaparak yayın hacmini ve zaman içindeki gelişimini belirlemektir. Bu bibliyometrik analiz ile gastrodiplomasi konusunda giderek artan bilgi birikime katkıda bulunmayı ve araştırmacılar ile uygulayıcıların uluslararası ilişkiler ve kültürel diplomasi için mutfak mirasından yararlanma çabalarını desteklemek amaçlanmaktadır.

LİTERATÜR (KAVRAMSAL / KURAMSAL ÇERÇEVE)

Bir toplum içinde birlikte yaşayan bireyler aynı tarihi ve kültürü paylaşarak zaman içinde birtakım ortak değerler oluştururlar. Bu da ulusal bir kimliğin ortaya çıkmasına neden olur. Yiyecek ve içecek kültürü ve toplumsal beslenme şekilleri de bu ulusal kimliğin önemli bir kısmını oluşturmaktadır (Bucak & Yiğit, 2019). Ulusal mutfağın korunması ve geliştirilmesi ulusların kimliğinin de korunmasına ve gelişmesine yardımcı olmaktadır. Yemeğin temsil ettiği fikir ve düşünceler, değerler, kimlikler kültürler arası iletişimde oldukça önemli bir konumdur (Zhang, 2015). Gastronomi kavramı hayatımıza girdiğinden bu yana birçok farklı disiplin ile bağlantılı şekilde karşımıza çıkmaktadır. Bu sebeple her geçen gün daha fazla gastronomi ve diğer disiplinlerin ilişkilerinden ortaya çıkan yeni kavramlar türetilmektedir. Gastrodiplomasi kavramı da bu kavramlardan biri olup, 2000'li yılların başında ortaya çıkmıştır (Soner, 2022). Yiyecek ve içecek kültürünün uluslararası ilişkilerdeki rolünü ve iletişimde araç olarak kullanılmasını ifade eden bu kavram evrensel kültür zenginliğine katkıda bulunmaktadır. Bunun yanı sıra yerel yemekler ve pişirme teknikleri ile ulusal kimliğin tanınmasını sağlamakta, ortak bir dil oluşturarak toplumsal bağları güçlendirmekte, çatışma çözümünde ve yumuşak güç kullanımında bir araç vazifesi görerek diplomatik ilişkileri

geliştirmekte, turizmi teşvik ederek ve ihracat potansiyeli oluşturarak ekonomik fırsatlar yaratmaktadır (Rockower, 2012).

Bibliyometri, bilimsel araştırmaların yapısına yönelik araştırmalar için kullanılan yöntemleri içermektedir. Bilimsel yayınların yazar, konu, yıl, atıflar gibi birçok unsurunun sayısal analiz ve istatistik aracılığıyla incelenmesi ve matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin bilimsel çalışmalar üzerinde uygulanması süreçleridir (Pritchard, 1969). Bibliyometrik analizler tanımlayıcı ya da değerlendirci nitelikte olabilmektedir. Bibliyometrik analizler, bilimsel yayınların etkinliğini belirttiği için yayının kullanımı konusunda araştırmacıların fikir sahibi olmalarını sağlamaktadır (Atılğan vd., 2008).

Literatür incelendiğinde başlığında gastrodiplomasi ve bibliyometri kavramlarını içeren bir adet çalışmaya rastlanmaktadır. Süzer ve Doğdubay (2021) yaptıkları “Gastrodiplomasi Kavramı ile İlgili Yapılmış Çalışmaların Bibyometrik Analizi” başlıklı çalışmada 2018 yılı ile 2021 yılının Eylül ayı arasında yayınlanan Türkçe makale ve tezleri çalışmasına dahil etmiştir. Yapılan bu çalışmanın örneklemini Ulusal Tez Merkezinde yayınlanan 4 tez ve Google Akademik veri tabanından erişilen 6 makale oluşturmaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışmada, gastrodiplomasi üzerine yayınlanan Türkçe ve İngilizce makale ve YÖK Ulusal Tez Merkezinde yayınlanan tezleri değerlendirmek amacıyla bibliyometrik analiz yöntemine başvurulmuştur. Araştırmının verileri tüm zamanlar seçilerek yapılan tüm çalışmaların dahil ile gerçekleştirilmiştir. Yapılan analiz ile gastrodiplomasi ile ilgili yapılmış çalışmaların literatürdeki eğilimlerini, örüntülerini ve gastrodiplomasi konusuna yapılmış katkıları ve katkıda bulunan kişileri belirlemek amaçlanmaktadır. Bu çalışma için gerekli olan verilerin toplanmasında DergiPark, Scopus, Web of Science ve YÖK Ulusal Tez Merkezi veri tabanlarından faydalanılmıştır. Verilerin analizinde ise betimsel analiz ve içerik analizi yöntemleri kullanılmıştır. Araştırma “gastrodiplomasi” ve “gastrodiplomacy” kelimelerinin ilgili akademik veri tabanlarında taratılması sonucunda elde edilen bilimsel çalışmaların ve tezlerin dahil ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırmının evrenini gastrodiplomasi ile ilgili yapılmış makale ve tez çalışmaları oluşturmaktadır. Araştırmının örneklemini ise DergiPark, Scopus ve Web of Science akademik veri tabanlarında yayınlanan 37 bilimsel çalışma ve YÖK Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yayınlanan 12 tez olmak üzere toplam 49 çalışma oluşturmaktadır. Ancak gastrodiplomasi konulu 6 çalışmanın tam metnine erişim sağlanamadığından 43 çalışma araştırma kapsamına dahil edilmiştir.

Araştırma analizinde kullanılacak ölçütler aşağıdaki gibidir;

1. Tez ve makalelerin yıllara göre dağılımı nedir?
2. Tez ve makalelerde hangi araştırma yaklaşımı tercih edilmiştir?
3. Tezlerin üniversitelere göre dağılımı nedir?
4. Tezlerin yayınlandığı Ana Bilim Dalına göre dağılımı nedir?
5. Makalelerde çok yazarlık durumu nedir?
6. Makale yazarları hangi kurumlarda çalışmaktadır?
7. Makalelerin yayımlandığı dergi dağılımı nedir?
8. Makalelerin yayımlandığı dillere göre dağılımı nedir?

Bu çalışma, yanlılığı ve hatayı en aza indirmek için iki araştırmacı tarafından bağımsız olarak yürütülmüştür. Makale seçiminde oluşabilecek anlaşmazlıklar tartışma ve fikir birliği yoluyla çözülmüştür. Veri çıkarma ve doğruluğu sağlama amacıyla her iki araştırmacı tarafından çapraz kontrol yapılmıştır.

Bu çalışma hem Türkçe hem de İngilizce literatürde gastrodiplomasiye olan ilginin zaman içinde nasıl geliştiğini göstermektedir. Gastrodiplomasiye uluslararası ilişkiler ve kültürel değişim üzerindeki etkisi gibi alandaki yeni temalar ve odaklar vurgulanmaktadır. Bu çalışma ile gastrodiplomasi ile ilgili en üretken yazar ve kurumlar belirlenmekte ve gastrodiplomasi konusunda en çok yayın yapan dergi veya dergilerin hangisi olduğu ortaya konmaktadır. Çalışma, bibliyometrik analiz için seçilen veri tabanları ile sınırlıdır. İlgili tüm makaleler seçilen veri tabanlarında indekslenmeyebilir ve bu da eksik verilere yol açabilir. Bazı önemli çalışmalar Scopus, DergiPark ve Web Of Science tarafından indekslenmeyen dergilerde yayınlanmış olabilir. Bildiri sayısının çok az olması ve kitap/kitap bölümü çalışmalarına tam metin erişim sağlanamaması nedeniyle çalışma kapsamına yalnızca makale ve tezler dahil edilmiş olup bildiri ve kitap bölümlerinin çalışmaya dahil edilememesi çalışmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

Çalışma, iki farklı dildeki yayınları inceleyerek, araştırma eğilimleri, temalar ve katkılardaki kültürler arası farklılıkları ve benzerlikleri vurgulamakta ve alana daha küresel bir bakış açısı sunmaktadır. Bu çalışma, gastrodiplomasi araştırmalarında keşfedilmemiş bir alanı ortaya çıkarmakta ve literatürdeki boşlukları tespit ederek gelecekteki araştırmalara yol gösterebilmektedir. Bu analiz, gastrodiplomasiye hangi yönlerinin iyi çalışıldığını ve hangilerinin daha fazla araştırma gerektirdiğini belirlemeye yardımcı olacaktır.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Gastrodiplomasi ile ilgili makale yıllara göre dağılımına ilişkin bulgular Tablo 1’de yer almaktadır. Araştırma kapsamına dahil edilen makalelerin %22,58’i olmak üzere en çok makalenin 2021 yılında yayımlandığı görülmektedir. Bunu %16,12 ile 2023 yılı, %12,90 ile 2022 ve 2024 yılları takip etmektedir. Buna ek olarak en eski makalenin 2012 yılında yazıldığı gözlemlenmektedir. Tabloda dikkat çeken önemli bir nokta ise 2013, 2014, 2016 ve 2017 yıllarında makale yazılmamış olmasıdır.

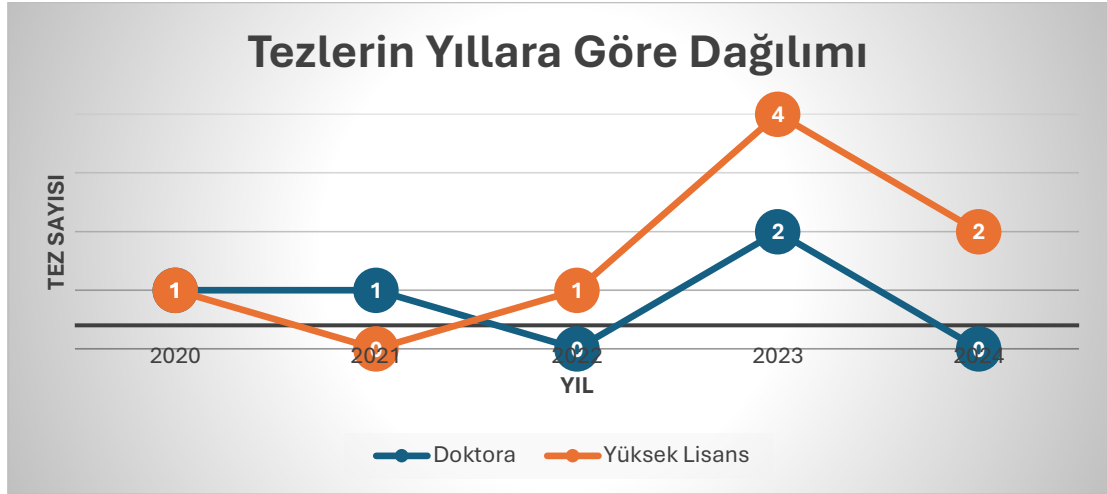
Tablo 1: Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı

Sıra No	Yıl	Makale	Oran (%)
1	2024	4	%12,90
2	2023	5	%16,12
3	2022	4	%12,90
4	2021	7	%22,58
5	2020	3	%9,67
6	2019	3	%9,67
7	2018	3	%9,67
8	2015	1	%3,22
9	2012	1	%3,22

Kaynak; (Tablo yazarlar tarafından oluşturulmuştur).

Gastrodiplomasi ile ilgili tezlerin yıllara göre dağılımına ilişkin bulgular Şekil 1’de yer almaktadır. Tezlerin yayım diline göre dağılımına ilişkin tablo yazılan 12 adet tezdten yalnızca 2023 yılında yazılan 1 adet tezin İngilizce olması nedeniyle oluşturulmamıştır. Yıllara göre dağılım incelendiğinde ise en çok tez sayısına 4 yüksek lisans ve 2 doktora olmak üzere 2023 yılında ulaşıldığı görülmektedir. Yazılan doktora tezi sayısı 2020 ve 2021 yıllarında 1’er adet ve 2023 yılında 2 adet olmak üzere toplam 4’tür. En eski tezin ise 2020 yılında yazıldığı gözlemlenmiştir.

Şekil 1: Tezlerin Yıllara Göre Dağılımı



Kaynak; (Şekil yazarlar tarafından oluşturulmuştur).

Gastrodiplomasi kavramı ile ilgili yayımlanmış tez ve makalelerde tercih edilen araştırma yaklaşımının dağılımı Tablo 2’de yer almaktadır. Tez ve makale yazımında yazarlar nitel veya nicel araştırma yöntemlerine başvurmaktadır. Hem nitel hem nicel araştırma yönteminin birlikte kullanıldığı karma yöntemin kullanıldığı çalışmalarda bulunmaktadır. Gastrodiplomasi ile ilgili yapılmış tez ve makale çalışmaları incelendiğinde bu çalışmanın %93,02 (40) ile büyük çoğunluğunda nitel araştırma yöntemine başvurulduğu görülmüştür. Çalışmaların yalnızca %6,97’sinde (3) nicel araştırma yöntemine başvurulmuştur. Çalışmalarda hem nitel hem nicel araştırma yönteminin birlikte kullanıldığı karma yöntemine başvurulmamıştır.

Tablo 2: Tez ve Makalelerde Tercih Edilen Araştırma Yaklaşımının Dağılımı

Sıra No	Araştırma Yöntemi	Makale	Tez	Oran (%)
1	Nitel	29	11	%93,02
2	Nicel	2	1	%6,97
3	Karma	0	0	%0

Kaynak; (Tablo yazarlar tarafından oluşturulmuştur).

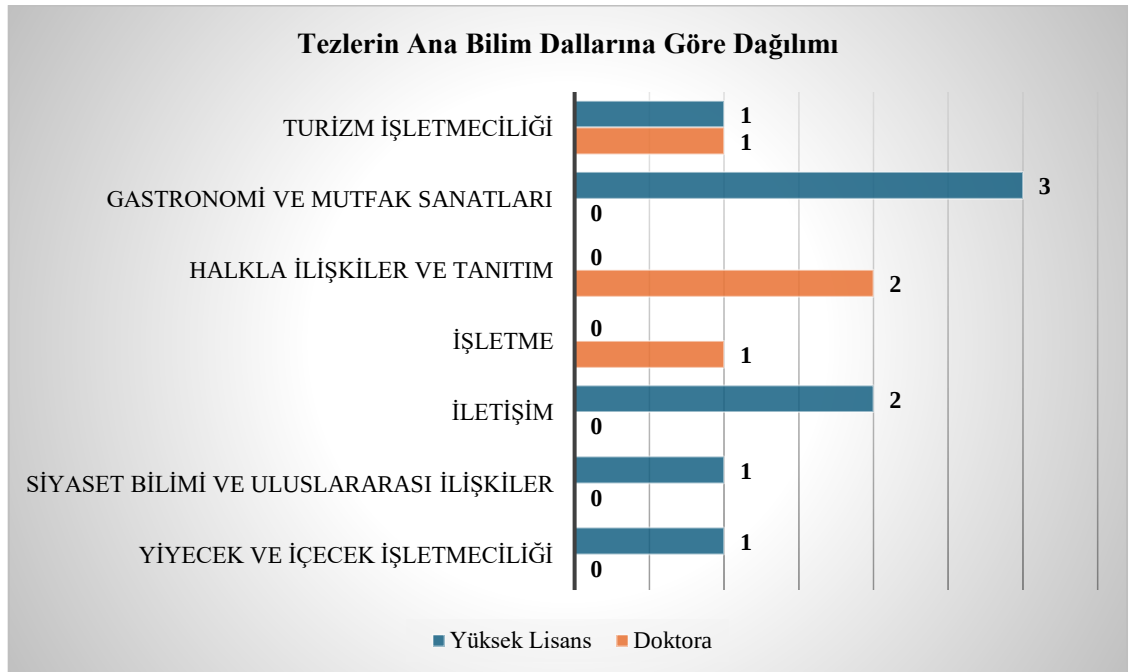
Gastrodiplomasi kavramını başlığında içeren tez ve makale çalışmalarının üniversitelere göre dağılımı Tablo 3’te yer almaktadır. Tezlerin dağılımı incelendiğin belirli bir üniversitede çoğunluk olmadığı ve gastrodiplomasi ile ilgili YÖK Tez veritabanında yazılan 12 tezin 12’sinde farklı üniversitelerde yazıldığı gözlemlenmiştir. Yazılan tezlerin yalnızca %33,33’ü (4) devlet üniversitelerine aittir. Gastrodiplomasi ile ilgili tezlerin %66,66’sı (8) olmak üzere büyük çoğunluğu vakıf üniversiteleri kapsamında yazılmıştır.

Tablo 3: Tez Çalışmalarının Üniversitelere Göre Dağılımı

Sıra No	Üniversite	Sayı	Oran (%)
1	Anadolu Üniversitesi (Devlet)	1	%8,33
2	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi (Devlet)	1	%8,33
3	Bahçeşehir Üniversitesi (Vakıf)	1	%8,33
4	Başkent Üniversitesi (Vakıf)	1	%8,33
5	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi (Devlet)	1	%8,33
6	Galatasaray Üniversitesi (Vakıf)	1	%8,33
7	İstanbul Kültür Üniversitesi (Vakıf)	1	%8,33
8	İstanbul Okan Üniversitesi (Vakıf)	1	%8,33
9	İstanbul Üniversitesi (Devlet)	1	%8,33
10	Kadir Has Üniversitesi (Vakıf)	1	%8,33
11	Maltepe Üniversitesi (Vakıf)	1	%8,33
12	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	1	%8,33

Kaynak; (Tablo yazarlar tarafından oluşturulmuştur).

Gastrodiplomasi ile ilgili yazılan tezlerin ana bilim dallarına göre dağılımı Şekil 1’de ki gibidir. Gastrodiplomasi disiplinlerarası bir kavram ve konu olduğundan birçok ana bilim dalı ile ilişki içerisinde olabilir. Buna nazaran yazılan tezlerin büyük çoğunluğu tamamı yüksek lisans kapsamında olmak üzere Gastronomi ve Mutfak Sanatları (3) ana bilim dalında yayımlanmıştır. Bunu Turizm İşletmeciliği (2) ve İletişim (2) ana bilim dalı takip etmektedir. En az çalışma ise İşletme (1), Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler (1) ve Yiyecek İçecek İşletmeciliği (1) ana bilim dallarında yapılmıştır.

Şekil 2: Tezlerin Ana Bilim Dallarına Göre

Kaynak; (Şekil yazarlar tarafından oluşturulmuştur).

Gastrodiplomasi ile ilgili yazılmış makalelerin çok yazarlık durumuna ilişkin veriler Tablo 4’te yer almaktadır. Gastrodiplomasi ile ilgili yazılmış makalelerin en çok 3 yazarlı olduğu görülmektedir. Makalelerin %54,83’ü (17) tek yazar tarafından yazılmıştır. Bunu %38,70 (12) ile iki yazarlı makaleler takip etmektedir. Üç yazarlı makalelerin ise %6,45 (2) ile en az orana sahip olduğu görülmektedir. Yukarıdaki

bilgilere bakıldığında gastrodiplomasi konusunun yazarlar tarafından daha çok bireysel olarak ele alındığı görülmektedir. 3 yazarlı makale sayısı oldukça düşüktür. Ayrıca 3'ten fazla yazarlı makalenin bulunmadığı görülmektedir.

Tablo 4: Makalelerin Çok Yazarlık Durumu

Yazar	Makale	Oran (%)
1	17	%54,83
2	12	%38,70
3	2	%6,45

Kaynak; (Tablo yazarlar tarafından oluşturulmuştur).

Gastrodiplomasi ile ilgili yazılmış makalelerin yazar kurumlarına ilişkin veriler Tablo 5'te yer almaktadır. Gastrodiplomasi ile ilgili makalelerin yazar kurumları incelendiğinde %6,52 (3) oran ile Missouri Devlet Üniversitesi, Ulusal Araştırma ve Yenilik Ajansı (Endonezya) ve Woosong Üniversitesi olmak üzere Türkiye dışından üç kurum öne çıkmaktadır. Bu kurumları sahip oldukları %4,34 (2) oran ile Türkiye'den Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi ve Kadir Has Üniversitesi takip etmektedir. Genel olarak Türkiye'nin gastrodiplomasi kavramına ilgili olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Yazar Kurumları

Sıra No	Üniversite Adı	Yazar Sayısı	Oran (%)
1	Missouri Devlet Üniversitesi	3	%6,52
2	Ulusal Araştırma ve Yenilik Ajansı (Endonezya)	3	%6,52
3	Woosong Üniversitesi	3	%6,52
4	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	2	%4,34
5	Dokuz Eylül Üniversitesi	2	%4,34
6	Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	2	%4,34
7	Kadir Has Üniversitesi	2	%4,34
8	Napoli Üniversitesi	2	%4,34
9	Sultan Zainal Abidin Üniversitesi	2	%4,34
10	Bandırma On Yedi Eylül Üniversitesi	1	%2,17
11	Bask Ülkesi Üniversitesi	1	%2,17
12	Batı Washington Üniversitesi	1	%2,17
13	Catolica Üniversitesi	1	%2,17
14	Chile Üniversitesi	1	%2,17
15	Colorado Üniversitesi	1	%2,17
16	Deusto Üniversitesi	1	%2,17
17	Galatasaray Üniversitesi	1	%2,17
18	Gümüşhane Üniversitesi	1	%2,17
19	Iğdır Üniversitesi	1	%2,17
20	İstanbul Bilgi Üniversitesi	1	%2,17
21	İstanbul Kültür Üniversitesi	1	%2,17
22	İzmir Ekonomi Üniversitesi	1	%2,17
23	Jember Üniversitesi	1	%2,17
24	Lisbon Üniversitesi	1	%2,17

25	Moskova Devlet Üniversitesi	1	%2,17
26	Nevşehir Hacı Bektaş-ı Veli Üniversitesi	1	%2,17
27	Padjadjaran Üniversitesi	1	%2,17
28	Pasundan Üniversitesi	1	%2,17
29	Reichman Üniversitesi	1	%2,17
30	Taylor's Üniversitesi	1	%2,17
31	Texas Üniversitesi	1	%2,17
32	The Hong Kong Polytechnic Üniversitesi	1	%2,17
33	Trakya Üniversitesi	1	%2,17
34	Üsküdar Üniversitesi	1	%2,17

Kaynak; (Tablo yazarlar tarafından oluşturulmuştur).

Gastrodiplomasi ile ilgili yapılmış makale çalışmalarının yayımlandığı dergiye göre dağılımı Tablo 6'da gösterilmiştir. Makalelerin dergi dağılımı incelendiğinde yalnızca bir dergi ön plana çıkmaktadır. Makalelerin dergi dağılımlarına göre makalelerin %87,10'u (27) farklı dergilerde yayımlanmıştır. Buna ek olarak %12,90 (4) oran ile en çok makalenin yayımlandığı dergi Place Branding and Public Diplomacy isimli dergidir.

Tablo 6: Makalelerin Yayımlandığı Dergiye Göre Dağılımı

Sıra No	Dergi	Makale	Oran (%)
1	Place Branding and Public Diplomacy	4	%12,90
2	African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure	1	%3,22
3	Akademik Hassasiyetler	1	%3,22
4	Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi	1	%3,22
5	Ankara Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi	1	%3,22
6	Austral Journal of Social Sciences	1	%3,22
7	Aydın Gastronomy	1	%3,22
8	Cogent Social Sciences	1	%3,22
9	Current Issues in Tourism	1	%3,22
10	Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	1	%3,22
11	E-journal of International Relations	1	%3,22
12	Essachess: Journal for Communication Studies	1	%3,22
13	GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences	1	%3,22
14	International Journal of Communication	1	%3,22
15	International Journal of Cultural Policy	1	%3,22
16	International Journal of Gastronomy and Food Science	1	%3,22
17	International Journal of Hospitality & Tourism Systems	1	%3,22
18	Japanese Studies in Russia	1	%3,22
19	Journal of Contemporary Eastern Asia	1	%3,22
20	Journal of Ethnic Foods	1	%3,22
21	Journal of Public Diplomacy	1	%3,22
22	Journal of Travel and Tourism Research	1	%3,22
23	Kapadokya Akademik Bakış	1	%3,22
24	Lentera Hukum	1	%3,22
25	Journal of Tourism and Cultural Heritage (PASOS)	1	%3,22

26	Rosa dos Ventos Journal – Tourism and Hospitality	1	%3,22
27	TRT Akademi	1	%3,22
28	Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	1	%3,22

Kaynak; (Tablo yazarlar tarafından oluşturulmuştur).

Gastrodiplomasi ile ilgi yazılan makalelerin yayım diline göre dağılımı Tablo 7’de yer almaktadır. Yapılan bibliyometrik analiz kapsamında incelenen makaleler, yayım dili açısından değerlendirildiğinde, toplam 31 makale bulunmaktadır. Bu makalelerin 23’ü İngilizce, 8’i ise Türkçe dilinde yayımlanmıştır. Bu dağılım, gastrodiplomasi alanında İngilizcenin baskın bir dil olduğunu göstermektedir, bu durum uluslararası akademik çevrelerdeki yaygın kullanımının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte, Türkçe dilinde yayımlanan makalelerin de alana katkı sunduğu, özellikle Türkiye’deki akademik çalışmaların bu alanda belirli bir yer edindiği anlaşılmaktadır.

Tablo 7: Makalelerin Yayım Diline Göre Dağılımı

Sıra No	Dil	Makale	Oran (%)
1	İngilizce	23	%74,20
2	Türkçe	8	%25,80

Kaynak; (Tablo yazarlar tarafından oluşturulmuştur).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Gastrodiplomasi üzerine gerçekleştirilen bu bibliyometrik analiz, alandaki çalışmaların genel bir değerlendirmesini sunmaktadır. İncelenen toplam 43 çalışma, 31 makale ve 12 tezden oluşmaktadır. Yıllara göre dağılıma bakıldığında, özellikle 2021 ve 2023 yıllarında yayımlanan çalışmaların sayısında belirgin bir artış gözlemlenmiştir. Bu artış, gastrodiplomasiye olan akademik ilginin son yıllarda hızla arttığını göstermektedir. Araştırma yöntemleri açısından, çalışmaların büyük çoğunluğu nitel yöntemlerle gerçekleştirilmiştir. Tezlerde ve makalelerde nitel analizler ön planda olup, nicel araştırma yöntemlerine daha az başvurulmuştur. Karma yöntemlerin ise kullanılmadığı görülmüştür. Bu durum, gastrodiplomasiinin derinlemesine incelenmesi gereken sosyal ve kültürel yönlerinin öne çıktığını göstermektedir. Üniversitelere göre dağılım incelendiğinde, gastrodiplomasi konusundaki tezlerin farklı üniversitelerde yazıldığı, ancak büyük çoğunluğunun vakıf üniversitelerinde üretildiği görülmektedir. Tezlerin disiplinler arası yapısı dikkate alındığında, Gastronomi ve Mutfak Sanatları başta olmak üzere, Turizm İşletmeciliği ve İletişim alanlarında yoğunlaşma olduğu anlaşılmaktadır.

Makalelerde ise çok yazarlık durumu incelendiğinde, çalışmaların çoğunluğunun tek yazarlı olduğu, ancak bazı iki yazarlı makalelerin de bulunduğu gözlemlenmiştir. Üç veya daha fazla yazarlı çalışmalar oldukça sınırlıdır, bu da gastrodiplomasi alanında bireysel araştırmaların daha yaygın olduğunu göstermektedir. Yazarların kurumsal dağılımı açısından bakıldığında, makalelerin hem ulusal hem de uluslararası üniversitelerde çalışan akademisyenler tarafından yazıldığı görülmektedir. Missouri Devlet Üniversitesi, Woosong Üniversitesi gibi yurtdışındaki üniversiteler dikkat çekerken, Türkiye’den Kadir Has Üniversitesi ve Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi öne çıkan kurumlardandır. Yayımlandıkları dergilere göre incelendiğinde, en çok tercih edilen dergi Place Branding and Public Diplomacy olurken, makalelerin büyük bir kısmı farklı dergilerde yayımlanmıştır. Bu da gastrodiplomasi konusunun çok çeşitli akademik çevrelerde ilgi gördüğünü göstermektedir.

Son olarak, yayım dili açısından, makalelerin çoğunluğunun İngilizce olarak yayımlandığı, ancak Türkçe yayımlanan çalışmaların da alana önemli katkılar sağladığı tespit edilmiştir. Türkçe makaleler, özellikle Türkiye’deki akademik çevrelerin gastrodiplomasiye olan ilgisini yansıtmaktadır. Genel olarak, bu çalışma gastrodiplomasiinin akademik literatürdeki gelişimini, disiplinler arası yapısını ve farklı araştırma yaklaşımlarını ortaya koymakta, alandaki boşlukları ve gelecekte yapılabilecek çalışmalar için fırsat alanlarını işaret etmektedir.

KAYNAKÇA

- Aguilera, I. M., & Gajardo, S. V. (2021). Transición política y gastrodiplomacia en Chile. Reconciliarse en la mesa. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (41), 29-47. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2021.n41-02>
- Ardıç Yetiş, Şule, & Demirel İli, N. (2023). Gestão de Destinos através da Gastrodiplomacia no Enoturismo: Uma Abordagem Fenomenológica. *Revista Rosa Dos Ventos- Turismo E Hospitalidade*, 15(2). <https://sou.uces.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/11694>
- Aslançı, S. (2022). Araştırma Sorgulamaya Dayalı Öğrenme: Bibliyometrik Bir Analiz. *Scientific Educational Studies*, 6(1), 1-25.
- Atılğan, D., Atakan, C., & Bulut, B. (2008). Türkçe kütüphanecilik dergilerinin atıf analizi. *Türk Kütüphaneciliği*, 22(4), 392-413.
- Bucak, T., & Yiğit, S. (2019). Gastromilliyetçilik ve gastrodiplomasi kavramları üzerine bir değerlendirme. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(4), 1305-1320. <https://doi.org/10.16953/deusosbil.570526>
- Constantinou, C. M. (1996). On the way to diplomacy (Vol. 7). U of Minnesota Press.
- Çaycı, A. E., & Aktaş, C. (2018). Dijitalden Tatmak: Yemeğin “Yeni” Gastro Mekanlardaki Seyirlik Gösterisinin Kültürel Yansımaları. *TRT Akademi*, 3(6), 710-727.
- Çevik, A., & Aslan, Z. (2020). Dünyada ve Türkiye’de Gastrodiplomasi Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma (A Research on the Gastrodiplomacy Practices in the World and in Turkey). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(3), 2298-2317.
- Demir, M., & Alper, P. (2021). G20 summit menus as a means of gastrodiplomacy: Messages to the world via menus. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25, <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100368>
- Demirci, B., & Aktepe, B. (2021). Türkiye’de Yenilebilir Bitkilerle İlgili Yapılan Araştırmaların Bibliyometrik Analizi. *Journal Of Global Food Research*, 2(1), 14-39.
- Demirkıran, D., & Demir, A. F. (2023). Re-Thinking Gastronomy as a Foreign Policy Instrument: Turkish Cuisine and Turkey’s Gastrodiplomacy Activism. *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (17), 1-19. <https://doi.org/10.32739/uskudarsbd.9.17.129>
- Farina, F. (2018). Japan's gastrodiplomacy as soft power: global washoku and national food security. *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 17(1), 131-146. <https://hdl.handle.net/11574/191105>
- Guofeng, L. (2024). Gastrodiplomacia chinesa no presente e no futuro. *JANUS. NET e-journal of International Relations. Vol. 14, n. 2 TD1-Thematic dossier-Historical and Contemporary Perspectives on East*, 14. <https://doi.org/10.26619/1647-7251.DT24.5>
- İşçimen, B. (2021). Kamu Diplomasisi Aracı Olarak "Gastro Diplomasi": Yunus Emre Enstitüsü’nün Gastro Diplomasi Alanındaki Faaliyetleri. *Ankara Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 75-83.
- Kaya, F. (2023). Yabancı Öğrencilerin Gastrodiplomasi Aracı Olarak Türk Mutfağı Haftasına İlişkin Deneyimleri. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 6(1), 152-167. <https://doi.org/10.53353/atrss.1227845>
- Kodaz, Ö., & Açıkalın, Ş. N. (2024). Yeni Bir Kamu Diplomasisi Uygulama Alanı Olarak Gastrodiplomasi. *Akademik Hassasiyetler*, 11(25), 268-293. <https://doi.org/10.58884/akademik-hassasiyetler.1404061>
- Lee, S.T., Kim, H.S. Food fight: gastrodiplomacy and nation branding in Singapore’s UNESCO bid to recognize Hawker culture. *Place Brand Public Dipl* 17, 205–217 (2021). <https://doi.org/10.1057/s41254-020-00166-3>
- Luša, Đ., & Jakešević, R. (2017). The role of food in diplomacy: Communicating and “winning hearts and minds” through food. *Media Studies*, 8(16).
- María González, S. (2021). A conceptual and literary approach to gastrodiplomacy as a destination branding driver. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 19(4). <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2021.19.048>
- Matta, R. (2019). Gastro-diplomatie: un soft power (pas si soft). *ESSACHESS–Journal for Communication Studies*, 12(1 (23)), 99-120.

- Mayana, R. F., & Santika, T. (2024). Geographical Indication & Gastro-Diplomacy as Nation Branding. *Lentera Hukum*, 11(1), 1-23. <https://doi.org/10.19184/ejhl.v11i1.45082>
- Mayer-Heft, G., & Samuel-Azran, T. (2023). Food for Thought: An Empirical Analysis of the Efficacy of Gastrodiplomacy. *Food Studies: An Interdisciplinary Journal*, 18(1). <https://doi.org/10.18848/2160-1933/CGP/v13i01/25-40>
- Moscato, D. Cultural congruency in mediated gastrodiplomacy: a qualitative framing analysis of the U.S.–Japan Sushi Summit. *Place Brand Public Dipl* 14, 187–196 (2018). <https://doi.org/10.1057/s41254-017-0066-6>
- Nair, B. B. (2020). Durban Indian cuisine as an instrument of gastrodiplomacy leverage in Tourism. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(3), 363-371. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720-24>
- Nair, B. B. (2021). Gastrodiplomacy in tourism: 'Capturing hearts and minds through stomachs'. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 14(1), 30-40. <http://www.publishingindia.com/ijhts/24/gastrodiplomacy-in-tourism-capturing-hearts-and-minds-through-stomachs/897/6182/>
- Ozgen, N. (2022). İspanya'da Gastronomi Turizminin Tarihsel Gelişimi ve Gastrodiplomasi Değerlendirmesi. *Aydın Gastronomy*, 6(2), 239-262.
- Öztürk, B., & Eroğlu, P. (2023). A Study on the Concept of Gastrodiplomacy: The Case of Turkish Breakfast Day. *Journal of Travel and Tourism Research*, 23(23), 84-102.
- Pritchard, A. (1969). *Statistical Bibliography; An Interim Bibliography*.
- Rockower, P. Recipes for gastrodiplomacy. *Place Brand Public Dipl* 8, 235–246 (2012). <https://doi.org/10.1057/pb.2012.17>
- Rockower, P. S. (2012). Recipes for gastrodiplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 8, 235-246.
- Salazar, D. S. (2024). The multiple edges of gastrodiplomacy: the paradoxes of the Basque case. *Place Branding and Public Diplomacy*, 20(2), 244-252. <https://doi.org/10.1057/s41254-023-00317-2>
- Soner, F. (2022). Gastrodiplomasi: Gastronomiye Diplomasi Penceresinden Bakış. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 33(2), 97-101. <https://doi.org/10.17123/atad.1186719>
- Suntikul, W. (2019). Gastrodiplomacy in tourism. *Current Issues in Tourism*, 22(9), 1076-1094. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1363723>
- Süzer, Ö., & Doğdubay, M., (2021). Gastrodiplomasi Kavramı İle İlgili Yapılmış Çalışmaların Bibiyometrik Analizi. 5. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi (UGTAK), 244-255.
- Trihartono, A., & Ladiqi, S. (2022). Extending Indonesian Gastrodiplomacy: Blending Geographical Indication (Gi) and "Kopi Indonesia". *IJUMIJ*, 30, 69. <https://doi.org/10.31436/ijumlj.v30iS1.699>
- Yayusman, M. S., Yaumidin, U. K., & Mulyasari, P. N. (2023). On considering Australia: exploring Indonesian restaurants in promoting ethnic foods as an instrument of Indonesian gastrodiplomacy. *Journal of Ethnic Foods*, 10(1), 43. <https://doi.org/10.1186/s42779-023-00207-1>
- Yıldırım, E. (2020). GASTROMİLLİYETÇİLİK VE GASTRODİPLOMASİ ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE TEORİDEN PRATİĞE BİR BAKIŞ. *Kapadokya Akademik Bakış*, 4(1), 76-99.
- Yılmaz, K. (2021). Sosyal bilimlerde ve eğitim bilimlerinde sistematik derleme, meta değerlendirme ve bibliyometrik analizler. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 1457-1490.
- Zhang, J. (2015). The food of the worlds: Mapping and comparing contemporary gastrodiplomacy campaigns. *International Journal of Communication*, 9, 24. <https://link.gale.com/apps/doc/A403588157/AONE?u=anon~cfab5a7e&sid=googleScholar&xid=80dc32d9>

TÜRKİYE’DE YEMEK KÜLTÜRÜ ÜZERİNE YAPILMIŞ ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Gözde UZUN

Doktora Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
gozdeuzun15@gmail.com, Orcid numarası: 0000-0001-6415-4234

Selda UCA

Prof. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
selda.uca@kocaeli.edu.tr, Orcid numarası: 0000-0002-9308-9184

ÖZET

Yemek kültürü, milletlerin kültürel zenginliğini ortaya koyan başlıca unsurlardan biridir. Ayrıca yemek kültürü, ülke tanıtımında etkin bir rol oynamaya ve turizm cazibe unsuru haline gelmeye başlamıştır. Bu çalışmada, Türkiye Turizm dizinindeki dergilerde yemek kültürü konusunda yayımlanmış makalelerin bibliyometrik özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Yemek kültürü üzerine yapılmış çalışmaların özet bir görünümünü sunmak amacıyla 2015-2024 yılları arasında Türkiye’de yayınlanmış araştırmalar bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Gerçekleştirilen bu araştırmada; Türkiye Turizm Dizini’nde yayımlanan dergilerde "yemek kültürü" anahtar terimiyle ulaşılan 21 dergideki 72 makale değerlendirilmiştir. Türkiye’de "yemek kültürü" konusu üzerine yapılmış 72 makalenin sonuçları “yazar ve yayın yılı, yayın adı, yayımlandığı dergi, anahtar kelimeler, yazar sayısı, araştırma yöntemi ve veri toplama teknikleri” başlıkları altında incelenmiştir. Yemek kültürü üzerine yapılmış çalışmaların yıllara göre dağılımı ve kaynaklara göre dağılımı tablolaştırılarak değerlendirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda en fazla çalışmanın 2018 yılında yapıldığı ve konu ile ilgili en çok yayının “Journal of Tourism & Gastronomy Studies” olduğu görülmüştür. Çalışmaların büyük çoğunluğunun iki yazarlı olup, toplamda kullanılan 190 anahtar kelimenin en önemli kısmını “yemek kültürü” kavramının oluşturduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan çalışmaların içeriğini ağırlıklı olarak destinasyonlara, şehirlere, bölgelere ait yemek kültürü ve göç konularının oluşturduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yemek Kültürü, Bibliyometrik, Turizm

Bibliometric Analysis of Studies on Food Culture in Turkey

ABSTRACT

Food culture is one of the primary elements that showcase the cultural richness of nations. Additionally, food culture has started to play an active role in promoting countries and becoming a tourism attraction. This study aims to determine the bibliometric characteristics of articles published on food culture in journals indexed in the Turkey Tourism Index. To present an overview of studies on food culture, studies conducted in Turkey between 2015-2024 were examined using bibliometric analysis methods. Within the scope of the examined studies, 72 articles in 21 journals were evaluated when “food culture” was written in journals published in the Turkey Tourism Index. The results of 72 articles on the topic of “food culture” in Turkey, the analysis was conducted based on the categories of author and publication year, publication name, journal published, keywords, number of authors, research method, and data collection techniques.” The distribution of studies on food culture by years and sources was tabulated and evaluated. As a result of the analyses, it was observed that the most studies were conducted in 2018 and the majority of publications on the topic were found in the “Journal of Tourism & Gastronomy Studies.” It was found that the majority of the studies were co-authored, and the most important part of the 190 keywords used in total was the concept of “food culture.” Additionally, it was observed that the content of the studies mainly consisted of food culture and migration topics related to destinations, cities, and regions.

Key Words: Food Culture, Bibliometrics, Tourism

GİRİŞ

Bir ülkenin sahip olduğu gastronomik değerler kültürünün de bir parçası olduğundan, yemek kültürlerinin zengin ve çeşitli olması, kültür turizmi açısından bir destinasyona katkı sağlayabilmekte ve turistik bir ürün olarak sunulabilmektedir. Bir destinasyona ait yemek kültürü turistlerin en önemli motivasyon kaynaklarından biri olarak tarihi zenginlikleri kadar ilgi çekmektedir. Bir bölgenin yemekleri, başka bir kültüre girmenin, o kültürü tanımanın en önemli araçları arasında görüldüğü için turistler genellikle ziyaret ettikleri bölgelerdeki yöresel yemekleri denemek istemektedirler. Yemek kültürü, bir toplumun kültürel kimliğini ve mirasını yansıtan önemli bir unsurdur. Türkiye, zengin ve çeşitli yemek kültürü ile dünya çapında tanınan bir ülkedir. Ancak, bu kültürel zenginliğin bilimsel olarak ne kadar araştırıldığı ve bu çalışmaların hangi alanlarda yoğunlaştığı konusunda kapsamlı bir bilgi eksikliği bulunmaktadır. Türkiye’de yemek kültürü üzerine yapılan akademik çalışmaların sayısı, niteliği ve dağılımı konusunda yeterli veriye sahip olunmaması, bu alandaki bilimsel bilgi birikimini sınırlamaktadır. Bu bağlamda, Türkiye Turizm Dizini’ndeki dergilerde yayımlanmış yemek kültürü konusundaki makalelerin bibliyometrik özelliklerinin belirlenmesi, mevcut bilgi eksikliğini gidermeye yönelik önemli bir adım olarak görülmektedir.

Türkiye’de yemek kültürü üzerine yapılan araştırmaların çoğunluğunun; gastronomi, turizm, sosyoloji, antropoloji ve halkbilimi gibi çeşitli sosyal bilim dallarında yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmada Türkiye’de turizm alanında yemek kültürü konusu üzerine hazırlanmış makalelerin bibliyografik analizini yapmak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye Turizm Dizini’nde yayınlanan dergilerde 2015 ve 2024 yılları arasında turizm alanında yapılmış yemek kültürü ile ilgili çalışmalar incelenerek bibliyometrik özellikleri belirlenmiştir. Bu kapsamda çalışmalar, “yazar ve yayın yılı, yayın adı, yayımlandığı dergi, anahtar kelimeler, yazar sayısı, araştırma yöntemi ve veri toplama teknikleri” dikkate alınarak incelenmiştir. Bu çalışma, Türkiye’de yemek kültürü üzerine yapılmış akademik çalışmaların bibliyometrik analizini gerçekleştirerek, bu alandaki bilimsel literatüre önemli katkılar sunmayı hedeflemektedir. Türkiye Turizm Dizini’ndeki dergilerde yayımlanmış yemek kültürü konusundaki makalelerinin sistematik bir şekilde analiz edilmesi ile bu alandaki araştırma eğilimlerinin, yaygın konuların, yazar profillerinin ve metodolojik yaklaşımların ortaya konulmasına katkı sağlayacaktır. Bu çalışmanın özgün değeri, yemek kültürü üzerine yapılan araştırmaların kapsamlı bir envanterini sunarak, gelecekteki araştırmalar için bir rehber ve kaynak oluşturmada yatmaktadır. Ayrıca, bu bibliyometrik analiz, Türkiye’de yemek kültürü çalışmalarının hangi alanlarda yoğunlaştığını ve hangi konuların daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyduğunu belirleyerek, bu alandaki bilgi eksikliklerini ve potansiyel araştırma fırsatlarını ortaya konulması hedeflenmektedir. Bu yönüyle çalışmanın, hem akademisyenler hem de turizm sektörü için önemli bir bilgi kaynağı olacağı düşünülmektedir.

LİTERATÜR

Bir toplumun somut ve somut olmayan değerlerinin bütünü, yani toplumun yaşam biçimi kültür olarak tanımlanabilmektedir. Literatürde kültür kavramını açıklayan iki önemli yaklaşım mevcuttur. İlk yaklaşımda kültür, nesnelerden, düşünme biçimlerinden ve davranışlardan oluşan bir "miras" olarak tanımlanmaktadır ve bu miras, bir topluma ve üyelerine kimlik vermektedir. İkinci yaklaşımda kültür, kolektif kimliğin sonucu ve ürünü olan "toplumsal bir yapı" olarak ele alınmaktadır. Kültür, bu açıdan sürekli yenilenmektedir (Alyakut, 2019).

Kültür, bir toplumu oluşturan bireyleri bir arada tutan özellikleri ve tüm değerleri kapsamaktadır. Bir toplumun kültürünü yansıtan en önemli öğelerden biri de kültürel bir eylem olarak yemektir (Alyakut, 2019). Yeme-içme faaliyetleri insan ihtiyaçları arasında önemli bir yere sahiptir. Kültür, toplumların yeme-içme tarzlarına da çeşitli şekillerde yansımaktadır. Bu nedenle, yemek ve yemek kültürü insanların günlük yaşamlarının ayrılmaz bir parçası durumundadır (Çuhadar vd., 2018).

Her bölgenin kendine has yemek kültürü vardır. Bir bölgeye ait yemek kültürünün oluşumunda iklim koşulları, geçim kaynakları ve çevre koşulları, yerel halkın yaşam biçimleri, kültürel kimlikleri ve inançlarının etkisi büyüktür (Zencir ve Önçel, 2023). İlk çağlardan beri tüm medeniyetler ve bu medeniyetleri oluşturan insanlar bulundukları yerin iklim koşullarına göre yemekler hazırlamışlar ve bu

yemekleri doğanın sunduğu çeşitliliğe göre şekillendirmişlerdir. Bu süreçte düğünler, savaşlar, göç, komşu ülkeler ve ticaret yollarının açılması ve benzeri durumlarla çeşitli kültürlerden etkilenmişler ve başka ülkelerden temin ettikleri gıda ürünlerini yerel gıdalarla birleştirerek yeni pişirme teknikleri geliştirmişlerdir. Bu şekilde kendi yemek kültürlerini meydana getirmişler ve yöresel mutfaklar oluşmuştur (Karaca vd., 2015).

Bu açıdan Türk mutfağı diğer ülke mutfaklarından farklı bir yerdedir. Çünkü Türk mutfağı yedi coğrafi bölgenin özelliklerini ve çeşitliliğini bünyesinde barındırmaktadır. Türkiye’deki her bölgenin farklı iklim özelliklerine sahip olması, farklı yerel ürünlerin ortaya çıkmasını sağlamış ve yemek kültüründe çeşitlilik yaratmıştır (Zencir ve Önçel, 2023). Türk mutfağı, ev mutfağının yanı sıra törensel ve toplumsal bir mutfak olarak da şekillenmiştir. Türklerin sosyal yaşamında yedikleri ortak yemeklerin ve kurulan ortak sofraların bu mutfağın özelliklerinin oluşmasında önemli bir rolü vardır (Taner ve Çetin, 2023).

Yemek kültürü, turizm destinasyonlarında turistler açısından önemli çekim ve cazibe unsurlarından biri olması ile birlikte bir turizm kaynağı da oluşturmaktadır (Zencir ve Önçel, 2023). İklim, konaklama koşulları ve doğal çekiciliklerin ardından ziyaretçiler için dördüncü önemli çekicilik unsurunun yöresel mutfak olduğu bilinmektedir (Çelik ve Aksoy, 2017). Bir destinasyonun yemekleri, farklı bir kültürü tanımanın ve o kültüre girmenin en önemli araçlarından biri olarak görüldüğünden, turistler genellikle ziyaret ettikleri bölgelerdeki yerel yiyecekleri deneyimlemek isterler. (Ardıç Yetiş, 2015).

Yöresel yemeklerin ya da bölgede yetiştirilen gıdalarla hazırlanan yemeklerin yapım ve tadım aşaması turistlerin ilgisini çekmektedir (Kavak ve Pekerşen, 2022). Yemek ve yemek kültürlerinin bireylerin kısa bir süreliğine bile olsa yer değiştirme niyeti üzerindeki önemi ve etkisi büyüktür. Ayrıca bu kültürlerin belirgin bir role sahip olmasının nedeni, insanların yer değiştirme motivasyonunu sağlayan önemli bir unsur olmalarıdır (Şahin Örens vd., 2021). Buna dayanarak, bir destinasyon yemek kültürünü turistik bir ürün ve turizm pazarlanmasını destekleyen bir araç olarak kabul etmektedir. Bu nedenle, destinasyonların yemek kültürü gibi sosyo-kültürel boyutları, gelir getirici etkisiyle birlikte keşfetmeleri, geliştirmeleri ve bunları turistik ürün olarak değerlendirmeleri önemlidir (Mutlu, 2022).

Literatür taramasında "yemek kültürü" konusuyla ilgili doğrudan yapılmış tek bibliyometrik çalışmanın Alyakut’un (2019) gerçekleştirdiği “Yemek Kültürü Konusunda Yayınlanan Tezlerin Bibliyometrik Profili” adlı çalışma olduğu, araştırmanın sadece lisansüstü tezleri kapsadığı ve ilgili kavramı disiplinler arası boyutta incelediği görülmüştür. Bununla birlikte; Sünnetçioğlu vd. (2017), çalışmada turizm alanındaki gastronomi konusunu içeren tezlere yönelik bir çalışma yapmış, Ayaz ve Türkmen (2018) ise, yerel yiyecekler ile ilgili lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizini gerçekleştirmişlerdir.

YÖNTEM

Bu çalışma, nitel araştırma yöntemiyle tasarlanmış ve veriler doküman analizi tekniği ile toplanmıştır. Verilerin incelenmesi için bibliyometrik analizden yararlanılmıştır. Bibliyometrik analiz, sayıma dayalı olarak; yayımlanmış kitap, dergi ve makalelerin istatistiksel ve matematiksel teknikler kullanılarak incelenmesidir. Dergi, konu, yazar sayısı ve yayın bilgisi gibi parametrelerle, yayınların belirli özelliklerinin analizi bibliyometrik analiz olarak tanımlanmaktadır (Ayaz ve Türkmen, 2018).

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de turizm alanında yemek kültürü konusunda yapılan çalışmaların bir özetini sunmak amacıyla, 2015-2024 yılları arasında Türkiye Turizm Dizini’nde yer alan dergilerde yemek kültürü ile ilgili yayımlanmış makalelerin bibliyometrik analiz yöntemine göre incelenmesidir. Yemek kültürü konusunun disiplinlerarası özelliği olduğundan sadece turizm alanındaki çalışmalara ulaşmak için Türkiye Turizm Dizini’nde tarama yapılmıştır. Bu bağlamda Türkiye Turizm Dizini’ndeki dergilerde “yemek kültürü” yazıldığında ulaşılan 72 makale, konu hakkında yapılmış çalışmalar kapsamında değerlendirilmiştir. Türkiye’de “yemek kültürü” alanında yapılmış 72 makalenin sonuçları, “yazar ve yayın yılı, makale başlığı, kaynak, anahtar kelimeler, yazar sayısı, araştırma yöntemi ve veri toplama teknikleri” başlıkları altında incelenerek bibliyografik tablo haline getirilmiştir.

Bibliyometrik analizin yapıldığı bu çalışmada 2015-2024 yılları arasında Türkiye Turizm Dizini'nde yer alan dergilerde yemek kültürü konusunda yayımlanmış makaleler çalışma grubunu oluşturmaktadır. İncelenen çalışmaların yayınlandığı dergi bilgilerine Türkiye Turizm Dizini web sitesinden ulaşılmış, buradaki 65 derginin her birinde “yemek kültürü” kavramı aranmış ve ilgili konuda çalışmaların yayınlandığı 21 dergi tespit edilmiştir. Söz konusu dergilerde yapılan incelemede ilgili konu kapsamında 72 çalışmaya ulaşılmıştır. Elde edilen lisansüstü tezlerin bibliyometrik profilinin belirlenmesinde kullanılan parametreler; “yazar ve yayın yılı, makale başlığı, kaynak, anahtar kelimeler, yazar sayısı, araştırma yöntemi ve veri toplama teknikleri” olarak belirlenmiştir.

Çalışma grubunun kapsadığı araştırmada kullanılan değişkenler bibliyografik olarak incelenmiş ve söz konusu parametrelere ait toplanan verilerin frekans değerleri hesaplanarak elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır. Çalışmada Türkiye Turizm Dizini'nin <http://www.turizmdizini.com/> adresinden erişilen dergilerin web sitelerinde 01.09.2024-20.09.2024 tarihleri arasında yapılan aramaların sonuçları esas alınmıştır.

Araştırmamanın verilerinin sadece Türkiye Turizm Dizini'ndeki çalışmalar incelenerek elde edilmiş olması çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Yemek kültürü disiplinler arası bir kavram olduğundan diğer veri tabanları kapsam dışı bırakılmıştır.

BULGULAR

Çalışma sonucunda elde edilen bulgular, Türkiye Turizm Dizini'nden ulaşılan ve Türkiye'de “yemek kültürü” konusunda yayımlanmış 72 makalenin "yazar ve yayın yılı, yayın adı, yayımlandığı dergi ve anahtar kelimeler" parametrelerine göre Tablo 1'de bibliyografik tabloya dönüştürülmesiyle yorumlanmıştır.

Tablo 1: Türkiye’de Turizm Alanında Yemek Kültürü ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Sıra	Yazar ve Yayın Yılı	Yayın Adı	Yayınlandığı Dergi	Anahtar Kelimeler
1	Ardıç Yetiş, Ş. (2015)	Kapadokya Yemek Kültürü ve Mustafapaşa Beldesi (Sinassos) Örneği	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Gastronomi turizmi, Yemek Kültürü, Mustafapaşa
2	Karaca, O. B., Yıldırım, O. & Çakıcı, A. C. (2015)	Girit Yemek Kültürü ve Sürdürülebilirliği	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Yemek Kültürü, Gastronomi turizmi, Sürdürülebilirlik, Giritliler
3	Ballı, E. (2016)	Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Gastronomi turizmi, Sokak yiyecekleri, Sokak lezzetleri, Adana
4	Canbolat, E., Keleş, Y. & Akbaş, Y. Z. (2016)	Gastronomi Turizmi Kapsamında Samsun Mutfağına Özgü Turistik Bir Ürün: Bafra Pidesi	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Turizm, Alternatif turizm, Gastronomi, Türk mutfak kültürü, Bafra pidesi
5	Karaçar, E. & Göker, G. (2016)	Turizm Destinasyon Çekiciliği Unsuru Olarak Yiyecek İçecek Hizmetleri Üzerine Bir İncelene, Çankırı Örneği	Journal of Recreation and Tourism Research	Çankırı, yiyecek içecek, destinasyon
6	Çelik, M. & Aksoy, M. (2017)	Şanlıurfa’da Özel Günlerde Yapılan Yemeklere Yönelik Bir Araştırma	Journal of Recreation and Tourism Research	Gastronomi turizmi, Şanlıurfa mutfağı, Yerel yiyecekler
7	Diker, O., Türker, N., Çetinkaya, A. & Kaya, F. B. (2017)	Geleneksel Türk Tatlısı Olarak Lokum ve Safranbolu Lokumu	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Türk yemek kültürü, Türk tatlıları, Türk lokumu, Safranbolu lokumu
8	Gönülgül, S. & Durlu Özkaya, F. (2017)	Los Angeles ve Toronto Sokak Lezzetlerinin Menü İçeriği ve Üretim Bakımından İncelenmesi	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Sokak lezzetleri, Yemek kültürü, Yemek kültür ilişkisi, Gastronomi turizmi
9	Tekbalkan, M. (2017)	Yöresel Yemeklerin Bölge Turizmine Katkısı: Samsun Kaz Tiridi Örneği	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Kaz tiridi, Yemek kültürü, Samsun
10	Tolga, Ö. & Yatkın, Ö. (2017)	Antik Dönemdeki Damak Tadının Günümüz Yansıması	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Antik dönem, Yemek kültürü, Damak tadı, Gastronomi, 11Turizm

11	Türköz Bakırcı, G., Bucak, T. & Turhan, K. N. (2017)	Bölge Gastronomi Turizmi Üzerine Yöresel Ürün Festivallerinin Etkisi: Urla Örneği	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Turizm, Gastronomi, Urla, Enginar, Festival
12	Acar, A. (2018)	Yeni Daha İyi Bir Yaşam Stili Olarak Yavaş Şehir ve Turizm Üzerine Etkisi: Türkiye Örneği	International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences	Türkiye, Yavaş Şehir, Yavaş Turizm, Bölge ve Ülke Reklamcılığı
13	Ayaz, N. & Türkmen, B. M. (2018)	Yöresel Yiyecekleri Konu Alan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi	Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research	Yöresel yiyecek, yöresel ürün, yemek kültürü, bibliyometrik analiz, lisansüstü tezler
14	Çuhadar, M., Küçükyaman, M. A. & Şaşmaz, M. A. (2018)	Geçmişten Günümüze Isparta Mutfak Kültürü: Nitel Bir Araştırma	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Yöresel mutfak, Isparta mutfağı, Mutfak kültürü
15	Çakıcı, H. H. & Zencir, E. (2018)	Unutulmaya Yüz Tutmuş Mutfak Kültürleri: Çakıröz Köyü Örneği	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Mutfak kültürü, Afyonkarahisar mutfağı, Çakıröz köyü mutfağı
16	Seçim, Y. (2018)	Yöresel Bir Ürün Olan Konya Etlikmeği ve Genel Özellikleri Hakkında Nitel Bir Çalışma	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Etlikmek, Gastronomi, Konya mutfağı, Kültür, Kültürel değer
17	Soylu, M. (2018)	Uluslararası Öğrencilerin Beslenme Durumu ve Kayseri Beslenme Kültürüne Oryantasyonu	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Beslenme, Uluslararası öğrenciler, Yemek kültürü
18	Taştan, H. & İflazoğlu, N. (2018)	Hatay'ın Unesco Gastronomi Şehri Olması İle İlgili Yerel Restoran İşletmelerinin Farkındalığının Değerlendirilmesi	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	UNESCO, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, Gastronomi Şehri, Hatay
19	Türker, N. (2018)	Gastrodiplomasi Türk Mutfağının Tanıtımında Bir Araç Olabilir Mi?	Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi	Gastrodiplomasi, Kuliner Diplomasi, Mutfak Kültürü, İmaj, Türkiye
20	Yeşilyurt, H. & Arıca, R. (2018)	Mutfak Müzesi Ziyaretçilerinin Deneyimlerinin İncelenmesi: Emine Göğüş Mutfak: Müzesi Örneği	Journal of Turkish Tourism Research	Deneyim, Yöresel Yemek Kültürü, Mutfak Müzesi
21	Yılmaz, G. & Akman, S. (2018)	Sürdürülebilir Gastronomi Çerçevesinde Edremit Körfezi Yöresel Mutfakları	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Sürdürülebilirlik, Gastronomi, Yöresel mutfaklar
22	Akkuş, Ç. (2019)	Yemek Kültürünün Sürdürülebilirliğini Kadınların Demografik Özellikleri Etkiliyor Mu?	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Yemek kültürü, Sürdürülebilirlik, Yerel kadınlar, Kastamonu
23	Aktürk, H. & Çekal, N. (2019)	Gaziantep Mutfağına Özgü Çorbalara İlişkin Müşteri Değerlendirmelerinin İncelenmesi	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Gaziantep mutfağı, Yemek kültürü
24	Bayraktar, G. & Zencir, E. (2019)	Sokak Satıcılarının Gözünden Sokak Lezzetleri: İzmir Örneği	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Sokak lezzetleri, Sokak lezzetleri satıcıları, İzmir
25	Seçim, Y. ve Kaya, M. (2019)	Türkiye'de Yaşayan Ahıska Türklerinin Yemek Kültürü	Journal of Turkish Tourism Research	Ahıska Türkleri, Etnik Mutfak, Gastronomi, Yemek Kültürü
26	Akbaba, M. ve Özel, G. (2020)	Ensar Şehir Mutfak İmajının Belirlenmesi: Kilis ve Suriye Mutfağı Örneği	Journal of Turkish Tourism Research	Mutfak İmajı, Kilis Mutfağı, Suriye Mutfağı
27	Akbaba, M. & Özel, G. (2020)	Kilis İli Yöresel Yemeklerinde Suriye Göçünün Gölgesi	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Yemek kültürü, Yöresel yemek, Göç, Suriye, Kilis ili
28	Akdağ, G. & Yetim, A. (2020)	Hatay Yayladağı'nda Farklı Bir Lezzet Olarak Lokum: Bir Sözlü Tarih Çalışması	Journal of Tourism Economics and Business Studies	Yerel yemek, yemek kültürü, sözlü tarih, Okay Lokum

29	Çelik, S., Ersoy, N. & Besen, S. (2020)	Restoran İşletmelerinin Yöresel Yemeklere Yönelik Farkındalıkları: Şırnak İli Örneği	Tourism and Recreation	Yöresel Yemek, Yemek Kültürü, Geleneksel Yemek, Restoran, Şırnak
30	Durukan, A. & Gülel, H. C. (2020)	Yörüklerin Atalardan Kalan Kültürü Koruma Çabası ve Yaşanan Değişiklikler	Saffron Journal of Culture and Tourism Researches	Yörük, Türkmen, Anadolu, Yemek kültürü
31	Efendi, M. & Atay, H. (2020)	Turist Rehberlerinin Gözlemlerinden Turistlerin Gastronomik Tercihlerinin Saptanması	Journal of Turkish Tourism Research	Turist Rehberleri, Gastronomi, Gastronomik Tercihler.
32	Göktürk Çetinkaya, S. (2020)	Refik Halit Karay'ın Anlatımında Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Yemek Kültürü	Aydın Gastronomy Dergisi	Türk mutfak, yemek kültürü, sofrada adabı, mutfak, yemek
33	Özer, O. (2020)	Gastronomi kongrelerinde inovasyon ve verimliliklerini etkileyen faktörlerin analizi: Uygulamalı gastronomi kongresi	Journal of tourism research institute	Uygulamalı Gastronomi Kongresi, Uygulamalı Aşçılık Kongresi, Uygulamalı Mutfak Sanatları Kongresi, Uygulamalı Aşçılık Gastronomi ve Mutfak Sanatları Kongresi, İnovasyon
34	Sarioğlu, M., Öncül Abacıgil, T. & Avcıkurt, C. (2020)	Zeytinyağı Yemek Kültürünün Füzyon (Fusion) Mutfak Olgusu ile Geliştirilebilirliğine Yönelik Bir Alan Araştırması (Edremit Körfezi Örneği)	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Zeytinyağı yemek kültürü, Füzyon mutfak, Edremit körfezi
35	Seçim, Y. & Kaya, M. (2020)	Karaçay Türkleri ve Yemek Kültürleri	Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research	Karaçay Türkleri, yemek kültürü, göç, gastronomi, etnik mutfak
36	Taş, D. & Aksoy, M (2020)	Edirne'nin Sınır Köylerinde Yaşayan Pomak ve Muhacirlerin Yemek Kültürü Üzerine Bir İnceleme	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Edirne, Göçmen mutfak kültürü, Pomak, Muhacir
37	Çekiç, İ. & Canbolat C. (2021)	Hüseyin Hüsnü Efendi'nin 'Etsiz Yağsız Tecrübeli Yemekler' Adlı Kitabındaki Gastronomik Eğilimler Üzerine Bir İnceleme	Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi	Yemek, Yemek Kitabı, Yemek Kültürü, Beslenme, Gastronomi
38	Garipoğlu Uğur, N. & Demierkol, Ş. (2021)	Hipster Turist Arketipleri ve Hipster Turizminin Oluşumuna Katkısının Analizi	Journal of New Tourism Trends	Hipster turist, Yemek kültürü, Sürdürülebilirlik, Hipster turist arketipi, Turizm pazarlaması
39	Güzeler, N. & Özbek, Ç. (2021)	Geleneksel Anadolu Tören Yemekleri	Aydın Gastronomy Dergisi	Anadolu yemekleri, doğum törenleri, cenaze törenleri, düğün törenleri
40	İnci Bozkurt, F. & Yaman, M. (2021)	Bolu İli Seben İlçesinde Geçmişten Günümüze Yemek Kültürü	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Sürdürülebilirlik, Seben, Seben mutfak
41	Samancı, Ö. (2021)	Gastronomi ve Yemek Tarihi	Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi	gastronomi, yemek tarihi, Türkiye
42	Şimşek, A. & Aytuğar, S. (2021)	Bolu İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Belirlenmesi	Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi	Bolu, Gastronomi Turizmi, Gastronomi Turizm Potansiyeli
43	Yıldırım, O., Karaca, O. B. & Çakıcı, A.C. (2021)	Girit Yemek Kültürü Doğu Akdeniz Bölgesi'nde Sürdürülebilirlik Mu?	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Girit yemek kültürü, Yerel yemek kültürü ölçeği,

				Sürdürülebilir diyetler, Doğu Akdeniz
44	Aldioğlu, A. (2022)	Sumak Ekşi Akıtı ve Kahramanmaraş Mutfağında Kullanımı	Aydın Gastronomy Dergisi	Kahramanmaraş mutfağı, sumak ekşi akıtı, yöresel ürün, yöresel yemekler
45	Başar, B. (2022)	Osmanlı Mutfağı Yemeklerinin, İbrahim Hakkı'nın Marifetname Eserinde Geçen Gastronomik Ürünler Açısından Değerlendirilmesi	Gastro-Dünya Dergisi	İbrahim Hakkı, Marifetname, Gastronomi, Osmanlı Mutfağı, Yemek Kültürü
46	Çekal, N ve Doğan, E. (2022)	Sürdürülebilir Gastronomide Standart Reçete ve Coğrafi İşaretlerin Önemi	Journal of Tourism Studies	Coğrafi işaret, standart reçete, gastronomi, sürdürülebilirlik
47	Kavak, S. & Pekerşen, Y. (2022)	Yöresel Mutfak Kültürünün Turizme Kazandırılmasında Yerel Halkın Tutumu: Karaman İlinde Bir Araştırma	Journal of Travel and Hospitality Business	Yemek Kültürü, Yöresel Mutfak, Kültürel Kimlik, Turizm, Karaman
48	Yerasimos, M. (2022)	Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nde Yemek Kültürü (Yorumlar ve Sistemik Dizin)	Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi	Yemek kültürü, evliya çelebi seyahatnamesi, sistemik dizin
49	Mutlu, Ç. (2022)	Unutulmaya Yüz Tutmuş Yerel Yemek Kültürü: Cide Elma Pekmezi Reçeli Örneği	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Elma pekmezi reçeli, Kastamonu-Cide, Yemek, Yemek kültürü, Turizm
50	Mutlu, H. & Sandıkçı, M. (2022)	Gastronomi Envanteri Oluşturulması: Gastronomi Şehri Afyonkarahisar Örneği	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Gastronomi, Gastronomi Envanteri, Afyonkarahisar, Gastronomi Şehri
51	Şen, M. A. (2022)	Trabzon Su Değirmenlerinin Gastronomi Turizmi Bakımından Değerlendirilmesi	Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research	Su Değirmeni, Gastronomi Turizmi, Mısır, Trabzon
52	Şimşek, A. & Çelik Yeşil, S. (2022)	Sokak Lezzetlerinin İncelenmesi: Eskişehir Örneği	Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research	Eskişehir, Sokak Lezzetleri, Yemek Kültürü
53	Ünlü, Y. & Nizamioğlu, H. F. (2022)	Gastronomi Festivalleri Kapsamında Konya Mutfağının Değerlendirilmesi	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi	Festival, Gastronomi Festivalleri, Konya Mutfak Kültürü, Konya Yemekleri
54	Yeşil, D. & Çelik Yeşil, S. (2022)	Yemek Kültüründe Modernize Çalışmalar: Bitlis Örneği	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Yemek kültürü, Modernize çalışmalar, Doğu Anadolu, Bitlis mutfak kültürü
55	Yeşilyurt, H. (2022)	Yerel Halkın Yöresel Yemeklere Yönelik Farkındalık Düzeyleri ve Deneyim Durumları: Adıyaman Örneği	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Yöresel yemek kültürü, Yerel halk, Adıyaman
56	Albustanlıoğlu, T., Güney, S. K., Beyter, N. & Yılmaz, İ. (2023)	Antik Zeugma Kenti Seramik Kap Örnekleri Kullanılarak Yapılan Roma Yemeği ve Duyusal Analizleri	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Antik Roma, Zeugma, Duyusal Analiz, Yemek Kültürü, Gastroarkeoloji
57	Dursun, F. & Güzeller, C. O. (2023)	Yemek Bağlamında Kültürlerarası Etkileşim: Göç, Yemek ve Kimlik İlişkisi Üzerine Kavramsal Bir Çalışma	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Göç, Göç mutfağı, Kültürlerarası etkileşim, Yemek kültürü, Yemek ve kimlik
58	Ertas, Ç. & Kadirhan, G. (2023)	Şırnak'ta Gastronomi Gelişmişliği: Yerel Halkın Algısı Üzerine Bir Araştırma	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Gastronomi gelişimi, Yemek kültürü, Yemek sosyolojisi
59	Önçel, S. & Boz, H. C. (2023)	Türk Mutfağında Yemek Kültürü ve Yemek Ritüelleri Üzerine Bir Araştırma: İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Web Siteleri Örneği	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Gastronomi, Yemek ritüelleri, Mutfak kültürü, Yerel mutfak, Türk Mutfağı
60	Taner, B. & Çetin, Ş. (2023)	Türk Yemek Kültüründe Esnaf Lokantaları	Toros University Journal of Nutrition and Gastronomy	Esnaf Lokantası, Türk Yemek Kültürü, Küçük İşletme, Mersin

61	Temizkan, S. P. & Uslu, A. N. (2023)	Safranbolu'daki Yenilebilir Otlar ve Yemeklerde Kullanımı	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Yenilebilir otlar, Safranbolu, Gastronomi, Yemek kültürü
62	Yılmaz, İ. & Doğan, S. N. (2023)	Bursa Yemek Kültürü Üzerine Nitel Bir Araştırma	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Bursa mutfağı, Yöresel mutfak, Türk mutfağı, Bursa
63	Zencir, B. & Önçel, S. (2023)	Gastronomi Turizmi Kapsamında Sivrihisar'ın Yöresel Yemek Kültürü	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Gastronomi, Yöresel yemekler, Sivrihisar
64	Altun, Ö., Elidemir, S.N., Girgen, M.Ü., & Demir, A. (2024)	Gastronomi Turizmi Bağlamında Kıbrıs Meyhane Lezzetleri: Kuzey Kıbrıs Örneği	Geographies, Planning & Tourism	Gastronomi turizmi, Kıbrıs mutfak kültürü, Meyhane
65	Curoğlu, Ö. B. & Sandıkçı, M. (2024)	Sakarya'da Yaşayan Bulgaristan Muhacirlerinin Yemek Kültürü ve Yemek Tariflerindeki Standartların Belirlenmesi	Aydın Gastronomy Dergisi	Muhacir mutfağı, standart tarif, mutfak kültürü, Sakarya mutfağı
66	Karaköse, S & Çavuş, O. (2024)	Göbekli Tepe Kazısında Ortaya Çıkarılan Gastronomik Unsurlarının Belirlenmesi	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Gastronomi, Göbekli tepe, Neolitik dönem, Yemek kültürü
67	Kayran, M. F. & Atçı, D. (2024)	Geçmişten Günümüze Gastronomi Akımlarının Toplumsal Değişimler Açısından Değerlendirilmesi	Toros University Journal of Nutrition and Gastronomy	Gastronomi, mutfak, akım, gastronomi akımları, mutfak akımları
68	Koç, F. & Yazıcıoğlu, İ. (2024)	Yemek Kültüründe Toplumsal Cinsiyet Normları	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Toplumsal cinsiyet Normları, Cinsiyet rolleri, Yemek kültürü, Tüketim alışkanlıkları, Medya
69	Özdemir, E. (2024)	Gastronomi Hikayeleri	Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi	Gastronomi Hikayeleri, Çocuk kitabı, sürdürülebilirlik, gastronomi, yemek bilimi
70	Öztürk, İ. (2024)	Filmlerdeki Gastronomik Unsurların Menü ve Mutfak Kültürlerini Yansıtırma Biçimleri: Türk ve İtalyan Mutfağı Karşılaştırma Analizi	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Mutfak kültürleri, Gastronomik yansımalar, Gastronomi temalı filmler, Türk mutfağı, İtalyan mutfağı
71	Sandıkçı, M. & Albayrak, A. N. (2024)	Turizm Rehberliği Bölümlerinin Müfredatlarında Yer Alan Gastronomi ile İlgili Derslerin İncelenmesi	Journal of Tour Guiding	Turizm rehberliği, müfredat, gastronomi, doküman analizi
72	Ürekli, H. & Çelik, S. (2024)	Gastronomi Rotalarının Belirlenmesinde Turist Rehberlerinin Bilgi Düzeyleri ve Önerileri Üzerine Bir Araştırma	Journal of Tour Guiding	Turist rehberliği, gastronomi rehberliği, gastronomi turizmi, gastronomi rotaları

Tablo 1’de Türkiye’deki yemek kültürü ile ilgili 72 makalenin bibliyometrik analiz bulguları gösterilmektedir. Türkiye turizm alan yazınında yemek kültürü ile ilgili araştırmalar özellikle 2022 yılında yükselme kaydetmiş ve toplam 12 makale yayınlanmıştır. Çalışmaların çoğunluğunun (44 makale) iki yazarlı yapılmış olduğu, yazar sayısının ise en fazla dört olduğu görülmüştür.

Şekil 1: Türkiye’de Turizm Alanında Yayınlanmış Yemek Kültürü Konulu Çalışmaların Anahtar Kelimeleri

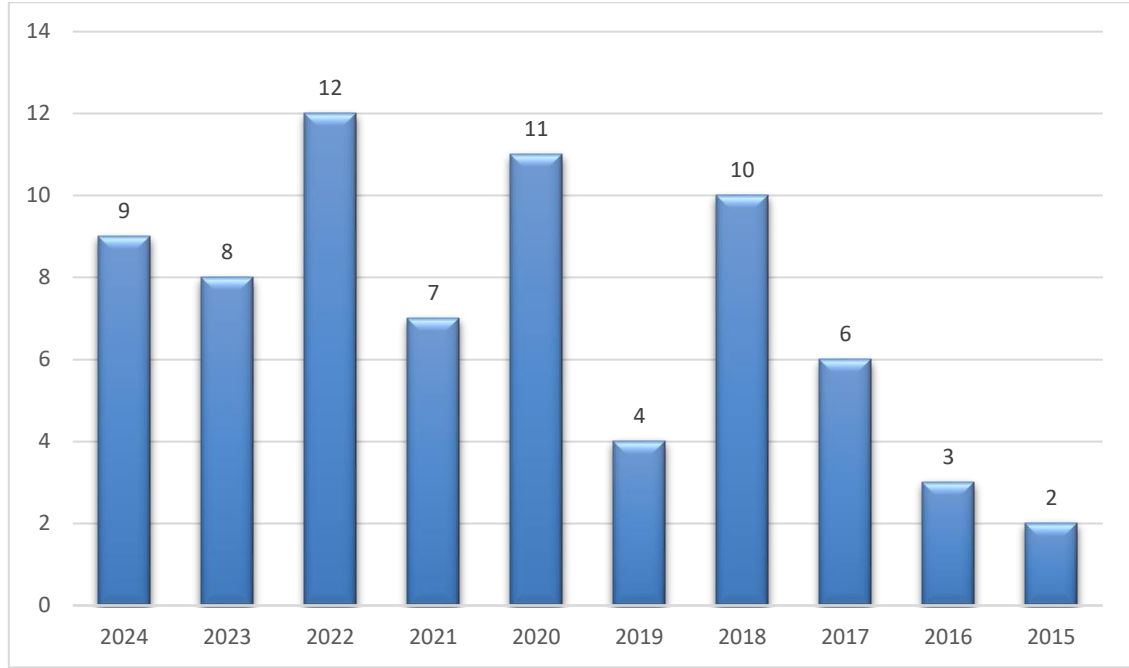


Türkiye’de turizm alanında yayınlanmış yemek kültürü konulu çalışmaların anahtar kelimeleri incelendiğinde, 30 kez olmak üzere çoğunlukla “yemek kültürü” kavramı kullanılmış olup, ardından kullanılan diğer kavramlar “gastro”, “gastro”, “sürdürülebilirlik”, “mutfak kültürü”, “yöresel mutfak”, “yöresel yiyecek”, “göç”, “yemek” ve “Türkiye” olarak yer alan 190 tane anahtar kelime tespit edilmiştir. Bölge, il ve ilçeler bazında incelendiğinde; Edremit Körfezi, Doğu Akdeniz, Doğu Anadolu, Adana, Çankırı, Şanlıurfa, Samsun, Urla, Isparta, Afyonkarahisar, Konya, Hatay, Kastamonu, Gaziantep, İzmir, Kilis, Şırnak, Seben, Bolu, Kahramanmaraş, Karaman, Trabzon, Eskişehir, Bitlis, Adıyaman, Mersin, Safranbolu, Bursa, Sivrihisar, Sakarya ve Kıbrıs mutfaklarını konu alan çalışmalar yapıldığı görülmüştür. Ayrıca Girit, Ahıska Türkleri, Suriye, Türkmen, Pomak, muhacir yemek kültürlerini inceleyen göçmen mutfakları konulu çalışmalar da tespit edilmiştir.

Tablo 2: Türkiye’de Turizm Alanında Yemek Kültürü ile İlgili Yapılan Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Yıllar	Yayın Sayıları	Yıllar	Yayın Sayıları
2024	9	2019	4
2023	8	2018	10
2022	12	2017	6
2021	7	2016	3
2020	11	2015	2

Grafik 1: Türkiye’de Turizm Alanında Yemek Kültürü ile İlgili Yapılan Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

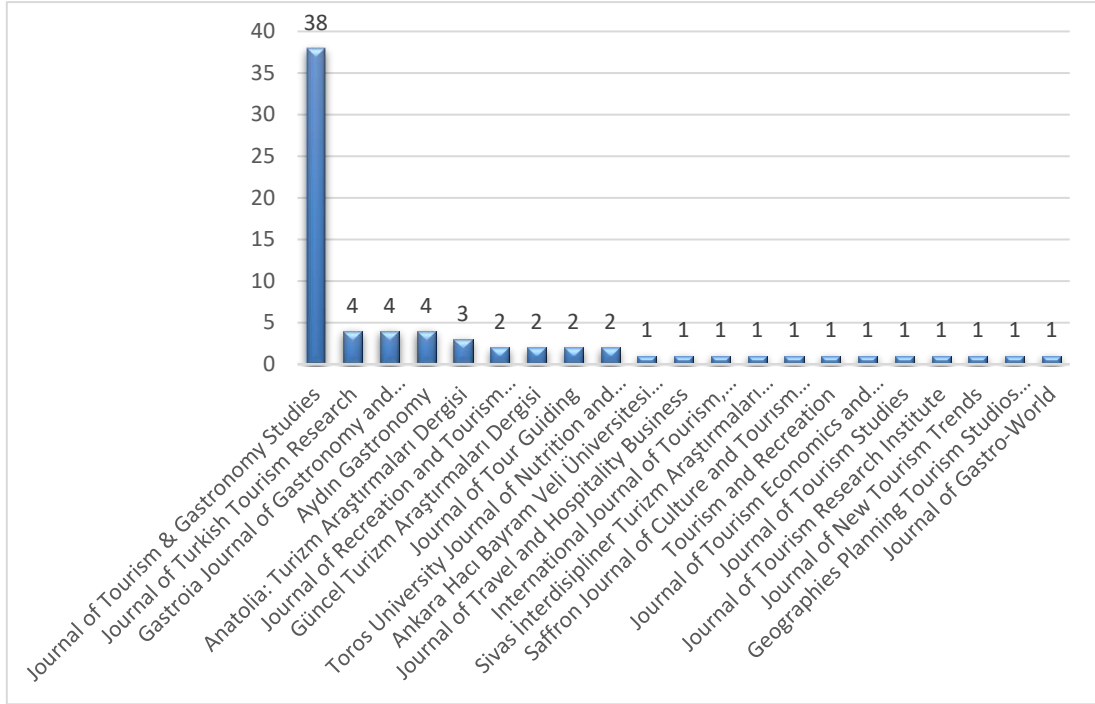


Tablo 2 ve Grafik 1’de görüldüğü üzere, Türkiye Turizm Dizini’nde turizm alanında yapılan yemek kültürü ile ilgili çalışmaların yıllara göre dağılımlarında en çok çalışmanın yapıldığı yıl 2022 yılı 12 çalışmayla ilk sırada yer alırken, 2020 yılının 11 çalışmayla ikinci, 2018 yılının 10 çalışmayla üçüncü, 2024 yılının 9 çalışmayla dördüncü ve 2023 yılının da 8 çalışmayla beşinci sırada geldiği görülmüştür.

Tablo 3: Türkiye’de Turizm Alanında Yemek Kültürü ile İlgili Yapılan Çalışmaların Kaynaklara Göre Dağılımı

Kaynaklar	Yayın Sayıları	Kaynaklar	Yayın Sayıları
Journal of Tourism & Gastronomy Studies	38	International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences	1
Journal of Turkish Tourism Research	4	Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi	1
Gastroia Journal of Gastronomy and Travel Research	4	Saffron Journal of Culture and Tourism Researches)	1
Aydın Gastronomy	4	Tourism and Recreation	1
Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi	3	Journal of Tourism Economics and Business Studies	1
Journal of Recreation and Tourism Research	2	Journal of Tourism Studies	1
Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi	2	Journal of Tourism Research Institute	1
Journal of Tour Guiding	2	Journal of New Tourism Trends	1
Toros University Journal of Nutrition and Gastronomy	2	Geographies Planning Tourism Studios Journal	1
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi	1	Journal of Gastro-World	1
Journal of Travel and Hospitality Business	1		

Grafik 2: Türkiye’de Turizm Alanında Yemek Kültürü ile İlgili Yapılan Çalışmaların Kaynaklara Göre Dağılımı

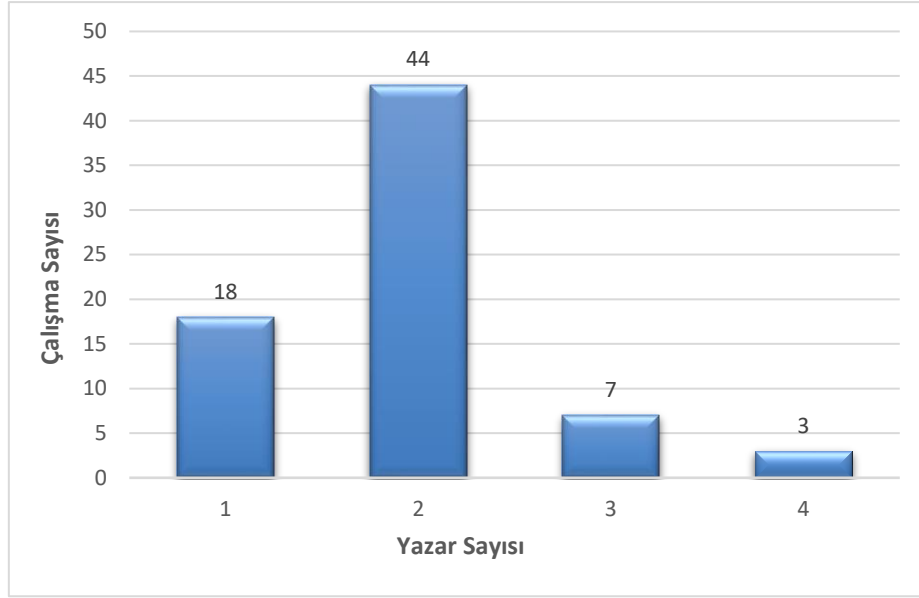


Tablo 3 ve Grafik 2’de “Journal of Tourism & Gastronomy Studies” isimli derginin 38 akademik yayınlı ilk sırada yer aldığı tespit edilmiştir.

Tablo 4: Türkiye’de Turizm Alanında Yemek Kültürü ile İlgili Yapılan Çalışmaların Yazar Sayılarına Göre Dağılımı

Yazar Sayısı	Çalışma Sayısı
1	18
2	44
3	7
4	3

Grafik 3: Türkiye’de Turizm Alanında Yemek Kültürü ile İlgili Yapılan Çalışmaların Yazar Sayılarına Göre Dağılımı

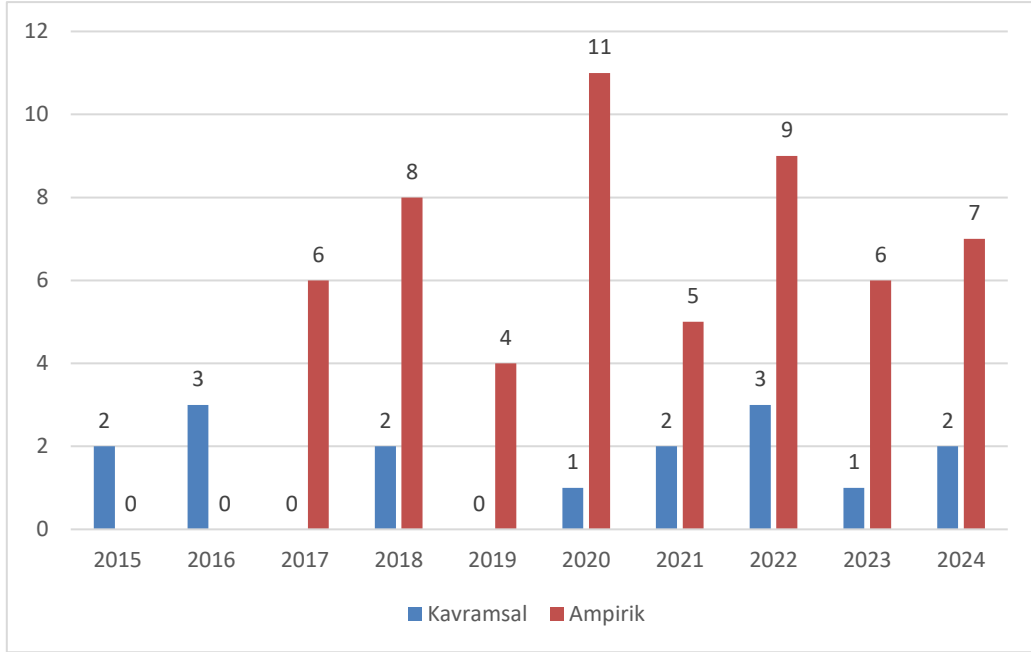


Tablo 4 ve Grafik 3 incelendiğinde iki yazarlı çalışmaların (44 tane) en yüksek sıklığa sahip olduğu gözlenirken bunu tek yazarlı çalışmalar (18 tane) takip etmektedir. Yazar sayılarına bakıldığında en az sayıya 4 yazarlı çalışmaların (3 tane) sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Türkiye’de Turizm Alanında Yemek Kültürü ile İlgili Yapılan Çalışmaların Araştırma Yöntemlerine Yönelik Yıllara Göre Dağılımı

Yıl	Kavramsal	Ampirik
2015	2	-
2016	3	-
2017	-	6
2018	2	8
2019	-	4
2020	1	11
2021	2	5
2022	3	9
2023	1	6
2024	2	7
Toplam	16	56

Grafik 4: Türkiye’de Turizm Alanında Yemek Kültürü ile İlgili Yapılan Çalışmaların Araştırma Yöntemlerine Yönelik Yıllara Göre Dağılımı

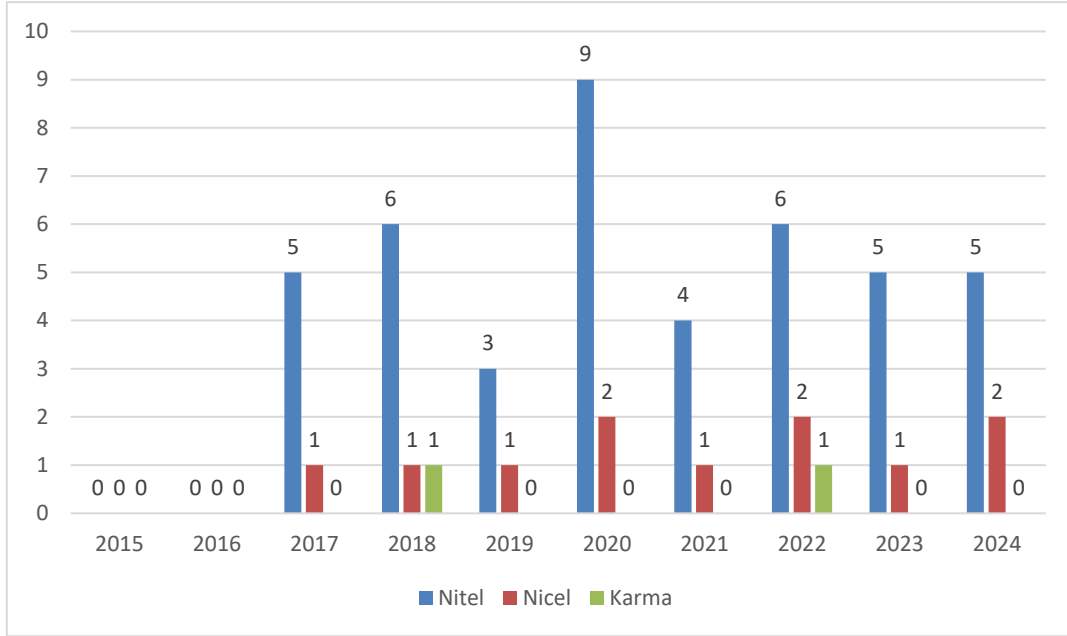


Tablo 5 ve Grafik 4’e göre 72 çalışmanın 56 tanesi ampirik, 16 tanesi kavramsal olarak hazırlanmıştır. Türkiye’de turizm alanında yemek kültürü ile ilgili 2015 ve 2016 yıllarında hiç ampirik çalışma yapılmadığı, 2017 yılında artış gösterdiği ve en çok 2020 yılında yapıldığı görülmüştür. Kavramsal çalışmaların ise yılda en fazla 3 tane yapıldığı, 2017 ve 2019 yıllarında ise hiç yapılmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 6: Türkiye’de Turizm Alanında Yemek Kültürü ile İlgili Yapılan Ampirik Çalışmaların Araştırma Yöntemlerine Yönelik Yıllara Göre Dağılımı

Yıl	Nitel	Nicel	Karma
2015	-	-	-
2016	-	-	-
2017	5	1	-
2018	6	1	1
2019	3	1	-
2020	9	2	-
2021	4	1	-
2022	6	2	1
2023	5	1	-
2024	5	2	-
Toplam	43	11	2

Grafik 5: Türkiye’de Turizm Alanında Yemek Kültürü ile İlgili Yapılan Ampirik Çalışmaların Araştırma Yöntemlerine Yönelik Yıllara Göre Dağılımı

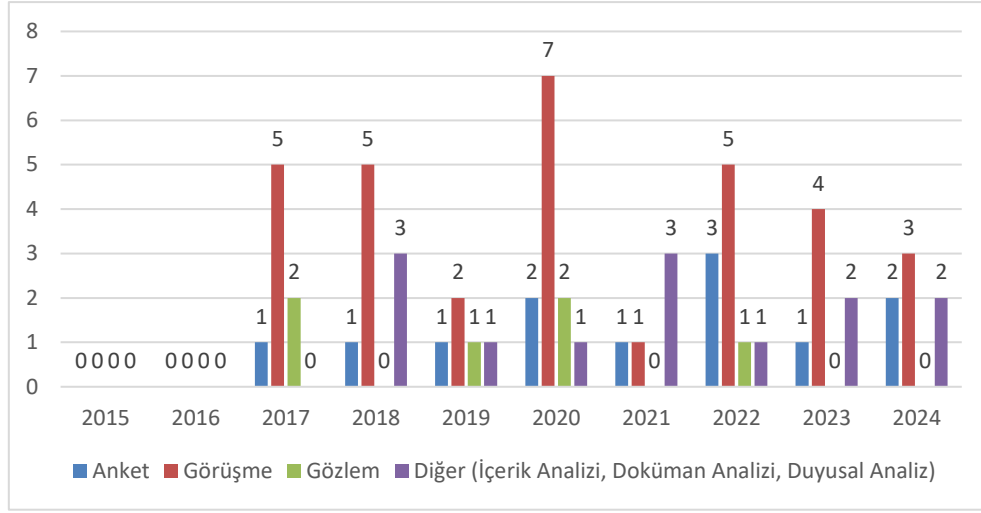


Tablo 6 ve Grafik 5’te ise ampirik çalışmaların nicel, nitel veya karma yöntem tercihlerinin yıllara göre dağılımları gösterilmektedir. Buna göre 56 ampirik çalışmanın 43 tanesinin nitel, 11 tanesinin nicel, 2 tanesinin ise karma yöntemle yapıldığı görülmektedir. Bu durum son 10 yılda Türkiye’de turizm alanında yemek kültürü ile ilgili yapılan çalışmaların büyük çoğunluğunun yönteminin nitel olduğunu göstermektedir.

Tablo 7: Türkiye’de Turizm Alanında Yemek Kültürü ile İlgili Yapılan Ampirik Çalışmaların Veri Toplama Tekniklerinin Yıllara Göre Dağılımı

Yıl	Anket	Görüşme	Gözlem	Diğer (İçerik Analizi, Doküman Analizi, Duyusal Analiz)
2015	-	-	-	-
2016	-	-	-	-
2017	1	5	2	-
2018	1	5	-	3
2019	1	2	1	1
2020	2	7	2	1
2021	1	1	-	3
2022	3	5	1	1
2023	1	4	-	2
2024	2	3	-	2
Toplam	12	32	6	13

Grafik 6: Türkiye’de Turizm Alanında Yemek Kültürü ile İlgili Yapılan Ampirik Çalışmaların Veri Toplama Tekniklerinin Yıllara Göre Dağılımı



Tablo 7 ve Grafik 6 incelendiğinde çalışmaların büyük bir çoğunluğunda görüşme tekniğiyle veri toplandığı görülmektedir. 2015- 2024 yılları arasında Türkiye’de turizm alanında yapılmış 56 ampirik çalışmanın 32 tanesinde görüşme, 12 tanesinde anket, 6 tanesinde gözlem ve 13 tanesinde de diğer veri toplama teknikleri kullanılmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Akademik yayınların profillerinin çeşitli parametreler kapsamında Bibliyometrik analiz çalışmalarıyla değerlendirilmeleri mümkün olabilmektedir. Yapılan analizler, konuya dair gelecekteki araştırmalara rehberlik edecek nitelikte olup, yayın standartları çerçevesinde değerlendirilerek çalışmaların ilerlemesine katkı sunması bakımından önemlidir. Bibliyografik çalışmalar aracılığıyla yayınlanmış çalışmaların sunulması ile varsa eksikliklerin belirlenmesi ve sonraki çalışmalarda dikkate alınarak bu noksanların telafi edilmesi sağlanabilmektedir. Turizm alanında yapılan akademik çalışmaları geliştirmek ve çeşitlendirmek için bu tür çalışmaların gerçekleştirilmesi, sunulması ve değerlendirilmesi önem taşımaktadır.

Akademik araştırmaların genel özelliklerini belirleme fırsatı sunan bibliyometrik analiz, çalışmaların yayın yılına, yazarlarına, anahtar kelimelere, konularına, yayın türüne, araştırma yöntemlerine, veri toplama tekniklerine ve kaynaklara göre incelenmesine olanak tanırken, ayrıca en sık kullanılan anahtar kelimelerin tespit edilerek kavramsal yapının belirlenmesiyle çalışmalarda trend olan konuların belirlenmesine de olanak tanır.

Bibliyometrik analiz yöntemi ile bu çalışmada yemek kültürü ile ilgili olarak 2015-2024 yılları arasında Türkiye Turizm Dizini’nde yer alan toplam 72 çalışma tespit edilmiştir. Çalışmalar yapıldığı yıllara göre incelendiğinde en fazla artışın 2022 yılında yaşandığı görülmüş ancak yıllara göre düzenli bir artış veya düşüş tespit edilmemiştir. Literatürdeki benzer çalışmalarda bu konudaki araştırmaların 2000 yılında başladığını ve artarak devam ettiğini saptamıştır. Türkiye Turizm Dizini’nde yemek kültürü konusunda en çok yayın yapan derginin 38 akademik yayınlı Journal of Tourism & Gastronomy Studies olduğu, onu dörder yayınlı Journal of Turkish Tourism Research, Gastroia Journal of Gastronomy and Travel Research, Aydın Gastronomy dergilerinin takip ettiği görülmüş ve ilgili Araştırmaların kaynaklara göre dağılımının da düzenli olmadığı saptanmıştır. Türkiye Turizm Dizini’nde yayınlanan yemek kültürü ile ilgili çalışmalarda çoğunluğun ampirik olduğu ve bu çalışmaları incelemek amacıyla nitel araştırma yönteminin en fazla sayıda olduğu saptanmıştır. Yemek kültürünün toplumsal yönlerinin incelendiği ve konunun kendi bağlamında kapsamlı bir perspektifle ele alınmaya çalışıldığı belirlenmiştir. Son dönem araştırmalarında nitel araştırmalara doğru artan eğilim yemek kültürü alanında da kendini göstermiş olup bu durum çalışma bulgularıyla örtüşmüştür. Bu çalışmada yemek kültürü konusu diğer disiplinler kapsam dışı bırakılarak

sadece turizm alanında yapılan makaleler ele alınmıştır. Turizm alanında yapılan yemek kültürü ile ilgili çalışmaların konularının yine sıklıkla yöresel yemek kültürü konularında olduğu, veri toplama tekniği olarak çoğunlukla görüşme tekniğinin kullanıldığı görülmüştür.

Gerçekleştirilen bu araştırmanın temel problemi ve amacı kapsamında elde edilen bulgulardan yola çıkılarak; Türkiye'de yemek kültürü çalışmalarının yoğunlaştığı alanlar aşağıdaki şekilde özetlenebilir;

1. Bölgesel Yemek Kültürleri:

- **Kapadokya, Edremit Körfezi, Doğu Akdeniz, Doğu Anadolu:** Bu bölgelerdeki yemek kültürleri üzerine yapılan çalışmalar, özellikle yerel mutfakların ve yiyeceklerin tanıtımı ve korunması üzerine yoğunlaşmıştır.
- **Şehir ve İlçe Yemek Kültürleri:** (Adana, Çankırı, Şanlıurfa, Samsun, Urla, Isparta, Afyonkarahisar, Konya, Hatay, Kastamonu, Gaziantep, İzmir, Kilis, Şırnak, Seben, Bolu, Kahramanmaraş, Karaman, Trabzon, Eskişehir, Bitlis, Adıyaman, Mersin, Safranbolu, Bursa, Sivrihisar, Sakarya ve Kırba) Bu şehir ve ilçeler üzerine yapılan çalışmalar, yerel yemek kültürlerinin detaylı bir şekilde incelenmesine ve gastronomi turizmine katkı sağlanmasına yönelik olmuştur.

2. Göçmen Mutfakları:

- **Girit, Ahıska Türkleri, Suriye, Türkmen, Pomak, Muhacir Yemek Kültürleri:** Göçmen mutfakları üzerine yapılan çalışmalar, göçmenlerin beraberinde getirdikleri yemek kültürlerinin Türkiye'deki yemek kültürüne katkılarını ve bu kültürlerin korunmasını ele almıştır.

3. Anahtar Kelimeler:

- **Yemek Kültürü:** 30 kez kullanılmış olup, çalışmaların ana odak noktasını oluşturmuştur.
- **Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Sürdürülebilirlik, Mutfak Kültürü, Yöresel Mutfak, Yöresel Yiyecek, Göç, Yemek, Türkiye:** Bu kavramlar, çalışmalarda sıkça kullanılan anahtar kelimeler arasında yer almıştır.

Araştırma bulgularından hareketle, çalışmaların yoğunlaştığı alanlar göz önüne alınarak Türk Mutfak Kültürü konusunda araştırma ihtiyaçları ise aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- **Yeni Bölgelerin ve Şehirlerin İncelenmesi:** Henüz kapsamlı bir şekilde ele alınmamış olan diğer bölgeler ve şehirlerin yemek kültürlerinin detaylı bir şekilde incelenmesi gerekmektedir. Örneğin, Karadeniz Bölgesi'nde Trabzon dışındaki şehirlerin yemek kültürlerinin daha fazla araştırılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.
- **Modern ve Geleneksel Yemek Kültürlerinin Entegrasyonu:** Geleneksel yemek kültürlerinin modern gastronomi ile nasıl birleştirildiğine dair daha fazla çalışma yapılması gerekmektedir. Bu, hem yerel mutfakların korunması hem de gastronomi turizminin geliştirilmesi açısından önemlidir.
- **Yemek Kültürünün Ekonomik ve Sosyal Etkileri:** Yemek kültürünün yerel ekonomilere ve sosyal yapıya olan etkilerinin incelenmesi, bu alandaki bilgi eksikliklerini gidermeye yardımcı olacaktır. Özellikle kırsal alanlarda gastronomi turizminin ekonomik kalkınmaya katkıları üzerine araştırmalar yapılmalıdır.
- **Gastronomi Eğitimi ve Farkındalık:** Yemek kültürü ve gastronomi eğitiminin yerel topluluklar üzerindeki etkileri ve bu alanlarda farkındalık yaratma çabaları üzerine daha çok çalışma yapılması gerekmektedir.
- **Sürdürülebilirlik ve Yemek Kültürü:** Sürdürülebilirlik kavramının yemek kültürü ile nasıl entegre edilebileceği ve bu konuda farkındalık yaratma çalışmaları üzerine daha fazla araştırma yapılması önemlidir. Özellikle yerel ve organik gıda üretimi konularında yapılan çalışmalar artırılmalıdır.

- **Turizm ve Yemek Kültürü İlişkisi:** Turizm sektörü ile yemek kültürü arasındaki ilişkiyi daha derinlemesine inceleyen çalışmalar yapılmalıdır. Özellikle gastronomi turizminin yerel kültüre ve ekonomiye olan etkileri üzerine kapsamlı araştırmalar yapılması gerekmektedir.

Bu alanlarda yapılacak yeni araştırmalar, Türkiye'de yemek kültürü çalışmalarını zenginleştirecek ve bu alandaki bilgi eksikliklerini giderecektir. Ayrıca, bu araştırmalar gastronomi turizminin gelişimine ve yerel yemek kültürlerinin korunmasına önemli katkılar sağlayacaktır. Sonuç olarak bu çalışma, yemek kültürü konusunun turizm alanında yapılan araştırmaların gelişimi ve gerçekleştirecek yeni çalışmalara ilişkin genel bir bakış açısı sunduğu için önem arz etmektedir. Araştırma Türkiye Turizm Dizini'ndeki çalışmalarla sınırlı olduğundan, konuya katkı sağlamak için diğer disiplinlerdeki çalışmaların, lisansüstü tezlerin ve uluslararası çalışmaların da inceleneyeceği araştırmalar yapılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca yerli ve uluslararası literatürde yapılan çalışmalarının karşılaştırıldığı yeni çalışmaların yapılması da yemek kültürü konusuna detaylı yaklaşımlar getirmesine olanak sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Acar, A. (2018). Yeni Daha İyi Bir Yaşam Stili Olarak Yavaş Şehir ve Turizm Üzerine Etkisi: *Türkiye Örneği*. *International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences*, 2(2), 130-136.
- Akbaba, M. & Özel, G. (2020). Ensar Şehir Mutfak İmajının Belirlenmesi: Kilis ve Suriye Mutfağı Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 1971-1985.
- Akbaba, M. & Özel, G.(2020). Kilis İli Yöresel Yemeklerinde Suriye Göçünün Gölgesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 971-982.
- Akdağ, G. & Yetim, A. (2020). Hatay Yayladağı'nda Farklı Bir Lezzet Olarak Lokum: Bir Sözlü Tarih Çalışması. *Journal of Tourism Economics and Business Studies*, 2(2), 155-162.
- Akkuş, Ç. (2019). Yemek Kültürünün Sürdürülebilirliğini Kadınların Demografik Özellikleri Etkiliyor Mu?. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 731-750.
- Aktürk, H. & Çekal, N. (2019). Gaziantep Mutfağına Özgü Çorbalara İlişkin Müşteri Değerlendirmelerinin İncelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1488-1498.
- Albustanlıoğlu, T., Güney, S. K., Beyter, N., Yılmaz, İ (2023). Antik Zeugma Kenti Seramik Kap Örnekleri Kullanılarak Yapılan Roma Yemeği ve Duyusal Analizleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(1), 794-816.
- Aldioğlu, A. (2022). Sumak Ekşi Akıtı ve Kahramanmaraş Mutfağında Kullanımı. *Aydın Gastronomy*, 6 (1), 39-49.
- Altun, Ö., Elidemir, S.N., Girgen, M.Ü., & Demir, A. (2024). Gastronomi Turizmi Bağlamında Kıbrıs Meyhane Lezzetleri: Kuzey Kıbrıs Örneği. *Geographies, Planning & Tourism*, 4(1), 55-66.
- Alyakut, Ö. (2019). "Yemek Kültürü Konusunda Yayınlanan Tezlerin Bibliyometrik Profili", *International Social Sciences Studies Journal*, 5(49): 6376-6389.
- Ardıç Yetiş, Ş. (2015). Kapadokya Yemek Kültürü ve Mustafapaşa Beldesi (Sinassos) Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3(2), 12-19.
- Ayaz, N. & Türkmen, B. M. (2018). Yöresel Yiyecekleri Konu Alan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2(1), 22-38.
- Ballı, E. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4(Special issue1), 3-17.
- Başar, B. (2022). Osmanlı Mutfağı Yemeklerinin, İbrahim Hakkı'nın Marifetname Eserinde Geçen Gastronomik Ürünler Açısından Değerlendirilmesi. *Gastro-Dünya Dergisi*, 1(1),
- Bayraktar, G. & Zencir, E. (2019). Sokak Satıcılarının Gözünden Sokak Lezzetleri: İzmir Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1367-1382.
- Canbolat, E., Keleş, Y. & Akbaş, Y. Z. (2016). Gastronomi Turizmi Kapsamında Samsun Mutfağına Özgü Turistik Bir Ürün: Bafra Pidesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(4), 75-87.
- Curoğlu, Ö. B. & Sandıkçı, M. (2024). Sakarya'da Yaşayan Bulgaristan Muhacirlerinin Yemek Kültürü ve Yemek Tariflerindeki Standartların Belirlenmesi. *Aydın Gastronomy*, 8(2), 383-412.

- Çakıcı, H. H. & Zencir, E. (2018). Unutulmaya Yüz Tutmuş Mutfak Kültürleri: Çakırözü Köyü Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(Special issue3) 285-297.
- Çekal, N & Doğan, E. (2022). Sürdürülebilir gastronomide standart reçete ve coğrafi işaretlerin önemi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 4(1), 49-60.
- Çekiç, İ. & Canbolat C. (2021). Hüseyin Hüsnü Efendi'nin 'Etsiz Yağsız Tecrübeli Yemekler' Adlı Kitabındaki Gastronomik Eğilimler Üzerine Bir İnceleme. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 61-72.
- Çelik, M. & Aksoy, M. (2017). Şanlıurfa'da Özel Günlerde Yapılan Yemeklere Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4 (Special Issue 1), 136-144.
- Çelik, S., Ersoy, N. & Besen, S. (2020). Restoran İşletmelerinin Yöresel Yemeklere Yönelik Farkındalıkları: Şırnak İli Örneği. *Tourism and Recreation*, 2(1), 31-37.
- Çuhadar, M., Küçükyaman, M. A. & Şaşmaz, M. A. (2018). Geçmişten Günümüze Isparta Mutfak Kültürü: Nitel Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(Special issue3), 125-142.
- Diker, O., Türker, N., Çetinkaya, A. & Kaya, F. B. (2017). Geleneksel Türk Tatlısı Olarak Lokum ve Safranbolu Lokumu. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5(Special issue2), 333-344.
- Dursun, F. & Güzeller, C. O. (2023). Yemek Bağlamında Kültürlerarası Etkileşim: Göç, Yemek ve Kimlik İlişkisi Üzerine Kavramsal Bir Çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(4), 2674-2689.
- Durukan, A. & Gülel, H. C. (2020). Yörüklerin Atalardan Kalan Kültürü Koruma Çabası ve Yaşanan Değişiklikler. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1): 56-67.
- Efendi, M. & Atay, H. (2020). Turist Rehberlerinin Gözlemlerinden Turistlerin Gastronomik Tercihlerinin Saptanması, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 567-579.
- Ertaş, Ç. & Kadirhan, G. (2023). Şırnak'ta Gastronomi Gelişmişliği: Yerel Halkın Algısı Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(2), 847-864.
- Garipoğlu Uğur, N. & Demierkol, Ş. (2021). Hipster Turist Arketipleri ve Hipster Turizminin Oluşumuna Katkısının Analizi. *Journal of New Tourism Trends (JOINNTT)*, 2(2), 125-137.
- Göktürk Çetinkaya, S. (2020). Refik Halit Karay'ın Anlatımında Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Yemek Kültürü. *Aydın Gastronomy*, 4(1), 55-62.
- Gönüllü, S. & Durlu Özkaya, F. (2017). Los Angeles ve Toronto Sokak Lezzetlerinin Menü İçeriği ve Üretim Bakımından İncelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5(4), 454-465.
- Gül, Y. & Akman, S. (2018). Sürdürülebilir Gastronomi Çerçevesinde Edremit Körfezi Yöresel Mutfakları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 852-872.
- Güzeler, N. & Özbek, Ç. (2021). Geleneksel Anadolu Tören Yemekleri. *Aydın Gastronomy Dergisi*, 5(2), 167-176.
- İnci Bozkurt, F. & Yaman, M. (2021). Bolu İli Seben İlçesinde Geçmişten Günümüze Yemek Kültürü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 921-938.
- Karaca, O. B., Yıldırım, O. & Çakıcı, A. C. (2015). Girit Yemek Kültürü ve Sürdürülebilirliği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3(1), 3-13.
- Karaçar, E. & Göker, G. (2016). Turizm Destinasyon Çekiciliği Unsuru Olarak Yiyecek içecek Hizmetleri Üzerine Bir İncelene, Çankırı Örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 3(2), 73-76.
- Karaköse, S & Çavuş, O. (2024). Göbekli Tepe Kazısında Ortaya Çıkarılan Gastronomik Unsurlarının Belirlenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 12(2), 1186-1209.
- Kavak, S. & Pekerşen, Y. (2022). Yöresel Mutfak Kültürünün Turizme Kazandırılmasında Yerel Halkın Tutumu: Karaman İlinde Bir Araştırma. *Journal of Travel and Hospitality Business*, 19(1), 59-80.
- Kayran, M. F. & Atçı, D. (2024). Geçmişten Günümüze Gastronomi Akımlarının Toplumsal Değişimler Açısından Değerlendirilmesi. *Toros University Journal of Nutrition and Gastronomy-JFNG*, 1, 69-81.
- Koç, F. & Yazıcıoğlu, İ. (2024). Yemek Kültüründe Toplumsal Cinsiyet Normları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 12(1), 718-734.

- Mutlu, Ç. (2022). Unutulmaya Yüz Tutmuş Yerel Yemek Kültürü: Cide Elma Pekmezi Reçeli Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(3), 1604-1621.
- Mutlu, H. & Sandıkçı, M. (2022). Gastronomi Envanteri Oluşturulması: Gastronomi Şehri Afyonkarahisar Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(2), 1168-1195.
- Önçel, S. & Boz, H. C. (2023). Türk Mutfağında Yemek Kültürü ve Yemek Ritüelleri Üzerine Bir Araştırma: İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Web Siteleri Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(2), 1043-1059.
- Özdemir, E. (2024). Gastronomi Hikayeleri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 35(1), 136-138.
- Özer, O. (2020). Gastronomi Kongrelerinde İnovasyon ve Verimliliklerini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Uygulamalı Gastronomi Kongresi. *Journal of Tourism Research Institute*, 1(1), 1-14.
- Öztürk, İ. (2024). Filmlerdeki Gastronomik Unsurların Menü ve Mutfak Kültürlerini Yansıtırma Biçimleri: Türk ve İtalyan Mutfağı Karşılaştırma Analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 12(1), 585-603.
- Samancı, Ö. (2021). Gastronomi ve Yemek Tarihi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 32(1), 106-109.
- Sandıkçı, M. & Albayrak, A. N. (2024). Turizm Rehberliği Bölümlerinin Müfredatlarında Yer Alan Gastronomi İle İlgili Derslerin İncelenmesi, *Turist Rehberliği Dergisi*, 7(1), 34-52.
- Sarioğlu, M., Öncül Abacıgil, T. & Avcıkurt, C. (2020). Zeytinyağlı Yemek Kültürünün Füzyon (Fusion) Mutfak Olgusu ile Geliştirilebilirliğine Yönelik Bir Alan Araştırması (Edremit Körfezi Örneği). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2202-2213.
- Seçim, Y. (2018). Yöresel Bir Ürün Olan Konya Etlikmeği ve Genel Özellikleri Hakkında Nitel Bir Çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 197-209.
- Seçim, Y. & Kaya, M. (2019). Türkiye’de Yaşayan Ahıska Türklerinin Yemek Kültürü, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1631-1647.
- Seçim, Y. & Kaya, M. (2020). Karaçay Türkleri ve Yemek Kültürleri. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(1), 70-85.
- Soylu, M. (2018). Uluslararası Öğrencilerin Beslenme Durumu ve Kayseri Beslenme Kültürüne Oryantasyonu. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(Special issue3), 312-322.
- Sünnetçioğlu, A., Yalçınkaya, P., Olcay, M. & Okan, Ş. (2017). Turizm Alanında Yazılmış Olan Gastronomiye İlişkin Tezlerin Bibliyometrik Profili, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5/Special issue 2: 345-354
- Şahin Ören, T., Arman, A., & Erdem, Özkan. (2021). Anadolu Mutfak Kültüründe Gastronomik Kimlik unsuru olarak Bulgur ve Bulgur yemekleri. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 1961-1981.
- Şen, M. A. (2022). Trabzon Su Değirmenlerinin Gastronomi Turizmi bakımından değerlendirilmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 6(2), 323-338.
- Şimşek, A. & Aytuğ, S. (2021). Bolu ilinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Belirlenmesi, *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 110-124.
- Şimşek, A. & Çelik Yeşil, S. (2022). Sokak Lezzetlerinin İncelenmesi: Eskişehir Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 6(1), 82-102.
- Taner, B. & Çetin, Ş. (2023). Türk Yemek Kültüründe Esnaf Lokantaları. *Toros University Journal of Nutrition and Gastronomy-JFNG*, (1) 21-32.
- Taş, D. & Aksoy, M (2020). Edirne’nin Sınır Köylerinde Yaşayan Pomak ve Muhacirlerin Yemek Kültürü Üzerine Bir İnceleme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2565-2587.
- Taştan, H. & İflazoğlu, N. (2018). Hatay’ın Unesco Gastronomi Şehri Olması ile İlgili Yerel Restoran İşletmelerinin Farkındalığının Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(Special issue3), 384-393.
- Tekbalkan, M. (2017). Yöresel Yemeklerin Bölge Turizmine Katkısı: Samsun Kaz Tiridi Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 155-169.
- Temizkan, S. P. & Uslu, A. N. (2023). Safranbolu’daki Yenilebilir Otlar ve Yemeklerde Kullanımı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(1), 434-452.

- Tolga, Ö. & Yatkın, Ö. (2017). Antik Dönemdeki Damak Tadının Günümüz Yansıması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(Special issue2), 103-116.
- Türker, N. (2018). Gastrodiplomasi Türk Mutfağının Tanıtımında Bir Araç Olabilir Mi?. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 14-29.
- Türköz Bakırcı, G., Bucak, T. & Turhan, K. N. (2017). Bölge Gastronomi Turizmi Üzerine Yöresel Ürün Festivallerinin Etkisi: Urla Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(Special issue2), 230-240.
- Ünlü, Y. & Nizamlıoğlu, H. F. (2022). Gastronomi Festivalleri Kapsamında Konya Mutfağının Değerlendirilmesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 25(1), 68-97.
- Ürekli, H. & Çelik, S. (2024). Gastronomi Rotalarının Belirlenmesinde Turist Rehberlerinin Bilgi Düzeyleri ve Önerileri Üzerine Bir Araştırma, *Turist Rehberliği Dergisi*, 7(1), 53-70.
- Yerasimos, M. (2022). Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nde Yemek Kültürü. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 33(2), 155-160.
- Yeşil, D. & Çelik Yeşil, S. (2022). Yemek Kültüründe Modernize Çalışmalar: Bitlis Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(3), 1641-1657.
- Yeşilyurt, H. & Arıca, R. (2018). Mutfak Müzesi Ziyaretçilerinin Deneyimlerinin İncelenmesi: Emine Göğüş Mutfak: Müzesi Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 60-70.
- Yeşilyurt, H. (2022). Yerel Halkın Yöresel Yemeklere Yönelik Farkındalık Düzeyleri ve Deneyim Durumları: Adıyaman Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(4), 3524-3536.
- Yıldırım, O., Karaca, O. B. & Çakıcı, A.C. (2021). Girit Yemek Kültürü Doğu Akdeniz Bölgesi'nde Sürdürülebilir Mu? *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 1416-1438.
- Yılmaz, İ. & Doğan, S. N. (2023). Bursa Yemek Kültürü Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(4), 2808-2829.
- Zencir, B. & Önce, S. (2023). Gastronomi Turizmi Kapsamında Sivrihisar'ın Yöresel Yemek Kültürü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(1), 604-634.

URLA BAĞ YOLU İŞLETMELERİNİN YEREL EKONOMİK KALKINMAYA ETKİSİ

Melisa DURMUŞ

Yüksek Lisans Öğrencisi, İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
E-posta: durmus.melisa@ogr.deu.edu.tr, ORCID Numarası:0009-0005-4074-9053

Pınar IŞILDAR

Doç. Dr., İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
E-posta: pinar.isildar@deu.edu.tr, ORCID Numarası: 0000-0001-7667-9951

Özay Emre YILDIZ

Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
E-posta: ozay.yildiz@deu.edu.tr, ORCID Numarası: 0000-0002-0777-8574

Özet

Yerel ekonomik kalkınma, bölgenin potansiyel kaynaklarından etkin ve verimli fayda sağlanması ile bölge ekonomisinin canlanması ve bölge halkının ekonomik refahının artması temelinde şekillenmektedir. Bağcılık ve şarap üretimi bölgenin karakteristik yapısını bünyesinde bulunduran, toprağa ve yerelliğe bağlı nitelik kazanan bir yapıya sahip olmasıyla, doğal olarak bölgesel bir kaynak olarak karşımıza çıkmaktadır. Bölgesel bir değer olarak karşımıza çıkan bağcılık ve şarap üretimi ile yerel ekonomik kalkınma arasındaki ilişki dikkat çekicidir ve araştırmaya değer görülmektedir. Bu kapsamda çalışma, bağcılık ve şarap üretimi ile yerel ekonomik kalkınma arasındaki ilişkiyi inceleyerek, bağcılık ve şarap üretiminin yerel ekonomik etkilerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Araştırma nitel araştırma tasarımı ile İzmir ili Urla ilçesinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evrenini oluşturan Urla Bağ Yolu'nda yer alan 8 işletme ile derinlemesine görüşme tekniği ile veriler toplanmış ve betimsel analiz yöntemi ile veri analizi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular ışığında Urla Bağ Yolu işletmelerinin Urla bölgesinin ekonomik çıkarlarını gözeterek ticari faaliyetlerine yön vermeyi önemsedikleri ve amaçladıkları belirlenmiştir. Yaratılan katma değer bölgede ekonomik büyümeye, istihdama ve yerel girişimciliğin güçlenmesine katkı sağladığı, marka değeri ve imaj yaratma süreçlerini de desteklediği bulunmuştur.

Ayrıca bölge turizmi için, Bağ Yolu önemli bir destekleyici turistik ürün çeşidi oluşturmakta, ekonomik kalkınmanın yanında sosyo-kültürel ve çevresel anlamda bölgesel kalkınmaya destek olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar kelimeler: Sürdürülebilirlik, şarap üretimi, bağcılık, yerel kalkınma, ekonomik kalkınma.

Abstract

Regional economic development depends on effective and efficient employment of regional potential resources, regional economic revival and improvement of economic welfare of the local people. Viniculture and winemaking are naturally regional resources, as ambassadors of the region's characteristics, shaped by the soil and locality. The link between viniculture and winemaking as regional assets and economic development is remarkable and worth researching. Within this context, the present paper aims to analyse the relationship between viniculture and winemaking and economic development and reveal regional economic effects of viniculture and winemaking. A qualitative research design has been adopted and conducted in Urla, Izmir. The population consists of 8 member establishments in the Urla Vineyard Route, the data was collected through in-depth interviews and processed through descriptive analysis. The findings reveal that Urla Vineyard Route member establishments aim and prioritise conducting their commercial activities with a view of favouring the economic interests of the region. The value added generated was found to support regional economic growth, improve employment and empower local entrepreneurship, and also support brand image and image creation processes. Finally, Urla Vineyard Route was found to constitute a significant supporting tourism product and support regional development in socio-cultural and natural aspects as well as economic growth.

Keywords: Sustainability, wine production, viniculture, local development, economic development.

GİRİŞ

Yerel ekonomik kalkınma, bölgesel kaynak tabanlı olup potansiyeli ve gereksinimleri doğrultusunda, istihdam yaratmayı, bölge ekonomisini canlandırmayı ve yoksulluğun önüne geçmeyi hedefler (Darıcı, 2007). Temelinde bölgenin ekonomisini canlandırmak ve yereldeki potansiyel ve/veya gereksinimlere bağlı olarak, ağırlıklı iş olanakları/alanları yaratmak suretiyle bölge gelirini arttırmak, işsizliği önlemek, yoksullukla savaşmak üzere geliştirilen yerel politikalardan oluşmaktadır. Bu açıdan, yerel ekonomik kalkınmada önemli olan nokta bölgenin potansiyelinin ortaya çıkarılması ve bölge nüfusunun ihtiyaçlarını gözeterek bölge ekonomisinin canlanmasındaki stratejik iş kollarının geliştirilmesidir (Agbevade, 2021). Özellikle kırsal bölgelerde tarımsal verimliliğin artırılması, yeni iş alanlarının yaratılması ve istihdam olanaklarının artırılmasıyla, kırsal bölgelerin refah seviyesinde artışın sağlanması için önemlidir (Akdoğan ve Gülçubuk, 2022).

Bağcılık, Anadolu ve yakın coğrafyada binlerce yıllık köklü geçmişi olan, simgesel değere sahip bir tarım etkinliğidir. Yerel destekli bir faaliyet kolu olması ile yerel ekonomik kalkınma kapsamında çalışılmaya değer oldukça önemli bir çalışma alanıdır. Türkiye, 2020 itibarıyla toplam bağ alanı bakımından 4300km² ile dünyada 5. Sıradadır. Ancak üretilen toplam 4 milyon ton yaş üzümün yalnızca %3'ü şarap üretimi için kullanılmaktadır. Dünyada toplamda üretilen 75 milyon ton yaş üzümden 26 milyar litre şarap üretilmekte ve 30 milyar Avro ihracat geliri elde edilmektedir (OIV, 2021; OIV, 2023). Veriler bağcılık ve bağlantılı olarak şarap üretiminin ülke ekonomilerine yaratabileceği katma değeri ve uluslararası ticaret potansiyelini göstermektedir. Bu veriler aynı zamanda bağcılık ve şarap üretiminin yerel ekonomik kalkınmadaki yerini de sorgulamamıza neden olmaktadır.

Bağcılık ve şarap üretiminde ihtiyaçların ne kadarının yerel olanaklarla karşılandığı, bölgedeki kaynakların ne kadarının kullanıldığı sorusu yerel ekonomik kalkınmadaki yerini öğrenmek için önemli ölçütlerinden sayılmaktadır (Akdoğan ve Gülçubuk, 2022). Yerel kalkınma sürdürülebilir olduğu zaman anlam kazanmaktadır. Sürdürülebilir yerel kalkınmanın temelinde, bölgesel kaynakların sürdürülebilirlik felsefesi ile işleniyor ve kullanılıyor olması gerekir. Sürdürülebilir yerel kalkınmada bölgesel kaynakların korunarak ve kendilerini yenileme sınırları gözetilerek kullanılması gerekmektedir. Çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel boyutları ile bir bütün olarak bölge kaynakların sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde değerlendirilmesi gerekir Yerel olanaklarla gerçekleşen bağcılık ve şarap üretimi faaliyetleri sürdürülebilir yerel kalkınmayı desteklemede sürdürülebilir tarımsal faaliyetlerin temelinde; üretim sürecinde doğal kaynakların tüketilmeden, çevreye zarar vermeden, insan ve hayvan sağlığını ve refahını düşünen, sosyal ve ekonomik kalkınmayı destekleyen bir sistem ile önemli hâle gelmektedir (Işıldar, 2021).

Toprağın bir ürünü olarak şarap, üretim bölgesinin tanınırlığına ve marka değerine katkı sağlamakla birlikte, üretimin denetleniyor ve sürdürülebilirlik ilkelerine dayanıyor olması, bölgenin uzun dönem karlılığı için yaşamsal öneme sahip olduğu bilinmektedir (Flores, 2018; Cataldo, Fucile ve Mattii, 2021; Trigo ve Silva, 2022). Ayrıca bağcılık ve şarap üretiminde sürdürülebilir uygulamalar uzun dönemde toprağın verimliliğini koruyarak yerel ve küresel faydalar sağlamaktadır (Droulia ve Charalampopoulos, 2021; Süer ve Keskin, 2023). Bölgede gerçekleşen bağcılık ve şarap üretimi, söz konusu bölgeye turistik çekicilik de sağlamaktadır (Yıldız, 2009). Fakat burada, turizm etkinliğinin de aynı şekilde sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda gerçekleşiyor olması önemli olmaktadır. Bu kapsamda sürdürülebilir bağcılık ve şarap faaliyetlerinin yanı sıra zamanda turizmi hareketlendirdiği, markalaşma, tanınırlık, gastronomi unsurlarının korunması ve tanınması ile bölge çekiciliğinin artırılması ile yerel ekonomik kalkınmaya ekstra destek olabildiği ortaya çıkmaktadır (Durlu-Özkaya vd., 2013).

Gerçekleşen sürdürülebilir bağcılık ve şarap üretimi uygulamaları ayrıca, söz konusu bölgelere çevre bilinci, toplum değerleri, iş performansı gelişimi gibi alanlarda yerel kalkınma aracı olarak görülmektedir (Süer ve Keskin, 2023). Yerel kalkınmanın sürdürülebilir olması, aynı zamanda yerel paydaşlar arasında karşılıklı etkileşim ve dayanışmayı da gerektirmektedir (Yalçın, 2022). Bağcılık ve şarap üretimi faaliyetleri arasında “sürdürülebilir farkındalık” oluşturulması, gelecek planlarında etkin bir sürdürülebilirlik

programı oluşturulmasına olanak tanımaktadır. Önemli paydaşlardan olan yerel işletmelerin bu konuda aralarında ağ kurma kapasite ve potansiyelleri oldukça önemlidir (Santini, vd., 2013).

Bu çalışma, büyük oranda yerel ekonomik, kültürel ve doğal kaynaklara bağlı olarak gelişen bağcılık ve şarap üretiminin, yerel ekonomik kalkınmaya ve bölgenin sürdürülebilirliğine etkilerini keşfetmeyi amaçlamaktadır. Kullanılan kaynaklar için ne ölçüde katma değer yaratıldığı ve çekim unsurunu olarak şarap üretiminin oluşturduğu turizm etkinlikleri ile ne ölçüde sinerji yaratıldığı da araştırma konusudur. Çalışmanın amacına uygun olarak araştırma nitel araştırma yöntemi kapsamında tasarlanmıştır. Araştırmanın evreni Urla Bağ Yolu işletmeleri olup, 8 işletme ile derinlemesine görüşme tekniği ile veriler toplanmış ve betimsel analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara yönelik Urla Bağ Yolu işletmelerinin Urla bölgesine yerel ekonomik katkıları ve bu ekonomik katkıların hangi alanlarda olduğu tespit edilmiştir. Urla bölgesi için oldukça önemli bir katma değer oluşturduğu saptanmış ve ekonomik faydanın turizm, ticaret, istihdam, markalaşma, iş birliği alanlarında gerçekleştiği görülmüştür. Özellikle, zanaatkâr işletmeler ve yerel üreticilerin sağladığı katma değer, bölgenin ekonomik çeşitliliğini artırarak sürdürülebilir kalkınma hedeflerine önemli bir destek sağlamaktadır.

YEREL EKONOMİK KALKINMA

Yerel kalkınma, bölgede gerçekleşen üretim etkinliklerinin sonucunda, tüm yerel paydaşların fayda sağlayacağı biçimde, ekonomik büyüme ve genel yaşam kalitesindeki artışa işaret eder:

Yerel kalkınma yaklaşımı; yerel dinamiklerin harekete geçirilerek, yerel toplulukların fiziki, ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal alanda sürdürülebilir kalkınma ilkelerine uygun olarak gelişimini sağlamayı hedeflemektir (Alüftekin, 2007; 26).

Başka bir tanıma göre yerel kalkınma; yerel halkın refah seviyesinin ve yaşam kalitesinin artmasıyla sonuçlanan olumlu yönde bir değişimdir. Bu değişim ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarda gerçekleşmektedir. (Kaya ve Alptürker, 2023).

Kalkınmanın sürdürülebilir olması da büyük oranda yerel kaynakların sürdürülebilir biçimde kullanımına bağlıdır (Zengin vd., 2014). Brundtland Komisyonu (Birleşmiş Milletler) “Ortak Geleceğimiz” raporuna göre sürdürülebilir kalkınma, “gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden günümüz ihtiyaçlarını karşılayan kalkınmadır” (UN, 1987). Ekonomik kalkınma, sürdürülebilir kalkınma boyutlarından birini oluşturur ve ekonomik kaynakların topluma ve doğaya olan faydalarını ve uzun vadeli verimliliğini sürdürmeyi amaçlar.

Yerel Ekonomik Kalkınma (YEK) bir kalkınma stratejisi olarak yerelde, ulusal ve uluslararası ekonomik ortamdaki değişikliklerin, zorunlu yapısal uyum programlarının, doğal ve politik şokların ve bunların sonuçlarının, yani yoksulluk, işsizlik, endüstriyel faaliyetlerde düşüş, borç krizi, muazzam para devalüasyonu ile mücadele edilmesi için 1960'ların sonu ve 1970'lerin başında önem kazanmıştır (Agbevade, 2021). Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde farklı yaklaşımlarla desteklenmektedir. Birinci yaklaşımda yoğun yatırım, büyük işletme desteği ve iyi kaynaklara sahip yerel ajanlar tarafından üstlenilen büyük proje geliştirmeleri yer alırken, ikinci yaklaşımda yerel becerileri kullanan ve küresel ekonomiye katılımdan ziyade öncelikle hayatta kalmayı hedefleyen topluluk temelli girişimler desteklenmektedir (Mensah vd., 2013: 146)

YEK hedef bölgenin ekonomisini canlandıracak yeni iş alanlarının yaratılması için politikaların belirlenmesi ve bu politikaların en verimli şekilde uygulanmasını ifade eder. Yerel ekonomi kalkınmanın temelinde istihdam yaratma vardır. Bölge ekonomisinin canlanması, bir yereldeki potansiyel ve/veya gereksinimlere bağlı olarak, ağırlıklı iş olanakları/alanları yaratmak suretiyle bölge gelirini arttırmak, işsizliği önlemek, yoksullukla savaşmak üzere geliştirilen yerel politikalardan oluşmaktadır. Bu açıdan, yerel ekonomik kalkınmada önemli olan nokta bölgenin potansiyelinin ortaya çıkarılması ve bölge nüfusunun ihtiyaçlarını gözeterek bölge ekonomisinin canlanmasındaki stratejik iş kollarının geliştirilmesidir (Agbevade, 2021).

YEK yerel hükümetler ve topluluk tabanlı organizasyonlar, bölgesel istihdamı devam ettirmek ve teşvik etmek adına işletme faaliyetlerini desteklemektedir. Bölgesel kaynakların ortak kullanımı ve hizmetlerin eşit dağılımı oldukça önemlidir. (Nel, 2001). Dünya Bankası'na (2006) göre yerel ekonomik kalkınma, yerel yönetimler, özel sektör, sivil toplum kuruluşları ve yerel örgütlerin iş birliği yaparak yerel ekonomiyi geliştirme fırsatını sunan bir süreçtir. Bu süreç, bölgenin rekabet gücünü artırmaya ve sürdürülebilir büyümeyi teşvik etmeye odaklanır. Fiziksel planlama, ekonomi ve pazarlama gibi çeşitli disiplinleri içerdiği gibi, iş geliştirme, çevre planlaması, altyapı hizmetleri, emlak gelişimi ve finans gibi özel sektör ve yerel yönetim işlevlerini de kapsayan geniş bir alanı kapsamaktadır. Bölgenin doğal, ekonomik, kültürel ve teknolojik potansiyellerini ortaya çıkarma ve bu kaynaklarını etkin ve dengeli bir şekilde kullanılması ile gerçekleştirilebilir. Kırsal alanlarda turizmin teşvik edilmesi, bölgenin özgün gıda ürünlerinin tanıtılması, bölgeye has özellikteki ürünlerin ortaya çıkarılması ile üretiminin desteklenmesi yerel istihdamın artırılması ve sanayi merkezlerinin geliştirilmesi, yerel bölgelerin ekonomik kalkınmasına katkı sağlayacaktır (Soraya vd., 2006).

Yerel aktörlerin yerel kaynakları kullanarak bölgenin ekonomik kapasitesini geliştirmek için yerel ekonomik kalkınma Agbevade (2018: 9)'e göre altı özeliğe sahiptir. Birincisi, YEK bazen rekabet eden ve ortak çıkarlara sahip birkaç paydaşı içeren devam eden bir süreçtir. İkincisi, YEK tüm aktörlerin katılımıyla katılımcı bir yapıya sahiptir. Ancak, aktörlerin katılımının kapsamı gücüne ve kaynaklarına bağlıdır. Üçüncüsü, yaklaşımı bölgeseldir. Bu nedenle, sektörlerle değil yerelliklere odaklanır. Dördüncüsü, bir yerelliğin mevcut kaynaklarını, bölgenin istihdam yaratma, gelir üretme, altyapı geliştirme ve yoksulluk azaltma gündemini yönlendirmek için kullanır. Beşincisi, yaygın olarak kabul gören yukarıdan aşağıya kalkınma modeli yerine aşağıdan yukarıya bir yapıya sahiptir. Son olarak altıncısı, ekonomik teşvik yoluyla bir yerellikteki insanların yaşam kalitesini iyileştirmeyi ve bunun sonucunda makul işler, gelir üretme ve yoksulluk azaltma yaratmayı hedefler.

Yerel ekonomik kalkınma faaliyetleri, söz konusu bölgede sürdürülebilirliğin sağlanabilmesinde yerel halk için iyi planlanmış ve uygulanan detaylı bir planlama ile birlikte; yerelleşme, mevzuat düzenleme ve maddi kaynak geliştirme faaliyetlerinin birlikte ele alınmasıdır. Ekonomik fırsat eşitsizliği, farklı lokasyonlardaki kişilerin hem iş bulma, hem de eşit iş ve eşit ücret elde etme fırsatına sahip olamamaları durumudur. Yerel kalkınma sayesinde bölgelerde gelişen yeni istihdam alanları ile yerel halka ekonomik fırsat eşitliği sunulmaktadır. Ekonomik eşitliğin yanında yerel kalkınma sayesinde sosyal açıdan bölgedeki halkın kendi geleceğini şekillendirme imkânı sunmaktadır. (Zengin vd., 2014).

Yerel ekonomik kalkınmanın amaçları aşağıdaki gibi özetlenebilmektedir (Yalçın, 2022):

- Bölgenin ekonomik açıdan güçlendirilmesi,
- Bölgede yeni istihdam alanlarının oluşturulması ve oluşturulan istihdam alanlarına sağlanacak iş gücünün yerel halktan seçilmesi,
- Bölgede yoksulluk ve işsizliğin hafifletilmesi ve yerel halkın gelir eşitsizliğinin azaltılması,
- Kalkınma sürecinde bölgesel devlet otoriteleri dışında diğer paydaşların yerel demokrasiyi de geliştirecek şekilde kapasitenin artırılması.

BAĞCILIK VE ŞARAP ÜRETİMİNİN YEREL EKONOMİK KALKINMAYA ETKİLERİ

Bağcılık ve şarap üretimi, doğal olarak şarapların üretildiği kırsal alanlarda gerçekleşmektedir. Şarap üretiminde kullanılan kaynaklar bölgenin karakteristik yapısını bünyesinde bulundurmaktadır ve şarap bölgenin iklim, toprak, peyzaj, tarih, kültür, gastronomi gibi temel özelliklerini yansıtan yerel bir tarım ürünü kimliğini kazanmaktadır (Yıldız, 2009).

Tarımın yerel ekonomide önemli yer tuttuğu ve kırsal bölgeler için sürdürülebilir yerel kalkınmanın önemli kaynaklarından biri olduğu bilinmektedir. Bağcılık uygulamaları, bölgede ekonomi, kültür ve doğa

uyumunun sağlanmasına ve sürdürülebilir yerel ekonomik kalkınmaya katkıda önemli olduğu çeşitli çalışmalarda desteklenmektedir (Flores, 2018; Tutar, vd., 2020; Cataldo, Fucile ve Mattii, 2021).

Bağcılık ile gelişen tarım uygulamaları, şarap üretimi ve akabinde gelişen turizm faaliyetleri sonucunda bölge öncelikle ekonomik anlamda desteklenmektedir. Şarap turizminin gelişmesi ile yalnızca şarap üretimden elde edilen geliri değil, aynı zamanda çevredeki diğer unsurlardan da gelir elde edilmesini sağlamaktadır. Örneğin konaklama, şarap evlerindeki satışlar, şarap-yemek eşleştirmeleri gibi gastronomik değerlerin ve hatta iç içe olduğu gastronomi turizminin de gelişmesi gibi unsurlar yine bölgedeki ekonomik kalkınmayı destekleyici unsurlardır (Kasaroğlu vd., 2021).

Bağcılık ve şarap üretimi faaliyetleri sayesinde gerçekleştirilen yerel ticari etkinlikler de sürdürülebilirliğe katkı sağlayarak yerel ekonomik kalkınmayı destekleyebilir. Yerel kaynaklarla yürütülen bağcılık faaliyetleri, şarap üretimi ve ticareti yerel ekonomi için uzun vadeli fayda sağlayarak yerel ekonomik kalkınmaya doğrudan etki eder (Yıldız, 2009). Bu faydalar; turistik çekim unsuru yaratma, istihdam sağlama, ticari ilişki ve iş birlikleri oluşturma, markalaşma sağlama, yerel halkın yaşam kalitesini yükseltecek altyapı unsurlarını geliştirme ve endüstriyel yapı kurma şeklinde sıralanabilmektedir (Değer ve Öztürk, 2003).

Sürdürülen ticari faaliyetler sonucunda yerel ekonomideki gelir dağılımı adaletsizliğinin giderilerek sosyal yapının dengeli ve mevcut dengenin sürdürülebilir olması amaçlanmalıdır. Bu amaç doğrultusunda yerel ekonomik kalkınma için bölgedeki ticari ya da sosyal kurum ve işletmeler ile iş birlikleri ve ticari ilişki içinde olmaları oldukça önemlidir (Kılınç, 2016).

Yerel ekonomik kalkınma faktörleri bağcılık ve şarap üretimi kapsamında şu şekilde sıralanabilmektedir (Değer ve Öztürk, 2003):

- Turistik çekim unsuru yaratma,
- İstihdam sağlama,
- Ticari ilişkiler ve işbirlikleri oluşturma,
- Markalaşma sağlama,
- Altyapı unsurları,
- Fiziksel faktörler,
- Endüstriyel yapı,
- Bilgi ve teknoloji.

Şarap Turizmi

Turizm, yerel ekonomik kalkınmanın en önemli araçlarından biri olarak görülmektedir (Page ve Getz, 1997). Özellikle, tarımsal turizm faaliyetleri sayesinde sağlanan turizm geliri yerel ekonomiye önemli katkıda bulunmaktadır. Ayrıca turizm sayesinde yeni iş imkanları oluşarak yerel istihdam fırsatı da sağlanmaktadır (Keskin, 2016). Yine yerel gastronomik varlığı çekim unsuru yaratabilecek düzeyde olan bölgelerde gelişen gastronomi turizminin girdileri; tarım, kültür ve turizm olarak belirtilebilir. Tarımsal turizm ve gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilebilecek olan şarap turizmine yönelik talep gün geçtikçe artmaktadır ve bu sayede bölgeler için yerel ekonomik fayda yaratılabilir (Acuner ve Keskin, 2022). Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı raporuna göre kırsal ve yerel bölgelerde istihdamın artırılması ve yeni iş alanlarının açılması aynı zamanda teşvik edilmesi amaçlanmaktadır (SBB, 2006). Bölgesel turizm faaliyetleri, yerel halka tarım dışı iş olanakları sağlayabilmektedir. Bölgelerin turizm faaliyetleri:

- Kaynakları etkin kullanmak ve turizm potansiyelini atıl bırakmama imkânı,
- Bölge halkının yerinde kalarak turizm gelirinden pay almasını sağlama imkânı,

- Doğal ve kültürel unsurlar ile turizm potansiyelinin beraber değer kazanmasını sağlama olanağı,
- Bölgede geliştirilecek turizm faaliyetlerinde yerel halkın görüşlerini alarak planlamalar yapılması, bölgesel turizmin gelişmesiyle birlikte bölgeye fayda sağlamaktadır. (Kiper ve Yılmaz, 2008)

İstihdam

Yerel ekonomik kalkınma, bölgede yeni iş imkânları oluşturarak istihdam sağlama, yerel halkı üretim sürecine dâhil etme, yerel anlamda kişi başına düşen geliri arttırma faydalarını hedefler (Tutar ve Demiral, 2007). Bölgelerde gerçekleşen ekonomik kalkınma faaliyetleri öncelikle yeni istihdam alanları oluşturmali ve ek olarak mevcut istihdam olanaklarının da genişletilmesi ve geliştirilmesi sağlanmalıdır (Azazi ve Uzma, 2022). Örneğin bağcılıkta hasat ve bağ bozumu dönemlerinde yerel halk için yeni istihdam alanları oluşmaktadır. Bu istihdamın sürdürülebilir olması için yerel çalışanların tercih edilmesi hem üreticiye hem de işçiye fayda sağlamaktadır.

Yerel ekonomik kalkınmanın sürdürülebilir olması için yapılan faaliyetlerin doğal çevreye duyarlı olması önkoşul kabul edilmelidir. Bu doğrultuda tarıma dayalı yerel üretimde ekonomik kalkınma gözetilirken doğal ve toplumsal çevre ile ilgili unsurlar da gözetilmelidir. Üretimin ve faaliyetlerin turizm ile bağlantılı olmasından dolayı; bağcılık ve şarap üretimi faaliyetleri, turizm çalışanlarına da yeni istihdam alanları oluşturmada pay sahibi olabilir (Yıldız, 2009). Turizmin ekonomideki payına bağlı olarak yerel ekonomiye en belirgin katkılarından biri, istihdam fırsatları geliştirmek ya da mevcut istihdam koşullarını geliştirmek olarak görülmektedir. Dolayısıyla, özel ilgi turizmi kapsamında gelişen şarap turizmi istihdama doğrudan, diğer üretim alanları için de dolaylı olarak fayda sağlamaktadır. (Yıldız, 2011).

Ticari İlişkiler ve İş Birlikleri

Yerel kalkınmanın sürdürülebilirliği, tüm bölgesel paydaşlar arasında karşılıklı etkileşim ve dayanışmayı gerektirmektedir (Yalçın, 2022). Aynı zamanda yerel ekonomik kalkınma, yerel ekonomik girişimleri arttırmakta, yeni yatırımların önünü açarak ekonomik anlamda ticari ilişkilerin canlandırılmasına da katkıda bulunmaktadır (Yılmaz ve Çelik Efşan, 2019).

Yerel ekonomik kalkınma hedefi doğrultusunda gerçekleşen faaliyetlerin sağladığı faydalar arasında yerel ekonomide gelir eşitsizliğinin giderilerek sosyal yapının dengeli ve sürdürülebilir olması sayılabilir. Bu doğrultuda, bölgedeki ticari ya da sosyal kurum / kuruluşların iş birlikleri ve ticari ilişki içinde olmaları oldukça önemli ve kalkınmayı destekleyen bir husustur (Kılınç, 2016). Ticari ilişkilerin ve iş birliklerinin bir kooperatif altında toplanması ekonomik ve sosyal anlamda katkı sağlayabilmektedir. Özellikle bağcılık ve şarap üretimi gibi tarıma dayalı alanlarda kooperatifler oldukça katkı sağlamaktadır (Yıldız, 2009). Yerel üreticilerin örgütlenmesi yani kooperatifleşmesi tarım alanında çalışan her işçi için oldukça önemli ve koruyucu etkiye sahiptir. Bu doğrultuda aynı zamanda üretimde verim artışı ve pazar payı artışı da sağlanabilecektir (Örki, 2016).

Markalaşma ve Coğrafi İşaretler

Yerel kalkınma ile bağcılık ve şarap üretimi ilişkisi kapsamında yapılan araştırmalara bakıldığında bölge için öncelikle turizm talebi yaratmaya yönelik bir faaliyet söz konusudur. Bölgede üretilen şaraplar, bölgenin kimliğini yansıttıkları sürece, ziyaretçiler için önemli bir çekim unsuru ve hatırlanabilir deneyim aracı olmaktadır (Yıldız, 2009). Böylece şarap, yerel kalkınmaya destek olmakla birlikte bölge için imaj ve markalaşma faydası da sağlamaktadır (Yağmur ve Kardeş, 2023).

Türkiye, şarap ve bağ konusunda gelişmek için oldukça elverişli konumdadır. Bunun sebebi uygun doğa koşulları, biyoçeşitlilik, toprak yapısı ve kültür yapısıdır. Bu unsurlar göz önüne alındığında bağcılığın gelişmesi için oldukça uygun bir zemin halihazırda bulunmaktadır. Ayrıca üzüm çeşitlerinin coğrafi işaret taşıması hem yerel ekonomik kalkınmaya hem de markalaşmaya fayda sağlayacaktır. Bunlara ek olarak şarap ve bağcılık ile ilgili yapılan bağ bozum festival ve şenlikleri de yerel halk için hem ekonomik hem de sosyal destek sağlamaktadır (Soydaş ve Gürler, 2019).

YÖNTEM

Araştırmmanın amacı, İzmir Urla Bağ Yolu'nda yer alan bağcılık ve şarap üretimi faaliyetleri yürüten işletmelerin yerel ekonomik kalkınmaya etkilerini ortaya çıkarmaktır. Bu kapsamda Urla Bağ Yolu işletmelerinin yerel ekonomik ilişkilerinin incelenmesi ile ekonomik kalkınmaya etkilerinin ortaya çıkarılması ve sürdürülebilir uygulamaların geliştirebilmesi için çözüm önerileri sunulması hedeflenmektedir. Çalışma sürdürülebilir kalkınma temelinde yapılandırılarak, çalışmanın doğasına uygun nitel araştırma yöntemi ile tasarlanmıştır.

Araştırmanın evreni İzmir Urla Bağ Yolu işletmelerinden oluşmaktadır. Urla ilçesinde yer alan işletmelerin yerel, küçük ölçekli üreticiler olması, Urla'nın gelişmekte ve tanınan bir gastronomi destinasyonu olması ve büyümeye açık bir yapıda olması nedenleriyle Urla Bağ Yolu araştırma alanı olarak seçilmiştir. İşletmeler genel olarak 20-80 kişi arasında konuk ağırlama potansiyeline sahiptirler ve bütün işletmeler Urla bölgesinde ve Bağ Yolunda bulunmaktadır. Ayrıca işletmelerin üretim ve konuk ağırlama kapasiteleri düşünüldüğünde küçük ölçekli şarap üreticileri olarak değerlendirmek mümkündür. İşletmelerin tamamı hem üretim yapmakta hem de konuklarına restoran hizmeti sağlamaktadırlar. Şarap üretimleri kendi bağlarından hasat edilen üzümlerden yapılmaktadır. İşletmeler arası ekipman kullanımı, kiralama yapma ve bilgi alışverişi gibi konularda sıkı iş birliklerinin olduğu görülmüştür.

Araştırmada evrenin tamamına ulaşılması hedeflenmiş, toplamda 9 işletmeden 8'i ile görüşülmüş, bir işletme yoğunluğundan dolayı vakit ayıramamıştır. Literatüre bağlı olarak geliştirilen sorular sürdürülebilir yerel kalkınma temelinde şekillendirilmiş ve ekonomik etkilerin ortaya konmasında temalar oluşturulmuştur. Veriler, işletmelerle yarı yapılandırılmış soru formu ile 60 ile 90 dakikalık süre aralığında derinlemesine görüşme tekniği ile elde edilmiştir. Görüşmeler, ses kayıtları alınarak yazıya dökülmüş ve elde edilen veriler, betimsel analiz yöntemiyle işlenmiştir. Verilerin analizinde katılımcıların ifadeleri sistematik olarak kategorilere ayrılmış ve ortaya çıkan temalar altında birleştirilerek bulgular elde edilmiştir.

Elde edilen bulgular, yerel ekonomik kalkınmaya yönelik şarap endüstrisindeki işletmelerin rolünü anlamada önemli sonuçlar sunmaktadır. Bulgular işletmelerin ekonomik etki mekanizmalarını, toplumsal dinamiklerini ve sürdürülebilir kalkınma üzerindeki etkilerini derinlemesine inceleme fırsatı sunmuştur. Sonuç olarak, araştırma, Urla Bağ Yolundaki işletmelerin yerel ekonomik kalkınmaya katkılarını daha iyi anlamak ve bu konuda yeni sürdürülebilir perspektifler geliştirmek amacıyla kapsamlı bir değerlendirme sunmayı hedeflemektedir.

İşletmelerde görüşme yapılan katılımcı bilgileri Tablo 1 de verilmiştir.

Tablo1. Katılımcı demografik özellikleri

	CİNSİYET	YAŞ	ÖĞRENİM DURUMU	GÖREVİ
K1	Kadın	32	Lise mezunu	İşletme müdürü
K2	Kadın	44	Lise mezunu	İşletme müdürü
K3	Kadın	52	Üniversite mezunu	İşletme sahibi
K4	Kadın	30	Lise mezunu	İşletme müdürü
K5	Erkek	63	Lise mezunu	İşletme sahibi
K6	Erkek	44	Üniversite mezunu	İşletme müdürü
K7	Erkek	50	Lise mezunu	İşletme sahibi
K8	Erkek	38	Üniversite mezunu	İşletme müdürü

BULGULAR

Elde edilen verilerin analizi sonucunda, öncelikle turizm açısından, işletmelerin genelinin Urla bölgesine etkisinin olumlu olduğu belirlenmiştir. Şarap turizmi amacıyla gelen domestik / uluslararası ziyaretçilerin, aynı zamanda Urla bölgesi içinde de turizm faaliyetleri gerçekleştirdiği anlaşılmıştır. Gerçekleştirilen turizm faaliyetleri sonucunda Urla için turizm geliri yanında, tanıtım ve bilinirlik anlamında da fayda sağlanmaktadır. Ayrıca görüşme gerçekleştirilen bir işletmeden elde edilen bilgi doğrultusunda

ziyaretçiler için Urla Bağ Yolu işletmeleri arasında önermeler ve başka işletmelere yönlendirmeler de söz konusu olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Görüşme gerçekleştirilen başka bir işletmenin işletme müdürünün aktarımına göre Urla Bağ Yolu, Urla için kesinlikle bir katma değer yaratmakta ve bunun daha da geliştirilmesi için çaba gösterilmektedir. Ayrıca bölgedeki ünlü restoranlar sayesinde domestik ve uluslararası ziyaretçiler gastronomi turizmi amacıyla Urla'yı tercih etmelerinin ardından şarap turizmi olanağı sayesinde yine Urla bölgesinde faaliyetlerini devam ettirmektedirler.

Görüşme gerçekleştirilen şarap üreticilerinden alınan veriler doğrultusunda, oluşan bağ yolu, bölgenin turizm potansiyelini arttırarak yerel ekonomiyi canlandırmaktadır. Şarap turizmi kapsamında düzenlenen bağbozumu etkinlikleri, şaraphane turları ve tadım aktiviteleri, bölgeye ziyaretçilerin ilgisini çekmekte, böylelikle turizm gelirlerini arttırmaktadır. Bu durum, sadece şarap üreticilerine değil, bölgedeki restoran, otel ve diğer hizmet işletmelerine de olumlu katkı sağlamaktadır. Bu bulgulara göre, şarap turizmi Urla için önemli bir destekleyici turistik ürün çeşidi olarak görülmelidir.

Yerel halk ile ticari ilişkilerde, işletmeler genel olarak yerel halktan tarım uygulamalarında ve bağcılıkta yardım almaktadırlar. İşletme sorumlularının aktarımlarına göre bağcılık iş gücünün yerel halktan karşılanması faydaları ise şu şekilde sıralanabilmektedir;

- Yerel tarım işçileri toprağı ve üzümlerini tanıdıkları için bağ bozumları doğru şekilde yapılmaktadır.
- Yerel işçilere sezonluk iş imkânı oluşturulmaktadır.
- Çalışan tarım işçileri genellikle her yıl bağbozumu dönemlerinde aynı kişilerden tercih edilerek hasatta standartlaşma sağlanmaktadır.

Yerel halk ile gerçekleştirilen diğer ticari ilişkiler ise şu şekilde sıralanmaktadır;

- Şarap üretiminden kalan üzüm posaları bölgedeki büyük ve küçük baş hayvan yetiştiricilerine yem olarak satılmaktadır.
- İşletmelerin mutfaklarında kullandıkları sebze ve meyve gibi ürünler Urla bölgesi manavlarından tedarik edilmektedir.
- Et ve tavuk ürünleri Urla kasaplarından tedarik edilmektedir.
- Balık ürünleri Urla ve civar bölgelerden taze olarak temin edilmektedir. Ayrıca menülerinde balık olan işletmeler balık tedarığını yerel balıkçılardan sağlamaktadır.

Kooperatif konusunda Urla Bağ Yolu işletmelerinin bağlı oldukları herhangi bir bağcılık ya da şarap üreticileri birliğinin söz konusu olmadığı; ancak işletmelerin kendi aralarında kurduğu bir dernek sayesinde yeni karar ve uygulamaların devamlılığının gerçekleştiği belirlenmiştir. Bu dernek sayesinde rotaya girecek olan yeni işletmeler ile iletişime geçilerek üretim süreçleri ile ilgili yardımlaşmanın söz konusu olduğu görülmektedir.

Markalaşma; yapılan görüşmelerde işletmeler Urla Bağ Yolu'nun bir marka değeri ve imaj yarattığını ifade etmiştir. Görüşme yapılan bir işletme müdürünün aktarımına göre:

“Urla bölgesindeki restoranlarda genellikle Urla Bağ Yolu işletmelerinden çıkan şaraplar tercih ediliyor, yerelin yerelde kalarak markalaşması hedefleniyor”.

Şarap üreticileri, yerel halkla kurdukları ticari ilişkiler sayesinde bölgenin diğer üretim alanlarını da olumlu yönde etkilemektedir. Hammaddelerin yerel tedarikçilerden temin edilmesi, hem üreticiler hem de tedarikçiler için kazançlı bir iş modeli yaratmaktadır. Bu ekonomik etkileşim, tarım, gıda ve hizmet üretimini bir araya getirerek, bölgenin genel refahını arttırmaktadır.

İşletmeler arası iş birliği konusunda, görüşme yapılan işletmeler tarafından genellikle aynı cevaplar alınmıştır. İşletmeler birbirleri ile etkileşimde olup; kooperatif birleşiminde bulunmamışlardır. İşletmeler, Urla Bağ Yolu Derneği bünyesi altında bir araya gelerek bağ yolu için gerekli iletişimi birbiri ile

sağlamaktadırlar. Gerçekleştirilen dernek toplantılarında Urla Bağ Yolu güncel durumu, adil rekabet için adil fiyatlandırma, ekonomik faaliyet analizleri ve bağ yolunun ortak geleceği için duyulan ihtiyaçlar gibi konuların konuşulmakta olduğu belirlenmiştir. Bu sayede topraktan şişelemeye kadar olan sürecin doğaya uygun olarak gerçekleştirilmesi sağlanmaktadır. Derneğe her yıl başka işletme sahibi başkanlık yapmaktadır.

Üreticiler arasında kurulan iş birliği ve kooperatifleşme girişimleri, ekonomik kalkınmanın yanı sıra bilgi paylaşımını ve ortak hareket etmeyi teşvik etmektedir. Oluşturulan dernek sayesinde, aynı zamanda üretim süreçlerinin verimliliğini artırmakta ve küçük üreticilerin pazarda daha güçlü bir konuma gelmelerini sağlamaktadır. Bu, bölgesel dayanışmanın güçlenmesi ve şarap üreticilerinin pazarlama kabiliyetlerinin gelişmesi açısından kritik bir rol oynamaktadır.

İstihdam konusunda, işletmeler çalışanlarını Urla bölgesi ve çevre köylerden tercih etmektedirler. Bu sayede Bağ Yolu çevre köy insanları için oldukça önemli bir iş imkânı oluşturmaktadır. Ayrıca rotaya yeni girecek olan işletmeler de hâlihazırda işletmeler tarafından desteklenerek iş imkânlarının artması da hedeflenmektedir. Rotadaki bağ evlerinin restoranları yaz dönemlerinde bölgedeki öğrenciler için de iş imkânı oluşturmaktadır. Aynı zamanda bağbozumu ve hasat dönemlerinde, Urla'nın köylerinden ve toprağı tanıyan, ürünleri bilen kişilerden takviye personel tercih edilmektedir. Görüşme gerçekleştirilen işletmelerin birinden alınan veriye göre, her sene hasat zamanında aynı kişiler ile çalıştıklarını ve dönemlik de olsa o işçilere düzenli olarak istihdam sağladıkları bilgisine ulaşılmıştır. Özellikle kırsal kesimlerde yeni istihdam alanlarının yaratılması, göçün önlenmesine yardımcı olmakta ve kırsal nüfusun korunmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca, mevsimlik işçilerin istihdam edilmesi, bölgenin tarımsal döngülerine de katkıda bulunmaktadır.

Urla Bağ Yolu'nun geleceği ile ilgili yönlendirilen soruda, bir işletme müdürü şu şekilde aktarımda bulunmuştur:

“Urla bölgesi şarap ve bağ anlamında kendini çok daha fazla geliştirme potansiyeline sahip bir bölgedir. Bu bölgede yalnızca şarap ve bağcılık ile ilgili bir akademi açma amaçlanmaktadır. Bu akademi sayesinde ilgi alanı bağ ve şarap olan bireyler, profesyonel eğitim alabilirken aynı zamanda iş imkânlarına da yine Urla bölgesi kaynaklı sahip olacaklardır. Ek olarak bu akademi sayesinde üretimde, tarımda ve hatta işletme restoran faaliyetlerinde kalite artışı ve profesyonel ortam yaratılabilmektedir.”

Diğer işletmelerin belirttiği hususlar ise şu şekildedir:

- Bölge için oluşturulan alanın doğal yapısının bozulmaması ve tahrip edilmemesi.
- Bağ Yolu işletme sayısının daha fazla artmasından ve bölgenin taşıma kapasitesinin zorlanmasından dolayı gelecek için duyulan endişeler.
- Mevcut reklam ve tanıtım faaliyetlerinin geliştirilememesi ve Bağ Yolunun tanıtımının yetersiz olduğu için duyulan endişeler.
- İşletmelerin sayısının artmasıyla beraber rekabet ortamındaki değişiklikler ve bu doğrultuda temel amaç olan Urla'ya katma değer kazandırma amacından şaşılması ile ilgili duyulan endişeler.

SONUÇ Ve ÖNERİLER

Yerel ekonomik kalkınmanın birçok faktörü bulunmaktadır. Bu faktörler turizm, istihdam, yereldeki iş birlikleri, kooperatifleşme, markalaşma, imaj çalışmaları ve coğrafi işaretlemeler olarak sıralanabilmektedir. Bu bağlamda ekonomik kalkınmaya etki eden faktörler birbirleri ile dengede ve sürdürülebilir şekilde faaliyet göstermelidir. Yerel kalkınma amacıyla gerçekleştirilen girişimlerin sürdürülebilir olması için en önemli etken çevre ile iletişim ve iş birliği içerisinde olmaktır.

Bu çalışmada Urla Bağ Yolu işletmelerinin Urla bölgesine yerel ekonomik katkıları ve bu ekonomik katkıların hangi alanlarda olduğu belirlenmektedir. Bağcılık ve şarap üretiminin Urla bölgesi için oldukça

önemli bir katma değer oluşturduğu saptanmıştır. Oluşturulan ekonomik fayda; turizm, ticaret, istihdam, markalaşma, iş birliği alanlarında gerçekleşmektedir. Bu doğrultuda bölgedeki bağcılık faaliyetlerinin devamının sağlanabilmesi ve sürdürülebilir şekilde gelecek yıllara aktarılmasının oldukça önemli ve Urla bölgesi için hassas bir konu olduğu belirlenmiştir. Araştırma bulguları, bu rotada faaliyet gösteren işletmelerin ekonomik büyümeye, istihdam artışına ve yerel girişimciliğin güçlenmesine katkı sağladığını ortaya koymaktadır. Özellikle, zanaatkâr işletmeler ve yerel üreticilerin sağladığı katma değer, bölgenin ekonomik çeşitliliğini artırarak sürdürülebilir kalkınma hedeflerine önemli bir destek sağlamaktadır.

Urla'da gerçekleştirilen bağcılık ve şarap üretimi faaliyetleri, yerel halk için ekonomik katkı ve fayda sağlarken aynı zamanda Bağ Yolu ziyaretçiler için çekim unsuru da oluşturmaktadır. Gastronomi turizmi odaklı ziyaretçiler için yerel yemeklerin ve yerel şarapların bir arada bulunması, Urla için oldukça çekici bir unsur olarak görülmektedir. Bu doğrultuda bölgede gerçekleşen gastronomik faaliyetler ve şarap üretim faaliyetlerinin birbiri ile entegre şekilde domestik ve uluslararası ziyaretçilere sunulması hem ekonomik anlamda hem de tanınırlık ve pazarda yer edinme anlamında oldukça etkilidir. Turizm faydasının yanında Bağ Yolu'nun sağladığı istihdam olanakları sayesinde bölgedeki halk, gelirini yine bölgeden sağlayabilmektedir. Bu da yerelin yerelde kalarak tanınmasına olanak oluşturmaktadır.

Urla Bağ Yolunda sağlanan iş birlikleri hem şarap üreticileri arasında hem de bölgenin genelinde görülmektedir. Bu doğrultuda rota sayesinde Urla'da ekonomik olarak kendi kendine yeterlilik söz konusudur. Şarap evlerinin mutfaklarında konuklar için hazırlanan menü kalemlerinin hammaddeleri yine Urla bölgesi esnaflarından sağlanarak yerel ekonomide canlılık oluşturmaktadır. Gerçekleştirilen mülakatlar sonucunda her ürünün Urla'nın içinden temin edilemediği ve farklı bölgelerden dev tedarik edildiği anlaşılmıştır. Bu anlamda gerekli yatırımların gelecekte yapılmasıyla beraber bağ yolu ve Urla için gereken ürün çeşitliliği sağlanabilecektir.

Bu çalışmanın yerel ekonomik katkılar konusunda dikkate alınabilecek ve diğer çalışmalar için düşünülebilecek önerileri ise turizm altyapısının geliştirilerek domestik ve uluslararası ziyaretçiler için daha çok ilgi çekici hale getirilmesi, işletmelere işbirlikleri ve ekonomik olarak verilecek teşvikler sayesinde istihdam olanaklarının korunarak geliştirilmesinin sağlanması, tanıtım ve markalaşma stratejilerinin geliştirilerek ekonomik anlamda gastronomi turizm unsuru olan şarap turizminin geliştirilmesidir.

Sonuç olarak, Urla Bağ Yolu'ndaki şarap üreticilerinin yerel kalkınmaya etkileri çok yönlüdür ve bölgenin ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmasına doğrudan katkı sağlamaktadır. Bölgedeki üreticilerin bir araya gelerek oluşturduğu iş birlikleri, yerel üretimi teşvik ederken, aynı zamanda bölgenin turizm, istihdam ve markalaşma süreçlerini de güçlendirmektedir. Gelecekte bu kalkınma modellerinin sürdürülebilir bir biçimde devam ettirilebilmesi için, yerel yönetimlerin ve sivil toplum kuruluşlarının da destekleyici politikalar geliştirmesi büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, bölgenin ulusal ve uluslararası alanda daha geniş bir tanıtım stratejisi ile desteklenmesi, Urla Bağ Yolu'nun dünya çapında bir şarap üretim merkezi haline gelmesine katkıda bulunabilir. Ek olarak, Urla Bağ Yolu'nda iş birlikçi bir yaklaşım benimsemek, yerel halkın katılımını artırarak, bölgedeki ekonomik kalkınma süreçlerinin daha kapsayıcı ve sürdürülebilir olmasını sağlayacaktır. Gelecek araştırmaların, bu tür işletmelerin sosyal etkilerini ve uzun vadeli ekonomik sürdürülebilirliğini kapsamlı bir şekilde ele alması, bölge kalkınma stratejilerine önemli katkılar sunacaktır.

KAYNAKÇA

- Acuner E. & Keskin C. (2022). Gastronomi Turizmi Kapsamında Lezzetin İzinde Kokulu Üzüm. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 255-271.
- Agbevade, A. (2018). Value chain and local economic development in the Shai-Osudoku District Assembly of Ghana: The experience of the Asutuare rice farming project. *Journal of Public Administration and Policy Research*, 10(2), 7-19.
- Akdoğan, İ. & Gülçubuk, B. (2022). Kırsal Kalkınma Yatırımlarının Desteklenmesi Programının Konya İli Özelinde Yerel Kalkınmaya Etkileri. *Tarım Ekonomisi Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 57-66.

- Alüftekin, N. (2007). *Yerel düzeyde ekonomik kalkınmada tarımsal ürün işleyen KOBİ'lerin rolü: Karaman ili araştırması*. [Doktora tezi, Ankara Üniversitesi]. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. <https://avesis.ankara.edu.tr/yonetilen-tez/f2a2ccfa-cc09-429c-bca7-3bc3888bf57a/yerel-duzeyde-ekonomik-kalkinmada-tarimsal-urun-isleyen-kobilerin-rolu-karaman-ili-arastirmasi>
- Azazi, H. & Uzma, O. (2022). Türkiye’de Yeşil Ekonomi, Yeşil İşler ve Yeşil İstihdam. *Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(2), 93-100.
- Cataldo, E., Fucile, M. & Mattii, G. (2021). A review: Soil management, sustainable strategies and approaches to improve the quality of modern viticulture. *Agronomy*, 11, 2359. doi:<https://doi.org/10.3390/agronomy11112359>
- Darıcı, B. (2007). Yerel Kalkınma’da Küresel Yaklaşımlar ve Türkiye’nin Konumu. *Selçuk Üniversitesi İİBF Dergisi*, Yerel Ekonomiler Özel Sayısı, 215- 221.
- Değer, M. K. & Öztürk, L., (2003). Parasal birliğin üye ülkeler açısından fayda ve maliyetleri. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 2(4), 103-121.
- Droulia, F. & Charalampopoulos, I. (2021). Future Climate change impacts on european viticulture: A review on recent scientific advances. *Atmosphere*, 12, 495. doi:<https://doi.org/10.3390/atmos12040495>
- Durlu-Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. & Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Flores, S.S. (2018). What is sustainability in the wine world? A cross-country analysis of wine sustainability frameworks. *Journal of Cleaner Production*, 172, 2301-2312, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.11.181>
- Gedik, Y. (2020). Sosyal, Ekonomik ve Çevresel Boyutlarıyla Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Kalkınma. *International Journal of Economics, Politics, Humanities & Social Sciences*, 3(3), 197- 215
- Işıldar, P. (2021). Destinasyonlarda Sürdürülebilir Gıda Yönetimi. *Sezer Karasakal ve Oğuz Doğan (Eds.) Destinasyon Yönetiminde Yeni Yaklaşımlar içinde (ss.235-260)*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kasaroğlu, K., Akdeniz, A., Toktaş, Y., Eris, T. & Kömürcü Sarıbaş, S. (2021). Ulusal Alanyazında Şarap Turizminin Değerlendirilmesi ve Türkiye Şarap Turizminde Yeni Bir Ürün Olarak Bağ Rotaları: Urla Bağ Yolu Örnek Olay İncelemesi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(21), 172-194
- Kaya, M. & Alptürker, H. (2023). Yerel Kalkınma ve Turizmde Yerelleşme Sürecinde Turizm Taşıma Kapasitesinin Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 177-190.
- Keskin, A. (2016). Yerel Kalkınmada Yerel Yönetimlerin Rolü: Turizm Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 30(1), 143-154.
- Kılınç, E. (2016). Küreselleşme Sürecinde Yerel Ekonomik Kalkınma: Gaziantep Örneği. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2(1), 1-18.
- Kiper, T. & Yılmaz, E. (2008). Şarköy- Kumbağ Arasında Kırsal Kalkınmayı Destekleyici Turizmin Olabilirliği ve Yerel Halkın Rolü. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 5(2), 159-168.
- Mensah JK, Bawole JN & Ahenkwa A. (2013). Local Economic Development Initiatives in Ghana: The Challenges and The Way Forward. *Journal of Public Administration and Governance*, 3(2), 142-160
- Nel, E., (2001). Local Economic Development: A Review and Assessment of its current status in South Africa. *Urban studies*, 38(7), 1003-1024.
- Örki, A. (2016). Ekonomik Kalkınmada Kooperatiflerin Öneminin Örneklerle Değerlendirilmesi. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 13-2
- Page, S. & Getz, D. (1997), The Business of Rural Tourism: International Perspectives. *International Thomson Business Press, London*.
- Santini, C., Cavicchi, A. & Casini, L. (2013). Sustainability In The Wine Industry: Key Questions and Research Trends. *Agricultural and Food Economics*, 1(9).
- SBB (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı). (2006), Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007 – 2013). https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/07/Dokuzuncu_Kalkinma_Plani-2007-2013.pdf

- Soraya, G., Fergus, J.M. & Gwen, S. (2006). Local Economic Development, A Primer, Developing and Implementing Local Economic Development Strategies And Action Plans, <http://www.worldbank.org/urban/led/>, Dünya Bankası.
- Soydaş, M. E. & Gürler, M. (2019). Şarap Turizmi'ne Yerel Halkın Bakış Açısı: Hatay Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 2274- 2293.
- Süer, S. & Keskin, N. (2023). Sürdürülebilir Bağ ve Şarap Turizmi Uygulamaları. *BAHÇE*, 52 (Özel Sayı 1), 258–268.
- Trigo, A. & Silva, P. (2022). Sustainable development directions for wine tourism in Douro wine region, Portugal. *Sustainability*, 14, 3949. doi:<https://www.mdpi.com/2071-1050/14/7/3949>
- Tutar, E., Kutluay Tutar, F. & Tok, A. (2020). Geleneksel Üretim Yöntemlerinden İyi Tarım Uygulamalarına Geçiş: Türkiye Örneği. *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journa*, 6(32), 832-844.
- Tutar, F. & Demiral, M. (2007). Yerel Ekonomilerin Yerel Aktörleri: Bölgesel Kalkınma Ajansları. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(1), 65-83.
- UN (United Nations). (1987). Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future, <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
- Yağmur, Y. & Kardeş, M. (2023). Coğrafi İşaret Kavramıyla İlgili Ulusal Yazında Gerçekleştirilen Çalışmaların İncelenmesi. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 6(3), 224-233.
- Yalçın, A. Z. (2022). Yerel Kalkınma Bağlamında Kooperatifler ve Belediye Etkileşimi. *Maliye Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 1-20.
- Yıldız, Ö.E. (2009). Türkiye'de şarap turizmi – Çeşme örneğinde ürün geliştirme modeli [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldız, Z. (2011). Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.
- Yılmaz, V. & Çelik Efşan, N. (2019). Yerel Kalkınma Aktörlerinin Yerel Kalkınma Yaklaşımı Perspektifinde İncelenmesi. *R&S - Research Studies Anatolia Journal*, 2(7), 342-335
- Zengin, E., Başkurt, M. & Es, M. (2014). Yerel Yönetimler ve Yerel Kalkınma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 96-124.

YİYECEK VE İÇECEKTEN BAHSEDEN ANTİK YAZARLAR

Sedat AKKURNAZ

Doç. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi,
E-posta: sakkurnaz@adu.edu.tr, Orcid Numarası: 0000-0001-5385-6222

Fatma Buse AKKURNAZ

Dr., Arkeolog, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
E-posta: fbusecelebi@gmail.com, Orcid Numarası: 0009-0008-4554-8463

GİRİŞ

Yemek ve içmek, insanın varlığını sürdürmesi için temel gereksinimlerin başında gelmektedir. Geçmiş dönemlere baktığımızda, toplumlar coğrafyanın sunduğu imkanlar ölçüsünde yiyecek ve içecek üretilip, tüketmiştir. Yazının icat edilmesiyle birlikte pek çok alanda olduğu gibi yeme-içme konusunda da metinler yazılmaya başlanmış, eski toplumların beslenme alışkanlıkları hakkındaki bilgiler kayıt altına alınmıştır.

Akdeniz havzasında yaşamış olan Antik Dönem insanları, tıpkı bizler gibi hayatın her alanında etkin işler yapmış, bu işlerin pek çoğunu yazı ile kayıt altına almıştır. Antik Dönem’de tarih, sanat, felsefe gibi sosyal konular, mimarlık ve mühendislik gibi teknik konular, coğrafya, biyoloji ve astronomi gibi doğayla ilişkili konular veya dini anlayışı yansıtan ya da tıbbi içerikli çok sayıda kitap yazılmıştır. Söz konusu eserlerin büyük bir çoğunluğu günümüze ulaşamamıştır. Kitapların çoğu yok olmasına karşın, Antik Dönem sonrası, sürekli kopyalanarak günümüze kadar gelen metinler ise azımsanamayacak sayıdadır. Elimizdeki en eski yazılı kaynak olan Homeros metinlerinden başlayıp, Antik Dönem’in sonlarına kadar eser vermiş antik yazarlardan, yeme-içme ile ilgili bilgi verenler bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır.

YİYECEK VE İÇECEKTEN BAHSEDEN ANTİK YAZARLAR

Günümüze ulaşmış olan binlerce antik kaynak incelendiğinde, pek çok antik yazarın kısa da olsa, dolaylı olarak yeme-içme ile ilgili bilgi verdiği görülür. Kimi antik yazar doğrudan yeme-içme ile ilgili kitap yazmış, kimi ise metinlerinde yeme-içme konusuna oldukça geniş yer ayırmıştır.

Yemekler ve içecekler hakkında kitap yazmış olup, eserleri günümüze ulaşmayan pek çok antik yazar vardır. Bunların belki de en önemlisi MÖ 5. yy.da yaşamış olan ve bilinen en eski yemek kitabı yazarlarından biri olan Mithaikos’tur (Dalby, 2003: 220; Wilkins - Hill, 2006: 29, 46). Yazarın günümüze ulaşmayan kitabı hakkında fazla bilgimiz yoktur, Mithaikos’dan ve yazdığı kitaptan Platon (*Gorgias* 518b) ve Athenaios (*III*, 112d; *VII*, 282a, 325f) kısaca bahsetmiştir.

Yiyeceklerden ve içeceklerinden yoğun şekilde bahsetmiş olan ve eserleri günümüze ulaşan antik yazarlardan en önemli olanları bu çalışma kapsamında ele alınmıştır. Antik Dönem yiyecekleri ve içecekleri konusunda doğrudan bilgi veren Arkhestratos (Olson – Sens, 2000) ve Apicius (*De Re Coquinaria*) gibi yazarların eserleri Antik Dönem tariflerini öğrenmemiz adına son derece kıymetlidir. Yeme-içme ile bağlantılı olarak tarım ve çiftlik yönetimi hakkında eserler yazmış olan Cato (*De Re Rustica*), Columella (*De Re Rustica; De Arboribus*) ve Varro (*Rerum Rusticarum*) gibi yazarların kitapları, yiyecekler ve içecekler konusunda günümüze ulaşan önemli belgelerdir. İçerisinde farklı konuların ele alındığı, geniş kapsamlı kitaplar yazmış olan Plinius (*Naturalis Historia*) ve Athenaios (*Deipnosophistai*) gibi yazarların eserlerinin pek çok yerinde yeme-içme kültürüne ilişkin ayrıntılı bilgiler yer alır.

Antik Dönem tiyatro oyunlarında ve şiirlerinde gündelik hayattan kesitler sunan konular işlenmiştir. Günümüze ulaşan tiyatro metinlerini incelediğimizde, dönemin yeme-içme kültürüne ait pek çok anlatı olduğu görülür. Hellen kültürünün önemli oyun yazarlarından Aristophanes’in oyunlarında (*Akharnais*; *Batrachoi*; *Eirene*; *Ekklesiazousai*; *Geras*; *Hippeis*; *Lysistrata*; *Nephelai*; *Ornithes*; *Ploutos*; *Sphekes*; *Thesmophoriazousai*) yeme-içme ile ilgili zengin anlatılar mevcuttur. Roma kültürünün önemli oyun yazarlarından Plautus, pek çok oyununda (*Amphitruo*; *Aulularia*; *Bacchides*; *Captivi*; *Casina*; *Curculio*; *Miles Gloriosus*; *Persa*; *Pseudolus*; *Rudens*; *Stichus*) yiyecekler ve içeceklerden bahsetmiştir. Romalı şair

Horatius'un şiirlerinde (*Ars Poetica; Carmina; Epistulae; Epodon; Satyrarum Libri*) ve bir başka Romalı şair Martialis'in epigramlarında (*Epigrammata*) mutfak ve sofraya kültürüne yönelik satırlar yer alır.

Sağlık ve beslenme birbirinden ayrılamayacak iki kavramdır. Galenos (*On Food and Diet*) ve Anthimos (*De Observatione Ciborum*) gibi Antik Dönem hekimleri de, eserlerinde yiyeceklerin ve içeceklerin sağlık ile ilişkisi üzerinde durmuş, diyet ve beslenme konularını detaylıca ele almış, yiyecekleri ve içecekleri anlatmıştır.

Arkhestratos

Antik Dönem yemekleri konusunda önemli bir kaynak olan Arkhestratos, MÖ 4. yy.ın ortalarında Sicilya'da doğmuştur ve yaşamı hakkında çok az şey bilinmektedir (Dalby, 1995: 400-412). Arkhestratos'un eserleri bir bütün halinde korunmamış, parçalar halinde günümüze ulaşmıştır (Olson - Sens, 2000). Kendisinden yaklaşık 500 yıl sonra, yani MS 2. yy.ın sonlarında yaşamış olan Athenaios, *Deipnosophistai* adlı kitabında Arkhestratos'un şiirlerinden alıntılar yapmıştır (Wilkins - Hill, 1994; Olson - Sens, 2000). Athenaios'un kitabında geçen 62 veya 63 fragmanda Arkhestratos'tan bire bir alıntı vardır. Athenaios'un yapmış olduğu alıntılar sayesinde Arkhestratos'un metinlerini öğreniyoruz. Athenaios, Arkhestratos'tan alıntı yaparken kimi yerde *Gastronomia* isimli eserden (II, 56c; II, 92d-e; III, 111e-112b; VII, 320a-b), kimi yerde *Hedypatheia* (Lüks Yaşamlar) isimli eserden (VII, 278a-d, 313e-314a) alıntı yaptığını belirtmektedir. Dolayısıyla Arkhestratos'un günümüze ulaşmayan eserinin isminin *Gastronomia* (Scina, 1842) veya *Hedypatheia* (Wilkins - Hill, 1994; Güveloğlu, 2023: 642-656) olabileceği yönünde düşünceler vardır (Olson - Sens, 2000: 3-4, 8).

Athenaios'un kitabındaki pasajlar incelendiğinde, Arkhestratos'un şair olduğu, mizahi şiirler yazdığı, şiirlerinde yemekler ve içecekler hakkında ayrıntılı bilgiler verdiği anlaşılmaktadır (Wilkins - Hill, 2006: 21). Bir gurme yazar olan Arkhestratos, şiirlerinde, Sicilya'dan başlayıp, Yunanistan, Ege Adaları, Batı Anadolu Kıyıları, İstanbul ve çevresi, Karadeniz ve Doğu Akdeniz kıyılarını kadar uzanan geniş bir coğrafyadaki 60 farklı yerleşim yerinden (Wilkins - Hill, 1994: 8-9) bahsetmekte, nerelerde hangi yemeklerin yenebileceği ve nerede hangi şarapların içilebileceğine dair bilgiler aktarmakta, yemeklerin tariflerini vermektedir.

Arkhestratos'un fragmanlarında balık yemeklerine ilişkin pek çok tarif bulunmaktadır. Bu tariflerden birinde (*Fr. 11*) küçük bir balık olan *gonos* balığının pişirme yöntemini anlatmaktadır (Athenaios VII, 285b-c). Ayrıca, Peripatetik Ekol üyelerinden biri olan Klearkhos, *Özdeyişler* anlamına gelen *Paroimies* (Παροιμίες) adlı kitabının *aphye* (ἄφύη) bölümünde, Arkhestratos'un "o küçük balığı sıcak bir teganon içine koyun ve cızırtı çıkarın" sözünden (*Fr. 11*) yola çıkarak *aphye* ateşi gördü (ἴδε πῦρ ἄφύη) deyişini kullanmıştır (Athenaios VII, 285c-d). Görüldüğü üzere, Arkhestratos'un yemekler ile ilgili tarifleri o dönemlerde özdeyişlere bile konu olmuştur.

Arkhestratos, büyük balıklardan biri olan ve *karkharias* (καρχαρίας) olarak adlandırılan köpek balığı yemeğinin tarifini anlattığı fragmanda (*Fr. 24*), yemeğin tadına bakanların eşsiz bir lezzetle karşılaşacaklarını belirtmiştir (Athenaios VII, 310c-e). Başka bir fragmanda (*Fr. 14*), zor yakalanan balık türlerinden biri olduğunu belirttiği papağan balığı *skaros* (σκάρος) yemeğinin tarifini vermiş, tarifinde zeytinyağı, peynir ve ek olarak kimyon kullanmıştır (Athenaios VII, 320a-b). Arkhestratos, balıkların kendi özelliklerine göre farklı pişirme yöntemleri denemiş, bu yöntemlerden bir tanesini ise, düz ve yassı bir balık olan *kitharos* balığının pişirme yönteminde (*Fr. 32*) uygulamıştır (Athenaios VII, 306b). *Kitharos* balığının iriyse kaynatılmasını, daha küçük boyutlu olması durumunda ise ateş üzerinde kızartılarak pişirilmesini önermiştir.

Arkhestratos, tatlı ya da hamur işlerini içeren tariflere değinmemiş, ancak tatlı olarak yenen ve tatlı masasında yer alan haşlama nohut, bakla, elma ve kuru incirin lezzetli olmadığını, Atina'nın güzel peynirli tatlılarını, yanında bal ile yemenin daha muhteşem olduğunu söylemiştir (Athenaios III, 101d-e). Ayrıca, ekmek yapımında kullanılan tahıl ürünleri hakkında bilgi verir (*Fr. 3*), ekmek yapımına değinir (Athenaios III, 111e).

Apicius

Antik Dönem yeme-içme kültürü hakkında eşsiz bilgiler barındıran ve günümüze ulaşan en önemli eser, Latince olarak yazılmış olan *De Re Coquinaria* adlı yemek kitabıdır (Vehling, 1977: 6; Grocock - Grainger, 2006). 10 bölümden oluşan ve içerisinde birbirinden farklı malzemelerle hazırlanmış yemeklerin tarifleri olan bu kitabın yazarı Apicius'tur.

Apicius'un kimliği, hayatı ve yaşadığı tarih hakkında kesin bir bilgi yoktur (Vehling, 1977: 9-11), bu konuda çeşitli görüşler bulunmaktadır. *De Re Coquinaria* adlı yemek kitabının MS 4. yy.da hazırlanmış veya son şeklini almış bir derleme kitap olduğu düşünülmektedir (Dalby, 2003: 17). Kitabın yazarı Apicius'un ise kim olduğu tartışmalıdır. Apicius adının Antik Dönem aşçıları için kullanılan genel bir kelime olabileceği yönünde görüşler bulunmakta (Güveloğlu, 2019: 264-265; Güveloğlu - Tönbekici, 2023: 17) ve Apicius adında pek çok kişi yaşadığı bilinmektedir (Hornblower – Spawforth, 1999: 121; Donahue, 2015: 274). İlk Apicius MÖ 1. yy.da yaşamış lezzet düşkünü bir Romalının ismidir. İkinci Apicius MS 1. yy.da yaşamış ünlü bir aşçı olan Marcus Gavius Apicius'tur, üçüncü Apicius Trainus Dönemi'nde (MS 98-117) yaşamış lezzet düşkünü bir kişidir, dördüncü Apicius ise MS 4. yy.da yaşamış Caelius Apicius'tur (Dalby, 2003: 16-17; Güveloğlu - Tönbekici, 2023: 14-17). *De Re Coquinaria* adlı yemek kitabının yazarının hangi Apicius olduğu tam olarak bilinmese de, dil bilgisi açısından kitabın MS 4. yy.da yaşamış Caelius Apicius tarafından derlenmiş olduğu, *silphium* gibi bitkilerin kitaptaki tariflerde geçmesi nedeniyle de kitabın orijinal kökeninin MS 1 yy.da yaşamış olan Marcus Gavius Apicius'a kadar uzandığı düşüncesi ağırlıktadır (Donahue, 2015: 47, 60, 274; Güveloğlu, 2019: 264).

10 bölümden oluşan kitabın içeriği oldukça zengindir, Antik Dönem yemeklerine ve içeceklerine dair tariflerin yer aldığı kapsamlı bir yemek kitabıdır. Kitabın 1. bölümü (*De Re Coquinaria, I*) hazırlıklardan oluşmaktadır. Kokulu ve baharatlı şarapların tarifleri, meyvelerin ve sebzelerin korunmasına ilişkin bilgiler, bazı şarapların, yiyeceklerin ve sosların bozulmalarını önlemeye yönelik anlatımlar yer alır.

Kitabın 2. bölümünde (*De Re Coquinaria, II*) et yemeklerinin tarifleri vardır ve kıyma yemekleri, soslu et yemekleri, sakatat, işkembe ve sosisler anlatılmıştır.

Kitabın 3. bölümünde (*De Re Coquinaria, III*) sebze yemekleri anlatılmış, lahana, kuşkonmaz, kabak, kavun, pırasa, pazı, pancar, marul, ısırgan, kereviz, şalgam, turp, enginar, havuç gibi sebzelerle yapılan sulu ve katı yemeklerin tarifleri verilmiştir.

Kitabın 4. bölümünde (*De Re Coquinaria, IV*) karışık yemeklerin tarifleri yer almakta, salatalar, sebze-meyve tabakları ve mezeler, balık ve et yahnileri, arpa çorbaları ve atıştırmalıklar bulunmaktadır.

Kitabın 5. bölümünde (*De Re Coquinaria, V*) baklagillerden yapılan yemeklerin tarifleri anlatılmış, mercimek, bezelye, bakla, arpa, buğday, börülce ve nohut gibi besinlerin ana malzeme olduğu sulu, katı ve lapa yemeklerin tarifleri verilmiştir.

Kitabın 6. bölümünde (*De Re Coquinaria, VI*); deve kuşu, ördek, turna, keklik, üveyik, güvercin, ardıç kuşları, tavus kuşları, sülün, flamingo, kaz ve tavuk gibi kümes hayvanlarının ve kuşların etleriyle yapılan yemekler veya bunlar için hazırlanan soslara ilişkin tarifler yer almaktadır.

Kitabın 7. bölümünde (*De Re Coquinaria, VII*) çeşitli etler ve sakatatlar kullanılarak hazırlanmış lüks yemeklerin tarifleri bulunmaktadır. Döl yatağı, kıkırdak, kaburga, işkembe, paça, ciğer, böbrek, midye gibi malzemelerle yapılan yemekler, haşlama ve ızgara etler, sucuk ve jambon ile yapılan tarifler, süt keşiği, ev yapımı tatlılar, bitki soğanları, mantarlar, salyangoz ve yumurtalar kullanılarak hazırlanan yemekler anlatılmıştır.

Kitabın 8. bölümünde (*De Re Coquinaria, VIII*) çiftlik ve yaban domuzu, geyik, yaban keçisi, yaban koyunu, sığır, dana, oğlak, kuzu, yaban tavşanı, fındık faresi gibi hayvanların farklı yöntemlerle pişirilmesi ve soslanması hakkında tarifler bulunur.

Kitabın 9. bölümü (*De Re Coquinaria, IX*) deniz ürünlerinin pişirilmesi ve sosları üzerine tarifler içermektedir. Dikenli istakoz, kerevit, kalamar, ahtapot, kabuklu deniz mahsulleri, mürekkep balığı ve diğer balıklardan yapılan yemeklerin ve bunlar için hazırlanan sosların tarifleri yer almaktadır.

Kitabın 10. bölümünde (*De Re Coquinaria, X*) ise balık yemekleri için hazırlanan soslar anlatılmıştır. Haşlama, tava ve ızgara balıkları için çeşitli sos tarifleri, yılan balığı, kefal, barbun, palamut, levrek, müren balığı, uskumru, sinarit, çipura gibi balıkların pişirilmesinde kullanılacak sosların tarifleri bulunmaktadır.

Cato

Tam adı Marcus Porcius Cato'dur, MÖ 234-149 yıllarında arasında yaşamış Roma devlet adamı, hukukçu ve hatiptir (Hornblower – Spawforth, 1999: 1224). Komutan olarak orduda, yönetici ve denetçi olarak devlet yönetiminde üst düzey görevler almıştır, “Yaşlı Cato” ve “Bilge Cato” olarak da bilinir (Astin, 1978: 1-103). Latin edebiyatının önde gelen isimlerinden biridir, Pek çok kitap yazmış olmasına rağmen eserlerinin çoğu kaybolmuştur, *De Re Rustica* (Tarım Üzerine) adlı kitabı tam olarak günümüze kadar ulaşmıştır ve bu kitap tam olarak korunmuş en eski Latince kitap olmasıyla önemli bir eserdir (Hornblower – Spawforth, 1999: 1225).

Çocukluğu ve gençliği kırsal yaşam içinde geçen Cato, devlet görevleri dışında kalan zamanlarında tarımla uğraştığı için çiftlik yönetimi ve tarım işlerine aşinadır, çiftçiliği ahlaklı ve erdemli bir iş olarak görmüş, *De Re Rustica* (Tarım Üzerine) adlı bir kitap yazmıştır (Dalby, 1998: 14-24). Kitabında, ekonomik değeri yüksek tarımsal faaliyetler olarak gördüğü bağcılık ve şarap üretimi ile zeytincilik ve zeytinyağı konuları üzerinde durmuş, kırsal beslenmenin önemli unsuru olan tahıl ürünlerinden yapılan lapaların, ekmeklerin ve hamur işlerinin tariflerini vermiştir.

Cato kitabında, buğday ve arpa gibi tahılların hasat zamanında neler yapılması gerektiğini anlatır, bu tahıllardan yapılan yemeklerden bahseder (*De Re Rustica, 86*). Ayrıca, buğdaydan elde edilen irmik türlerine değinmiş ve irmik ile yapılan lapa tarifini vermiştir (*De Re Rustica, 85*). Cato, buğdayın ve buğdaydan yapılan pek çok yiyeceğin önemini vurgulamış, özellikle irmik ile yapılan tarifler üzerinde durmuş, sofralarda hamur işi olarak ya da tatlı olarak tüketilen ve irmikten yapılan yiyeceklerden söz etmiştir (*De Re Rustica, 76, 79-81*). Cato, farklı tür hamur işlerinin yanı sıra ekmeklerden de bahseder, sadece un ve su ile yapılan basit bir ekmeğin tarifini verir, sevilerek tüketildiğini belirtir (*De Re Rustica, 74*). Ayrıca, un ile sütün karıştırılması sonucu elde edilen hamurlu tatlılardan bahsetmiştir (*De Re Rustica, 87*).

Cato, kitabının farklı yerlerinde bahçeler ve bahçelerde yetiştirilen ürünler hakkında bilgi verir. Bir pasajında, bahçelerin özelliklerine değinmiş, bu bahçelere dikilmesi gereken ürünleri sayarken mersin bitkisine vurgu yaparak *coniugula*, siyah ve beyaz olmak üzere üç çeşit mersinden bahsetmiştir (*De Re Rustica, 8*). Başka bir pasajında ise, bu mersin türlerden biri olan siyah mersin ile yapılan şarabın tarifini anlatmıştır (*De Re Rustica, 125*). Diğer bir pasajında da, sebzelerden lahananın ekim-dikim koşullarını anlatmış, gerek sofrada tüketimi, gerekse tıbbi amaçlı kullanıma değinerek lahana türlerinden söz etmiş, lahana ile yapılan tarifleri aktarmıştır (*De Re Rustica, 157*).

Cato'nun kitabında, tarım alanlarından hasat edilen ve toplanan ürünlerin sağlıklı bir şekilde saklanmasına ve depolanmasına ilişkin detaylı bilgiler yer alır. Şıra, sirke gibi farklı sıvılar ile hazırlanan salamura zeytin yöntemlerinden bahsetmiştir, farklı baharatlarla çeşnilendirilip sirke içinde bekletilerek yapılan salamura zeytin tarifini detaylıca anlatmıştır (*De Re Rustica, 117*). Cato'nun kitabında yer alan bir başka zeytin yapım yöntemi ise *epityrum* olarak bilinen ve çekirdekleri çıkarılan etli zeytinlerin doğranıp, çeşitli baharatlar eklenerek sirke içinde bekletildiği çeşnili zeytin yapma yöntemidir (*De Re Rustica, 119*). Ayrıca, incir, armut, elma, üzüm ve ayva gibi meyvelerin, fındık ve ceviz gibi gıdaların bozulmadan uzun süre korunması için uygulanan saklama yöntemleri hakkında da detaylı anlatımlar bulunmaktadır (*De Re Rustica, 143*).

Cato'nun eserinde, yeme-içme kültüründe önemli bir yere sahip olan tuz hakkında da bilgiler yer alır. Gerek yemeklerin ve içeceklerin yapımında, gerekse konserve ve salamura gibi gıdaları saklama-depolama

işlerinde önemli bir yer tutan tuzun kullanımına ilişkin bilgiler verilir. Et, peynir, salamura balık gibi gıdaların saklanması için farklı türde tuzlu su karışımlarının kullanıldığı ifade edilir (*De Re Rustica*, 7, 88, 105).

Cato, hasat zamanı toplanan üzümlerden neler yapılabileceğine dair kıymetli bilgiler aktarmakta, verdiği bilgiler arasında özellikle şarap yapımına ilişkin tarifler dikkat çekmektedir. Toplanan üzümlerin bir kısmının kışın tüketilmek için depolanması gerektiğini, toplanan üzümlerin sıkılarak suyunun çıkarılması gerektiğini, sıkma sonucu elde edilen şıranın hem yiyecek hazırlığında (*De Re Rustica*, 143) hem de şarap yapımında kullanıldığını söylemektedir. *Lora/Lorea*, Ev Şarabı, Hellen Şarabı gibi özel şarapların yapım tariflerini vermekte, şıranın mayalanması ve depolanmasını anlatmaktadır (*De Re Rustica*, 7, 25, 104-105, 112).

Cato'nun kitabında zeytinliklerin bakımı ve zeytinyağı yapımı da ele alınmıştır. Zeytin fidanlarının dikimi hakkında ve zeytin ağaçlarının verimli olması, güzel meyveler vermesi için gerekli olan bakım-onarım işlemleri hakkında bilgiler yer alır (*De Re Rustica*, 43). Antik Dönem mutfaklarının temel ürünlerinden biri olan zeytinyağının yapımına değinilmiş, olgunlaşmış toplanan zeytinlerin preslenerek yağ elde etme sürecinde geçirdiği işlemler ve dikkat edilmesi gereken adımlar açıklanmıştır (*De Re Rustica*, 66).

Columella

Tam adı Lucius Junius Moderatus Columella'dır, hayatı ve eğitimi hakkında çok az şey bilinmekte, MS 4 yılında İspanya'da doğduğu, yaklaşık olarak MS 70 yılında da öldüğü düşünülmektedir (Hornblower – Spawforth, 1999: 367). Roma ordusunda görev yapmış olan Columella, sonrasında Latium Bölgesi'nde Roma yakınlarında bir çiftlikte hayatını sürdürmüştür.

Çiftlik hayatını sevdiği anlaşılan Columella, kırsal yaşam ve botanik üzerine kitaplar yazmıştır. Ağaçlar hakkında yazdığı *De Arboribus* adlı kitabıyla ve tarım üzerine yazdığı *De Re Rustica* adlı kitabıyla bilinmektedir. Her iki kitabı da günümüze ulaşmış olup, Roma Dönemi yeme-içme kültürüyle ilişkili değerli bilgiler barındırır (Dalby, 2003: 90). Küçük bir kitap olan *De Arboribus*'un içinde yiyecek ve içecekler hakkında sınırlı bilgi yer almaktadır.

Columella'nın 12 ciltten oluşan *De Re Rustica* (Tarım Üzerine) adlı kitabı, yeme-içme kültürüyle bağlantılı konular içermesi bakımından son derece önemli bir antik kaynaktır. Tarım ve kırsal yaşam ile ilişkili konuların anlatıldığı kitabın içeriği oldukça zengindir (Forster, 1950: 123-128). Araziler ve toprak yapısı, bağcılık, meyveler, zeytin ağaçları ve bahçe tarımı konuları yer almakta, büyükbaş hayvanlar, küçükbaş hayvanlar, kümes hayvanları ve balıklar detaylıca anlatılmakta, arıcılık ve bal üretimi üzerine bilgiler verilmekte, çiftlik yönetimi ve personel gereksinimi hakkında kapsamlı değerlendirmeler bulunmaktadır.

Columella, yiyecek ve içeceklerin yapımında kullanılan her tür bitki, sebze ve meyvenin toprağa dikiminden başlayıp ürünlerin hasat edilmesi ve ürünlerin dönüştürülerek yiyecek ve içecek olarak tüketilmesine varıncaya kadar, aşama aşama yapılan her uygulamayı anlatmıştır. Bahçelerde ya da tarlalarda yetiştirilen otların, sebzelerin ve hububatların ekiminden bahseden Columella, acı bakla, mercimek, keten tohumu, susam, nohut, kenevir, şalgam, turp gibi ürünlerin ekimi hakkında bilgiler aktarmıştır (*De Re Rustica*, II, 10.1-24).

Daha sonra tüketilmek üzere, ürünlerin uzun bir süre depolanması ve saklanması gerektiğini belirten Columella, hasat edilen ürünlerin saklanması konusuna kitabında geniş yer ayırmıştır. Birbirinden farklı ayva saklama yöntemlerini (*De Re Rustica*, XII, 47.1-3), elma kurutma yöntemini (*De Re Rustica*, XII, 16.4-5), marulu sirkeli tuzlu su içinde saklama yöntemini (*De Re Rustica*, XII, 9.1-2), salamura turp yapımının tarifini (*De Re Rustica*, XII, 56.1-3, 57.1-2), yabani kereviz ile yapılan bir salamura tarifini (*De Re Rustica*, XII, 58.1-2) vermiştir. En dolgun incirlerin yeşilken toplandığını, güneş altında kurutulan incirlerin ise çeşitli yöntemlerle sakladıklarını ifade etmiş, bu yöntemleri ayrıntılı olarak yazmıştır (*De Re Rustica*, XII, 15.1-5).

Taze yeşil bitkilerin, kurutulmuş bitkilerin, baharatların, kuru yemişlerin ve içinde peynirlerin yer aldığı pek çok salata çeşidinden bahsetmiş, farklı malzemelerin karıştırılmasıyla yapılan bu salatalara eklenen biberli sirke sosunun vazgeçilmez olduğunu vurgulamıştır (*De Re Rustica*, XII, 59.1-5). Columella

Hellenlerin *silphion*, Romalıların *silphium*, *laser radiks* olarak adlandırdıkları bitkinin suyu ile yapılan ve bir salata sosu olan *oksyporiumun* tarifini anlatmıştır (*De Re Rustica*, XII, 59.4-5). Ayrıca birbirine benzer şekilde hazırlanmış farklı salataların tariflerini vermiştir (*De Re Rustica*, XII, 59.1-4). Her dönem mutfakların vazgeçilmez sebzelerinden biri olan soğandan bahsetmiş, soğan türlerine değinmiştir (*De Re Rustica*, XII, 10.1-4).

Columella'nın kitabında süt ve süt ürünleri hakkında kapsamlı bilgiler bulunur, sütün uzak mesafede bulunan pazarlara götürülmesinin uygun olmadığı durumlarda peynir yapıp, satıldığını söyler (*De Re Rustica*, VII, 8.1-3). Peynir yapımına değinmiş, taze sütün mayalanması genellikle bir kuzudan veya oğlaktan elde edilen peynir mayası ile pıhtılaştırılarak yapılmış, bunun yanında yabani deve dikenini çiçeği veya sedef otu tohumları ile de süt pıhtılaştırma işlemi uygulanmıştır. Dayanıklı, sert peynir yapımının tarifini (*De Re Rustica*, VII, 8.1-5) ve günlük taze peynir yapımının (*De Re Rustica*, VII, 8.6-7) tarifini bizlere aktarmıştır. Hellenlerin *oksygala* (ὀξύγαλα), Romalıların *melca* olarak adlandırdıkları kesilmiş süttten yapılan bir başka süt ürününden bahseder, yeşil ve kuru bitkiler kullanılarak yapılan bu süt ürününün hazırlık aşamasını anlatır (*De Re Rustica*, XII, 8.1-2).

Columella, asmalara ve üzümlere geniş yer ayırmış, küçük bir filizden çıkan asmanın ne ağaca benzediğini ne de çalıya benzediğini söylemiştir (*De Re Rustica*, III, 1.2-4). Hasat edilen üzümlerin taze olarak saklanması (*De Re Rustica*, XII, 44.1-3) veya kuru üzüm olarak saklanması (*De Re Rustica*, XII, 16.1-3) için uygulanan yöntemleri detaylıca yazmıştır. Kendi döneminde yetişen pek çok üzüm çeşidini isim vererek anlatır (*De Re Rustica*, III, 2.1-3,7), üzümlerden son derece kaliteli şaraplar yapıldığını (*De Re Rustica*, III, 2.14, 8.5), üzümlerden elde edilen şıranın kaynama seviyelerine göre *defrutum*, *car(o)enum* ve *sapa* gibi farklı isimlerinin olduğu belirtir (*De Re Rustica*, XII, 10.3, 20.1-3). Yemeklerde ve soslarda yaygın olarak tercih edilen bu şıraların şarap yapımında (*De Re Rustica*, XII, 21.1-3) önemli bir malzeme olduğunu aktarır.

Columella kitabında şarapların tariflerini vermiş, *Lora/Lorea* şarabının (*De Re Rustica*, XII, 40) ve antik adı *passum* olan kuru üzüm şarabının (*De Re Rustica*, I, 1.10) tarifini anlatmıştır. Farklı bir içecek türü olan *hydromeli* hakkında bilgiler aktarır, Columella'ya göre, *hydromeli* yapımında kullanılan bal miktarı, kişinin isteğine göre değişebilmekte, tatlı ve şekerli tat isteyenler için ayrı; daha sert bir tat isteyenler için ayrı tarifi bulunmaktadır (*De Re Rustica*, XII, 12.1-3). Biri siyah diğeri beyaz olmak üzere iki tür mersin olduğunu ve bu mersin türleri ile nasıl şarap yapıldığını bizlere aktarmıştır (*De Re Rustica*, XII, 38.1-4). Şıra ya da şarabın bal ile karıştırılmasıyla elde edilen ve Hellenlerin *oinomeli* (οἰνόμελι), Romalıların *mulsum* olarak adlandırdıkları bir başka tür içecek hakkında bilgi verir ve bu içeceğin tarifini anlatır (*De Re Rustica*, XII, 41.1).

Columella, *De Arboribus* isimli kitabında, zeytin ağacının kuru ve killi tepelerden hoşlandığını, ancak nemli ve verimli ovalarda ise meyve üretmeden bol miktarda yaprak ürettiğini belirtir, kendi dönemindeki çiftçilerin genellikle bahar mevsimi başlangıcında dikim yaptıklarını yazar (*De Arboribus*, 17.1). Columella, *De Re Rustica* adlı kitabında ise, zeytinlerin hasadından ve tüketiminden, zeytinyağı yapımından bahseder. Zeytinlerin olgunlaştığı, renklerinin değişmeye başladığı zamanda, bazılarının siyah, çoğu zeytinin ise yeşil olduğu durumlarda ve güzel havalarda elle toplanmasının uygun olduğunu belirtmiştir (*De Re Rustica*, XII, 52.9-10). Toplanan zeytinlerden çeşitli yöntemlerle salamura yapıldığını yazan Columella, salamura zeytin tariflerini bizlere aktarmıştır (*De Re Rustica*, XII, 49.1-5, 9-11). Ayrıca, zeytinyağı yapımını ve uygulanan işlemleri ayrıntılı olarak tarif etmiştir (*De Re Rustica*, XII, 52.1-7).

Columella, yiyeceklerin hazırlanmasında kullanılan meyve şurubu (*De Re Rustica*, XII, 42.1-3) ve bal mumu suyu (*De Re Rustica*, XII, 11) gibi bazı sıvılar hakkında bilgi vermiş, bu sıvıların hazırlanma yöntemlerini bizlere anlatmıştır. Yemekler, tatlılar, ekmecekler, içecekler gibi pek çok alanda kullanımı bulunan balın önemine vurgu yapan Columella, arı kovanlarındaki peteklerden bal almak için yapılması gereken adımları sıralamıştır (*De Re Rustica*, IX, 15.12-13).

Columella balık yemeklerinde kullanılacak olan deniz balıklarının havuzlarda ve göllerde yetiştirildiğini, kefal ve levrek gibi balıkların bakımını nasıl yaptıklarını anlatır (*De Re Rustica*, VIII, 16.1-10, 17.1-16).

Kümes hayvanlarına da geniş yer ayırmış, kapsamlı bilgiler vermiştir, örneğin tavus kuşlarının, kazların ve tavukların kuluçka dönemini ayrıntılı olarak anlatmıştır (*De Re Rustica*, VIII, 5.9-18).

Varro

MÖ 116-27 yılları arasında yaşamış olan ve tam adı Marcus Terentius Varronis olan Varro Antik Dönem yeme-içme kültürü hakkında bizlere bilgi sunan önemli antik yazarlardan birisidir. MÖ 116 yılında İtalya'da, Roma'nın kuzeydoğusunda yer alan Reate civarında doğan Varro toprak sahibi, varlıklı ve aristokrat bir aileye mensuptur (Butterfield, 2015: 2). Roma'da ve Atina'da eğitim almış olan Varro, Roma devlet yönetiminin çeşitli kademelerinde görev yapmıştır. Aynı zamanda üretken bir yazar olan Varro'nun yazmış olduğu kitapların büyük bir çoğunluğu günümüze ulaşmamış, bazı eserleri parçalar halinde korunmuştur (Butterfield, 2015: 3-5).

Varro'nun tam halde günümüze ulaşan tek eseri ömrünün son dönemlerinde, 75 yaşından sonra yazdığı *Rerum Rusticarum* (Tarım Üzerine) adlı eseridir. MÖ 37 yılında yayınlanan ve kırsal konulara dair bir kitap olan *Rerum Rusticarum* 3 bölümden oluşmaktadır. Kitabın 1. bölümü tarım, 2. bölümü küçük ve büyükbaş hayvanlar, 3. bölümü ise kümes hayvanları, arılar, balıklar ve av hayvanları hakkındadır.

Varro kitabının 2. bölümünde, tarım ve çiftçilik için önemli olan hayvanlara geniş bir yer ayırmış, at, eşek, köpek, koyun, keçi, domuz ve sığır gibi hayvanların beslenmesi, üremesi gibi konuları anlatmıştır. Süt ve süt ürünlerinde söz eder, sığır, koyun ve keçi sütünden bahseder (*Rerum Rusticarum*, 2.11). En iyi sütün inek sütü olduğunu, sonra koyun sütü, en son ise keçi sütünün geldiğini yazmıştır. Peynir türlerinde de bahsetmiş, yumuşak ve taze peynirler ile kuru ve eski peynirlerin arasındaki lezzet ve besleyici özellikleri üzerinde durmuştur. Taze peynirlerin daha besleyici olduğunu vurgulamıştır.

Varro günümüze ulaşmış olan kitabının pek çok yerinde şaraplardan da bahseder. Örneğin, bağ bozumu sonrasında üzümlerin geçtiği işlemleri anlatırken, üzümlerin ilk sıkımından sonra arta kalan posalara su eklenerek hazırlanan *Lora/Lorea* Şarabı'nın nasıl yapıldığını detaylıca yazmış, tarifini vermiştir (*Rerum Rusticarum*, 1.54). Kendi dönemindeki kaliteli şaraplardan söz etmiş, bekletildikçe değerlendirilen şaraplar olduğunu belirtip, Falernian Şarabı'nın en değerli şaraplardan biri olduğunu, bir marka olarak öne çıktığını vurgulamıştır (*Rerum Rusticarum*, 1.65).

Varro kitabının 3. bölümünde arıcılıktan bahsederken, bal üretimi ve tüketimine değinir, doğal balmumu malzemelerini saymaktadır. İncir, kekik, elma, armut, nar gibi ağaçlardan toplanan özlerden oluşan lezzetli ballardan söz etmiştir (*Rerum Rusticarum*, 3.16).

Plinius

Yaşlı Plinius olarak da bilinen Gaius Plinius Secundus, MS 23/24-79 yılları arasında yaşamış Romalı komutan, memur ve yazardır (Murphy, 2004: 2-4). Roma ordusunda çeşitli görevler yürütmüş olan Plinius, MS 79 yılında gerçekleşen Vezüv Yanardağı patlamasından hemen sonra kurtarma çalışmalarında görev yaparken hayatını kaybetmiştir (Hornblower – Spawforth, 1999: 1197). Askeri ve memurluk görevleri dışında kalan zamanlarında kendini yoğun şekilde bilime ve yazmaya adanmış, üretken bir yazar olarak pek çok konuda kitaplar yazmıştır (Murphy, 2004: 3). Eserlerinden sadece bir tanesi, *Naturalis Historia* (Doğa Tarihi) adlı kitabı eksiksiz şekilde günümüze kadar gelebilmiş, diğer kitapları ise kayıptır.

Plinius'un yazmış olduğu *Naturalis Historia* (Doğa Tarihi) kitabı, Antik Dönem'den günümüze ulaşmış en kapsamlı kitaptır (Hornblower – Spawforth, 1999: 1198). 37 ciltten oluşan kitabın içeriği çok zengindir, astronomi, meteoroloji, coğrafya, antropoloji, insan fizyolojisi, hayvan türleri, böcekler, bitki türleri, taş türleri, metaller gibi doğada yer alan hemen hemen her konuyu içerir (Gibson – Morello, 2011). Plinius kitabının çeşitli bölümlerinde; asmaları, meyve ağaçlarını ve tıp konularını anlatırken şaraplardan ve diğer içeceklerden bahsedip yapım ve tüketimleri hakkında bilgi verir, tahılları anlatırken de ekmeklerden ve hamur işlerinden söz eder, bazılarının tariflerini aktarır (Donahue, 2015: 58-59, 61, 90, 282).

Plinius, Antik Dönem'in ana besin maddelerinden biri olan buğday hakkında bilgiler vermiş, kullanılan buğday türleri ve buğdaydan elde edilen irmik ve bulgur benzeri besinlerin kullanım alanlarına değinmiştir

(XVIII, 29). Her tür buğdaydan yapılabilen *amylum* adında bir tatlı yapıldığını söyler (XVIII, 17). Ekmek çeşitleri üzerine bilgiler verir, kendine özgü özelliği bulunan farklı türde ekmeklerin ayrıntılı olarak sıralamasını yapar (XVIII, 27). En iyi ekmeğin kışlık buğdaydan yapıldığını söyler (XVIII, 20), yazın ise susam, darı, dallı darı tahıllarının kullanıldığını anlatır (XVIII, 22). Buğdayın yanı sıra arpanın da yaygın olarak kullanıldığını değinir, arpa ile yapılan yiyeceklerden bahseder (XVIII, 14-16). Ekmeklerde ve tatlılarda sıklıkla kullanılan susam hakkında kıymetli bilgiler verir (XVIII, 22).

Deniz ürünlerinden denizanasının ve süngerlerin özelliklerine değinmekte, yemeklerdeki kullanım alanlarını anlatmaktadır (IX, 68). Hatta *allex* isminde bir balık sosundan bahseder, bu sosun farklı türde balıklardan yapıldığını, ayrıca istiridye, denizkestanesi, deniz ısırganları gibi deniz canlılarından da elde edildiğini vurgular (XXXI, 44). Balık türlerinin tuzlanmış olarak uzun süre saklanabileceğini belirtir (XVIII, 73).

Plinius, ana yemeklerde kullanılan yabani kereviz hakkında bilgi verir, yetiştirme koşullarını anlatır (XIX, 48; XX, 46). Mutfaklarda yemek hazırlığı esnasında kullanılan tuz oranlarına değinir ve tuzun kullanımı için ölçü verir (XIV, 11). Yemekleri tatlandırmak için soslar yapıldığını, bazı sosları tatlandırmak için de mersin meyvesini kullandıklarını dile getirir (XV, 35). Plinius kitabında farklı bitkilerin tüketimine de yer vermiş, sümbülcük bitkisinin nasıl pişirilmesi gerektiğini, pişirme koşullarını anlatmıştır (XX, 39).

Plinius, sütün kullanım alanlarına, süttten yapılan peynirin ve tereyağının hazırlık aşamalarına değinmiş, tereyağının barbarların en iyi yiyeceklerinden biri olduğunu ifade etmiş, tereyağının çoğunlukla inek sütünden yapıldığını, koyun ve keçi sütünden yapılan tereyağı da olduğunu belirtmiştir (XXVIII, 35-36).

Yeme-içme kültürünün önemli bitkilerinden biri olan üzüm asmalarının hem yetiştirme koşullarını anlatmış (XIV, 1-3), hem de bu asmalardan elde edilen güzel üzüm türlerini sıralamıştır (XIV, 3-4, 6-9). Üzümden şarap yapmak için şıranın mayalanma yöntemlerine değinir (XVIII, 26). Mayalanma süreci bitiminde şarabın korunması için yapılması gerekenleri anlatıp, bunun için gerekli olan malzemeleri listelemiştir (XIV, 24). *Lora/Lorea* Şarabı'nın üç farklı hazırlanma şekli olduğunu söyleyip, bu yöntemleri yazmıştır (XIV, 12). Ayrıca, yemek masalarında şarapların dağıtılma usullerinden söz etmiştir (XIV, 16-17).

Plinius kitabında balın faydalarını anlatırken, balın farklı kullanım alanları üzerinde de durmuş, bal ile suyun karıştırılmasıyla hazırlanan *hydromeli* adındaki içeceğin tarifini vermiş, bu içkinin iki çeşidi olduğunu belirtmiştir (XIV, 20; XXII, 51). Plinius'un bahsettiği *hydromeli*, adını su ve bal kelimelerinin birleşiminden alır (Dalby, 2003: 180).

Athenaios

Mısır Naukratis'de doğmuş ve MS 2. yy. sonu – 3. yy. başında yaşamış olan Athenaios'un kendisi hakkında bilgilerimiz sınırlıdır (Hornblower – Spawforth, 1999: 202). Önde gelen antik yazarlardan biri olan Athenaios tarih, balık gibi konularda kitaplar yazmış, ancak bu kitapları günümüze ulaşmamıştır (Gagarin, 2010: 296). Athenaios'un günümüze gelen tek eseri 15 ciltten oluşan *Deipnosophistai* adlı kitabıdır.

Athenaios'un, "Ziyafet Filozofları" (Gagarin, 2010: 296) ya da "Bilgelerin Sofrası/Şöleni" (Güveloğlu, 2019: 262) anlamına gelen *Deipnosophistai* adlı kitabı zengin bir içeriğe sahiptir. Kitabın ana konusu, akşam yemeği için bir araya gelen konukların yemekte yaptıkları sohbetlerden oluşmaktadır. Aslında akşam yemeği hayali bir ziyafettir, kurgusal bir sahnedir ve masada pek çok ünlü konuk vardır. Bu kurgusal konuklar, kendi aralarında derin bir sohbe dalarlar, çeşitli konular hakkında karşılıklı fikirlerini paylaşırlar (Donahue, 2015: 275). Kitaptaki hayali sohbetlerin içeriği çok zengindir, Athenaios, kendinden önce yaşamış yüzlerce yazarın eserinden alıntılar yaparak, zengin bir içerik sunmuş, Antik Dönem külliyyatı için son derece önemli bir kaynak oluşturmuştur (Braund - Wilkins 2000). Athenaios'un kendinden önceki yazarların kitaplarından yapmış olduğu alıntılar sayesinde, kitabı kaybolmuş ve adını bilmediğimiz pek çok antik yazarı ve kitaplarını öğreniyoruz.

Athenaios'un kitabında müzik, şarkılar, danslar ve felsefe gibi pek çok konudan bahsedilse de, ağırlıklı olarak yeme-içme üzerine bilgiler verilmiştir. 15 ciltlik kitabın bölümleri incelendiğinde; Antik Dönem

yeme-içme kültürü hakkında çok fazla bilgi olduğu görülür (Wilkins - Hill, 2006: 273-276). Ziyafetler, şenlikler, şöenler ve lüks yaşama dair anlatılar vardır.

Athenaios'un kitabında şaraplar ile ilgili oldukça fazla bilgi vardır. Şaraplar ve şarap türlerini (I, 24-34), şarap yapımını ve tariflerini anlatır, şarap tüketimi ve sarhoşluklar (X, 440-448), içki bardakları ve kadehler (XI, 459-509) gibi pek çok konuyu detaylıca yazmış, içki şarkıları (XV, 692-702) ve ünlü içiciler (X, 429-440) hakkında bilgiler aktarmıştır.

Athenaios'un kitabı et konusunda da son derece zengindir. Yenilebilir kuşlar (IX, 384-398), kümes hayvanları (IX, 373-376; XIV, 654-655, 663), et çeşitlerini (VIII, 352-358; IX, 399-403) anlatmış, et yemekleri ve bazı et yemeklerinin tarifleri (IX, 368, 370, 375), sebzeler ve sebze yemekleri (II, 58-59; IX, 369-372) hakkında bilgi vermiştir. Meyveler (II, 49-52; III, 72-85; XIV, 650-654), kuruyemişler (II, 52-57; XIV, 649, 651), salatalar (II, 60-71) Athenaios'un kitabındaki diğer yiyecek türleridir.

Athenaios kitabında ekmekler ve ekmek çeşitleri için bir bölüm ayırmış (Athenaios, III, 106e-116a), tatlılar ve kekler için de başka bir bölüm yazmış (Athenaios, III, 639-649), ekmeklerin, tatlıların ve keklerin tarifleri, içeriğinde kullanılan malzemeler gibi pek çok konuda bilgi aktarmıştır.

Athenaios'un kitabında balıklara ve diğer deniz ürünlerine oldukça fazla yer verilmiştir. Balıkçılık (VI, 222-228) anlatılır, balıklarla ilgili detaylı bir katalog (VII, 281-330) vardır, kabuklu deniz ürünlerinden (III, 85-94) ve diğer deniz ürünlerinden (III, 95-96, 101-106) söz edilmiştir. Ayrıca, balık tüketimi ve gurmelik üzerine (VIII, 337-347) pasajlar yazmıştır.

Athenaios bölgesel yemeklerden bahseder, Makedonya ve Hellen yemeklerini (IV, 128-138) anlatır, Sparta ve Girit yemeklerinden (IV, 138-148) söz eder. Antik Dönem aşçılığı konusunda da Athenaios'un kitabı önemli bir referanstır, bilgili aşçılar (IX, 376-383), övülen aşçılar (IX, 403-410), gurmeler (VIII, 337-347) için ayrı ayrı bölümler vardır. Ayrıca, kitapta israf ve savurganlıklar (IV, 160-170), oburluk (X, 411-422) ve zevk düşkünleri (VII, 275-281) üzerine bölümler de yer alır.

Aristophanes

Yaklaşık olarak MÖ 446-386 arasında yaşamış olan Aristophanes, antik Hellen kültürünün önemli bir oyun yazarı ve komedi şairidir (Hornblower – Spawforth, 1999: 163-164). Atina vatandaşı olan Aristophanes'in eğitimi ve özel hayatı ile ilgili bilgilerimiz yetersizdir. Antik Dönem'in en etkili komedi yazarlarından biri olarak kabul edilen Aristophanes çok sayıda oyun yazmış, bu oyunlardan sadece 11 tanesi günümüze ulaşmıştır (Donahue, 2015: 274). Aristophanes'in eserlerinde, yaşadığı dönemin yeme-içme kültürüne ilişkin bilgiler sunan gündelik hayata dair anlatımlar vardır (Donahue, 2015: 12, 14, 19, 122, 209).

Aristophanes'in oyunlarında sebze yemekleri pişirilip, tüketildiğini görüyoruz. Bir oyununda *ethnos* yani bezelye çorbası pişirildiğini yazmıştır (*Batrakhoi*, 505-510). Bir başka eserinde ise halka açık düzenlenen bir yemekte *yine* çorba pişirildiğinden bahsetmiştir (*Ekklesiazousai*, 845). Aristophanes, mutfak düzeni hakkında da bilgi verir (*Sphekes*, 935-940), balık yemeklerinin sunumlarından söz eder (*Ploutos*, 805-820). Akşam yemeğinden önce tavşan yenildiğini anlatır (*Akharneis*, 1110-1112), yemek pişirme tekniklerinden bahsederken de etler için kancalar kullanıldığını belirtir (*Hippeis*, 772; Aristophanes *Sphekes*, 1155). Yiyeceklerin hazırlanması aşamasında peynirlerin ezildiğine (*Sphekes*, 924), su ısıtıldığına (*Akharneis*, 1175-1176) değinir. Zeytinyağının yemek pişirmek için kullanıldığını anlatır (*Ornithes*, 1579-1590), hamur yoğurma hakkında bilgi verir, hamur işlerinden söz eder (*Nephelai*, 506-508).

Aristophanes antik tatlılardan söz etmiş, bir oyununda peynirli *plakousun* çok lezzetli olduğunu ve yuvarlak bir şekle sahip olduğunu söylemiştir (*Akharneis*, 1125-1127). Aynı oyuna ait diğer bir pasajda da, ziyafet için her şeyin hazır olduğunu, masalarda yer alan yiyecekler arasında, tatlı olarak *amyloslar*, *plakouslar*, *itronlar* yer aldığını anlatmaktadır (*Akharneis*, 1092). Başka bir oyununda ise, *kollabos* (κόλλαβος) *plakousu* ile *tragema* (τράγημα) hazırlamış diyerek (*Batrakhoi*, 505-510), kendi dönemindeki tatlılardan bahsetmiştir. Diğer bir oyununda da, düğün yemeği için *amylos*, ardıç kuşları ve tavşanların pişirildiğini söylemektedir (*Eirene* 1195).

Aristophanes eserlerinde sıklıkla şaraplardan bahsetmiştir. Şarap türleri, şarabın nasıl hazırlandığı, depolandığı, taşındığı ve tüketildiği hakkında gündelik hayattan kesitler sunmuştur. Bir oyununda, şarap testilerinin çiçek kokulu koyu renkli şaraplar ile dolduğunu yazmıştır (*Ploutos*, 805-820). Aynı oyuna ait başka bir pasajda ise, şarap tüketime dair teknik bir ayrıntı yer alır, şarabın içinde oluşan tortuların süzgeç ile süzüldüğü belirtilir (*Ploutos*, 995-1087). Aristophanes'in başka bir oyununda ise, pazar yerinde buğdayların ölçüldüğü, testilerin şarap dolu olduğu, sarımsak, zeytin, soğan satıldığı anlatılmıştır (*Akharneis*, 548-550).

Aristophanes'in yazdığı bir sahnede zeytinin sofralarda vazgeçilmez bir yiyecek olarak yer aldığı vurgulanır (*Batrakhoi*, 980-988). Aristophanes başka bir oyununda da, sonradan tüketilmek üzere salamura balığın saklandığını belirtir (*Sphekes*, 676).

Plautus

Tam adı Titus Maccius Plautus'tur, yaklaşık MÖ 254 - 184 arasında yaşamıştır ve Romalı komedi oyun yazarıdır (Hornblower – Spawforth, 1999: 1194-1195). Plautus'un eserlerinin önemli bir kısmı günümüze ulaşmıştır, gündelik hayattan kesitler barındıran metinlerde yeme-içme ile ilgili dikkat çekici ayrıntılar yer almaktadır (Donahue, 2015: 16, 282).

Plautus, bir oyununda mutfaklardaki yemek pişirme düzeninden ve yemek kaplarının temizliğinden bahseder (*Aulularia*, 2.3.3). Mutfakların temizliğinde kullanılan suyun taşındığı kaplar hakkında kısa bilgiler aktarır (*Amphitruo*, 2.2.41).

Plautus'un eserlerinde yemeklere ilişkin satırlar görülmektedir. *Persa* adlı oyununda yemek pişirme tekniklerinden bahsetmiş (*Persa*, 1.3.8), *Aulularia* adlı oyununda ise pişirilen yemeklerin nasıl taşınması gerektiğine (*Aulularia*, 2.7.4) ve *Pseudolus* isimli oyunda da bu yemeklerin yanında getirilen sos türlerine değinmiştir (*Pseudolus*, 3.2.43, 45, 51). Plautus, *Pseudolus* oyunundaki başka satırlarda ise, bu kez, mevsimlik yeşil otların pişirildiğini ve pişen yemeğin masaya getirildiğini yazmıştır (*Pseudolus*, 3.2.22).

Plautus'un *Aulularia* oyununa ait metinde (*Aulularia*, 2.9) ve *Casina* oyununa ait metinde (*Casina*, 2.5.1) ekmeklere dair kısa anlatılar vardır. Hem ana öğünlerde, hem ara öğünlerde yemeklerin yanında tüketilen ekmeklere ve bu ekmeklerin pişirildiği fırınlara ilişkin kısa bilgiler geçmektedir. Ayrıca, Plautus, bir oyununda (*Captivi*, 4.4.9) yiyeceklerin depolarda saklandığından, başka bir oyununda (*Aulularia* 2.4) ise düğün ziyafeti hazırlamak için iki kiralık aşçı tutulduğundan bahseder.

Plautus'un eserlerinde şarap tüketimine dair kısa anlatılara da rastlanır. *Curculio* oyununda (*Curculio*, 1.1.75, 82) Khios Şarabı'na, kadehlere ve içilen şarabın yaydığı kokuya vurgu yapılır. *Bacchides* oyununda (*Bacchides*, 1.1; 4.9-10; 5.2) ise şarap içmekten ve bir tür ballı şarap olan *mulsum* içildiğinden, şaraplarla birlikte mezeler yendiğinden söz eder. *Stichus* oyununda (*Stichus*, 2.2; 5.1-2, 4, 6-7) şarap içmenin sağlıklı ve neşeli hissettirdiği, şarap içerken dans edildiği yazılmış, şarap testileri ve kadehlerin isimleri belirtilmiştir. *Rudens* oyununda (*Rudens* 4.2) ve *Miles Gloriosus* oyununda (*Miles Gloriosus*, 836) da, şaraptan farklı olan ve su ile şarap sirkesinin karıştırılmasıyla hazırlanan *posca* içeceğinin içildiğini aktarır. Ayrıca, Antik Dönem mutfaklarının en değerli sıvılarında biri olan zeytinyağı hakkında bilgi verir, zeytinyağının nasıl taşınması gerektiğinden bahseder (*Pseudolus*, 2.1.83-87).

Horatius

Modern dünyada Horace olarak bilinen Horatius'un tam adı Quintus Horatius Flaccus'tur, MÖ 65-8 yılları arasında yaşamış olan Horatius Roma edebiyatının önde gelen yazarlarından ve şairlerinden biridir (Harrison, 2014: 9-10). Güney İtalya'da, Apulia Bölgesi'nde doğan Horatius gençlik yıllarında Atina'ya gitmiş ve eğitim almış, sonra Roma ordusuna katılarak subaylık yapmış, daha sonra ise katiplik yapmıştır (Hornblower – Spawforth, 1999: 724). Politika, aşk, felsefe temalarının işlendiği hicivler, şiirler, mektuplar yazmıştır (Harrison, 2014: 34-94) ve günümüze ulaşan eserlerinde dönemin yeme-içme kültürüne ilişkin anlatılar yer almaktadır (Donahue, 2015: 11, 26-27, 119, 181, 278-279).

Horatius ana yemekler ve sofralar hakkında bilgi verir (*Epistulae*, 1.5.2). Kümes hayvanlarının ana yemek olarak pi irildi ini ve yemek masalarında yer aldığını söyler (*Satyrarum Libri*, 1.3.92). Sofralarda pırasa, nohut gibi pek çok sebzenin t ketildi ini yazmış (*Satyrarum Libri*, 1.6.115), et yemekleri arasında balık (*Satyrarum Libri*, 2.4.75-77) ve kümes hayvanları (*Satyrarum Libri*, 1.3.80-95) bulunduğunu belirtmiştir. Ayrıca, ana yemekler için kullanılan mutfak gereçlerinden bahsetmiş (*Satyrarum Libri*, 2.8.55,72), yemek sofralarında yemeklerin yanında tuzluk kullanıldığını aktarmıştır (*Satyrarum Libri*, 1.3.14).

Horatius eserlerinde,  araplara ilişkin bilgiler vermekte, şarapların yemek masasında sevilerek, sıklıkla t ketildi ini belirtmekte (*Satyrarum Libri*, 1.6.116-118; *Carmina*, 3.8.13),  arapların konduğu kaplardan bahsetmekte (*Carmina*, 1.36),  arapların, i ilmeden hemen önce yemek masalarında s z ld   n  anlatmaktadır (*Satyrarum Libri*, 2.3.142-144). Üretim bölgelerine göre farklılıklar gösteren şarap türlerinin adını sayar, bir tür Hellen  arabı olan Khios  arabı ile bir tür Roma  arabı olan Falernum  arabı'nın karıştırılarak içilmesinin yarattığı etkilere de inir (*Satyrarum Libri*, 1.10).

Horatius'un metinlerinde, balığın salamura olarak saklanması (*Satyrarum Libri*, 2.4.66) ve süt sa ımı (*Epodon*, 16.49) hakkında kısa bilgi yer alır. Ayrıca, suyun taşınmasına dair anlatımlar vardır ve su taşımak için gerekli olan gereçlerden söz edilmiştir (*Carmina*, 1.20).

Martialis

Tam adı Marcus Valerius Martialis'tir ve MS 1. yy.da ya amı  Romalı bir  airdir (Donahue, 2015: 280). MS 38-41 yılları arasında İspanya'da do mu  olan Martialis, gençlik yıllarından sonra Roma'ya taşınarak, yaşamının büyük bir kısmını burada geçirmiş, ömrünün son yıllarında memleketine geri dönmüş, MS 102-104 yılları arasında ölmüştür (Hornblower – Spawforth, 1999: 930).

Martialis'in 14 ciltten oluşan eserinin adı *Epigrammata*'dır ve *Epigramlar* anlamına gelir. Kitabın içeriği, adından da anlaşılacağı üzere, nüktedan tarzda kaleme alınmış kısa metinlerden oluşmaktadır. Epigram veya nükte, her türlü konuda yazılmış ilgi çekici, akılda kalıcı, bazen  a ırtıcı ve hicivsel ifadeler barındıran kısa metindir. Martialis'in kitabında da hayatın her alanına dair bu tarz epigramlar yer almakta, epigramlardan bazılarında ise yeme-içme kültürüne ilişkin kıymetli bilgiler bulunmaktadır (Donahue, 2015: 65, 176-177, 180-181, 280).

Martialis'in *Epigrammata* adlı eseri incelendiğinde, mantar yemeklerinden (*XIV*, 101), brokoli gibi yeşil sebzelerin pişirilerek masalara getirildi inden (*V*, 78) bahsedilir. Yaban domuzu etinin ocakta ateş üzerinde pi irildi ini söyler (*XIV*, 221). Balık yemeklerinin pi irildi ini anlatır (*XIII*, 81). Bunların yanında kabuklu deniz canlıları ile yumurtaların da sofralarda yer aldığını de inir (*XIV*, 121).

Martialis hamur i lerinin masalarda yer aldığını belirtir (*X*, 24). Etrüsk-Luna damgalı peynirin kölelere   le yemeğinde verildiğini; Vestini, Velabrum'un t ts lenmi  peyniri, Trebula peynir çeşitlerinin t ketildi inden bahsetmiştir (*XIII*, 30-33). Yemek sofralarındaki salatalar hakkında da bilgi verir, marul ve yanında sirke sosunun getirildiğini yazar (*III*, 50), soğan tüketimini anlatıp, gerektiğinde     yenmesini önerir (*III*, 75). Ayrıca, zeytinlerin saklama koşullarına dair kısa bilgiler sunar (*I*, 44).

Martialis'in epigramlarında  araplar hakkında da anlatımlar yer almış, şarap yapımı ve tüketimi hakkında kısa bilgiler aktarmıştır. Attika balı ile Falernum  arabı'ndan yapılmış *mulsum* i ece inden bahsetmiştir (*XIII*.108).  ıranın kaynatılarak saklandığını söylemiştir (*IV*, 46). Şarap tüketiminden de söz eder, masada bulunan şarapların so utuldu unu ve sonrasında bardaklara dolduruldu unu belirtir (*XII*, 60, *XIV*, 104), so uyan şarapların tortularından arındırılmak için s z l rek bardaklara d k ld   n  söyler (*XIV*, 103). Ayrıca arpa suyundan bahsedip, i ildi ini ifade eder (*XIII*, 6), sofralarda soğuk su yer aldığını vurgular (*XIV*, 106).

Galenos

MS 129-216 yılları arasında ya amı  olan Klaudios Galenos, Pergamon'da do mu , tıp eğitiminden sonra Roma'da hekimlik yapmıştır ve Antik Dönem tıp alanında Hippokrates'ten sonraki en önemli hekimdir (Boudon-Millot, 2024: 24-32). Yenilikçi tıp anlayışla  nc  çalışmalar ger ekle tirmi , anatomi, nöroloji,

fizyoloji ve cerrahi alanlarında etkili çalışmalar yürütmüş, bu konular hakkında pek çok kitap yazmıştır (Hornblower – Spawforth, 1999: 622). Geleneksel tıbbın yöntemleri arasında yer alan bitkilerle tedavi, diyet, sağlık ve beslenme konularına da yer vermiş, kitaplar yazmıştır (Wilkins, 2024: 361-365). Antik Dönem’den günümüze ulaşmış olan tüm kitapların, metinlerin ve pasajların önemli bir kısmı Galenos’un yazdığı eserlerden oluşur (Boudon-Millot, 2024: 33). Tıp alanında çok sayıda kitap yazdığı için, çağlar boyunca kitapları daima ilgi görmüş ve kopyalanmış, içindeki bilgiler sürekli kullanılmış, Avrupa ve İslam dünyası tüm Ortaçağ boyunca Galenos’un çalışmalarını önemli bir referans olarak kabul etmiştir (Kotrc – Walters, 1979: 256-304). Günümüze ulaşmış olan eserlerinde sağlıklı beslenme ve yeme-içme hakkında çok fazla bilgi yer almaktadır (Donahue, 2015: 238-240; Wilkins, 2024: 361-377). Galenos’un beslenme ve sağlık üzerine yazmış olduğu metinlerden biri bile (örneğin *Galenos, On Food and Diet*) incelendiğinde, Galenos’un yiyeceklere ve içeceklere dair kapsamlı yazıları olduğu, sayfalar dolusu anlatılar yaptığı görülür.

Anthimos

MS geç 5. yy. - erken 6. yy.da yaşayan Anthimos, Ostrogot Kralığı’nın saraylarında görev yapmış bir hekimdir (Hornblower – Spawforth, 1999: 101). Anthimos’un günümüze ulaşan *De Observatione Ciborum* adlı kitabı sağlık ve beslenme konularının bir arada değerlendirildiği, diyet beslenme hakkında yazılmış tavsiye niteliğinde bir eserdir (Dalby, 2003: 12). Anthimos’un kendisi bir Hellen olmasına rağmen, kitabını Latince olarak yazmıştır (Messing, 1942: 150-158). Kitabın içeriği incelendiğinde, Antik Dönem yeme-içme kültürüne yönelik kıymetli bilgiler olduğu görülür (Kokoszko, 2022: 65-90). Mantar ve yumurta tüketimi, baharatlı et yemeklerinin tarifi gibi değerli bilgiler barındırmaktadır (Kokoszko, 2021: 59-95).

Anthimos sağlıklı beslenme üzerine yazdığı kitabında, hayvanların iç organlarının tüketilmesi üzerine bilgiler vermiş (*De Observatione Ciborum*, 21); domuz ciğerinin insan sağlığına zararlı olduğunu ve mümkünse tüketilmemesi gerektiğini söylemiştir. Ancak, domuz ciğerinin isteğe bağlı olarak yenmesi gerekiyorsa bunun için basit bir ciğer pişirme yöntemi anlatmış, ciğeri yağda kızartmak yerine közde pişirilmesini önermiştir (*De Observatione Ciborum*, 21). Sığır etinin insan sağlığına en faydalı şekilde pişirilmesi için farklı bir yemek tarifi hazırlamış, tarifinde etin pişirilmesini aşama aşama anlatmış ve pek çok farklı bitkileri et ile birleştirmiştir (*De Observatione Ciborum*, 3).

Ana yemeklerin yanı sıra sağlıklı besinlerin neler olduğundan ve bu besinlerin pişirilme yöntemlerinden bahsetmiş, pirincin kullanım alanlarına değinmiş, süt ile pirincin en sağlıklı nasıl pişirilmesi gerektiğini tarif vererek anlatmıştır (*De Observatione Ciborum*, 70). Bu tarifinde pirinç anlamına gelen *Oryza* adında bir tatlı hazırlamıştır, insan sağlığı için faydalı bir besin olduğunu dile getirmiştir.

Anthimos, Hellenlerin *oksygala* (ὀξύγαλα), Romalıların *melca* olarak adlandırdıkları (Faas, 2003: 124; Alcock, 2006: 83) kesilmiş süttten yapılan bir süt ürününden de bahseder, sağlık için faydalı olduğunu ve bal ya da zeytinyağı ile tüketilmesi gerektiğine değinir (*De Observatione Ciborum*, 78).

SONUÇ

Eski Hellen ve Roma uygarlıklarının geliştiği Akdeniz havzası, gerek deniz ürünleri yönünden, gerekse toprağa dayalı beslenme konusunda son derece zengin bir coğrafyadır. Hellen ve Roma toplumunun gıda üretme becerisi ve teknolojisi, mutfak ve sofrası kültürü, beslenme alışkanlıkları hakkında oldukça fazla bilgiye sahibiz. Yiyecek ve içecek konusundaki bilgilerimizin temel kaynağı, o dönemde yaşamış kişiler tarafından yazılan ve günümüze ulaşan antik metinlerdir. Günümüze ulaşmış olan binlerce antik kaynağı incelediğimizde, hemen hemen her antik yazarın kısa da olsa, dolaylı olarak yeme-içme ile ilgili bilgi verdiğini söylemek mümkündür. Bazı antik yazarlar doğrudan yeme-içme ile ilgili kitap yazmış, bazıları ise kitaplarında yeme-içme konusuna oldukça geniş yer ayırmıştır.

Bu çalışmada, Antik Dönem yiyecek ve içecekleri ile ilgili bilgi veren antik yazarlar araştırılmıştır. Eserleri günümüze ulaşan yazarlardan Arkhestratos, Apicius, Cato, Columella, Varro, Plinius, Athenaios, Plautus, Aristophanes, Horatius, Martialis, Galenos ve Anthimos çalışma kapsamında incelenmiştir.

Yeme-içme konusunda bilgi veren antik metinlerin dillerine baktığımızda, eserlerin Antik Dönem’de Akdeniz havzasının hakim dilleri olan Hellence ve Latince yazıldıkları görülmektedir. Metinler, yazarının kendi ana diline göre değişiklik göstermekte, ya Hellence ya da Latince olarak yazılmıştır. Bu çalışmada incelediğimiz antik yazarlardan Arkhesratos, Athenaios ve Aristophanes eserlerini kendi dillerinde, Hellence olarak yazmışlardır. Anthimos Hellen olmasına rağmen kitabının yazım dili Latince’dir. Eserlerini Latince olarak kaleme alan diğer yazarlar ise Cato, Columella, Varro, Apicius, Plinius, Plautus, Horatius ve Martialis’tir.

MÖ 4. yy.da yaşayan Sicilyalı şair Arkhestratos yemek kültürü konusunda Antik Dönem’in önde gelen yazarlarından birisidir. Eserleri günümüze ulaşmayan Arkhestratos hakkında kendinden sonra yaşamış olan Athenaios bilgi vermektedir. Athenaios, Arkhestratos’un eserlerini okumuş ve alıntı yapmıştır. Arkhestratos, Akdeniz dünyasında en iyi yemeği nerede yenebileceği konusunda tavsiyelerde bulunur, yemeklerin malzemelerini sayar ve kısaca tariflerini verir.

MÖ 3. yy. sonu - 2. yy. ilk yarısında yaşamış olan siyasetçi ve devlet adamı Marcus Porcius Cato, çiftlik yönetimi ve tarım üzerine *De Re Rustica* adlı kitabı yazmıştır. Cato, kitabında bağ ve bahçe işlerinden bahsederken, yemekler ve içecekler konusunda da bilgi aktarmıştır. Bazı yemeklerin malzemelerini sıralamış, tarifini vermiştir. Sıra yapımını ve bazı özel şarapların nasıl yapılması gerektiğini yazmış, gıdaları muhafaza etme yöntemlerini anlatmıştır. Aynı şekilde, MÖ 1. yy.da yaşayan Marcus Terentius Varro’nun, kırsal yaşam ile ilgili *Rerum Rusticarum* adlı kitabının günümüze ulaşmış olan bölümlerinde de yemeklerden, şaraplardan ve gıda üretiminden bahsedilmektedir.

Romalı ünlü aşçı yazar Apicius’un, *De Re Coquinaria* adlı kitabı günümüze ulaşmış en kapsamlı yemek kitabıdır. İçerisinde lüks yemeklerin, sosların ve özel şarapların tarifleri yer almaktadır. Antik Dönem’in önemli aşçı yazarlarından birisi olan Apicius deniz ürünleri, tatlılar, hamur işleri, et ve sebze yemekleri gibi birbirinden farklı pek çok ürünün reçetesini vermektedir.

MS 1. yy.da yaşamış olan Lucius Junius Moderatus Columella, ağaçlar hakkında yazdığı *De Arboribus* adlı kitabıyla ve tarım üzerine yazdığı *De Re Rustica* adlı kitabıyla bilinmektedir. Her iki kitabı da günümüze ulaşmıştır ve Antik Dönem yeme-içme kültürüyle ilişkili değerli bilgiler barındırır. Küçük bir kitap olan *De Arboribus*’un içinde yiyecek ve içecekler hakkında sınırlı bilgi yer alırken, Columella’nın 12 ciltten oluşan *De Re Rustica* adlı kitabında şaraplardan, tatlılardan ve süt ürünlerinden ayrıntılı şekilde bahsedilmekte, tarifleri verilmekte, gıda saklama ve depolama konusunda yöntemler anlatılmaktadır.

MS 1. yy.da yaşayan ve Yaşlı Plinius olarak bilenen Gaius Plinius Secundus’un *Naturalis Historia* adlı eseri 37 kitaptan oluşmaktadır, doğa ve yaşam ile ilgili hemen hemen her konudan bahsetmektedir. Astronomiden coğrafyaya, insan fizyolojisinden hayvanlara, botanikten madencilik ve mineralojiye kadar her alanda kapsamlı bilgiler içeren *Naturalis Historia*’da tarım, bağcılık, zeytincilik ve tıp konularının anlatıldığı pasajlarda yemekler, ekmekler ve şaraplar ile ilgili değerli bilgiler ve tarifler yer alır.

MS 2. yy. sonu - 3. yy. başında yaşamış olan ve yeme-içme kültürü konusunda kapsamlı bir kitap yazmış olan Athenaios’un *Deipnosophistai* adlı eseri 15 ciltten oluşmaktadır. Athenaios kitabında müzik, şarkılar, danslar ve felsefe gibi pek çok konudan bahsetse de, ağırlıklı olarak yeme-içme üzerine bilgiler aktarmaktadır. Sıklıkla kendinden önceki yazarlara atıflar yaparak yemeklerin ve içeceklerin tariflerini anlatmakta, isim kökeninden ve malzemelerinden bahsetmekte, yemekler ve içecekler üzerine tartışmalar yapmaktadır. Sosların, mezelerin, hamur işlerinin, tatlıların yapımı ve tüketimi konusunda aydınlatıcı bilgiler sunmaktadır. Athenaios özellikle şaraplar ile ilgili geniş bilgiler vermiş, şarapların içeriğini, hazırlanışını ve tüketimini ayrıntılı olarak bizlere aktarmıştır. Kendinden önceki yazarlara sıklıkla atıf yaptığı için, Athenaios’un kitabını incelediğimizde Arkaik, Klasik, Hellenistik ve Roma dönemlerini kapsayan oldukça geniş bir zaman dilimi hakkında fikir sahibi oluruz.

Antik Dönem insanları tarafından beslenme ile sağlık ve tedavi konuları yakın ilişki içinde görülmüştür. Pek çok antik yazar sağlıktan bahsederken yiyeceklerden ve içeceklerden de söz etmiştir. MS 2. yy.da yaşamış ünlü hekim Klaudios Galenos’un pek çok eserinde bitkisel ilaç tedavisi, diyet, tedavi ve sağlık açısından

beslenmenin önemi vurgulanmış, tahıllar, baharatlar, sebzeler, meyveler, et türleri, yemekler ve şaraplar anlatılmıştır. MS 5. yy. sonu - 6. yy. başında yaşamış bir hekim olan Anthimos'un *De Observatione Ciborum* adlı kitabı Antik Dönem beslenme kültürü hakkında kıymetli bir eserdir. Anthimos, sağlıklı beslenme konusunda yiyeceklerin önemine değinmekte, bazı yemeklerin malzemelerini saymakta, tariflerini anlatmaktadır. Anthimos'un eseri Antik Dönem yeme-içme kültürünü öğrenmemiz ve diyet beslenme tarihi açısından değerli bir kaynaktır.

Yeme-içme konusunda ayrıntılı anlatımlar yapan yazarlar dışında, eserlerinde yemeklerden ve içeceklerden kısaca bahseden yazarlar da vardır. Özellikle oyun yazarları ve şairler eserlerinde gündelik yaşamdan kesitler sunarken mutfaklardan ve sofralardan da bahsetmiş, yemekler ve içecekler hakkında değerli bilgiler aktarmıştır. MÖ 5. yy. sonu 4. yy. başında eserler veren komedi yazarı Aristophanes'in oyunlarında ve MÖ 3. yy. sonu 2. yy. başında yaşayan komedi yazarı Titus Maccius Plautus'un oyunlarında yiyecekler ve içecekler dair çarpıcı bilgiler görmek mümkündür. MÖ 1. yy.da yaşamış olan ve batı dünyasında *Horace* olarak bilinen şair Horatius'un pek çok eserinde ve MS 1. yy.da eser veren şair Marcus Valerius Martialis'in *Epigrammata* adlı kitabında sofrası kültürü ve şarap tüketimi hakkında fikir edinmemizi sağlayan anlatımlar vardır.

KAYNAKÇA

Antik Kaynaklar

Anthimos, *De Observatione Ciborum*.

Anthimi, *De observatione ciborum epistula ad Theudericum, regem Francorum*, B. G. Teubneri, Lipsiae 1877.

Apicius, Marcus Gavius, *De Re Coquinaria*.

Marco Gavio Apicio *Cocina Romana*, Traduccion de Barbara Pastor Artigues, Tercera Edicion, Editorial Coloquio, Madrid 1987.

Aristophanes, *Akharneis*.

Aristophanes, *Acharnians, Knights*, Edited and Translated by J. Henderson, Loeb Classical Library 178, Harvard University Press, Cambridge 1998.

Aristophanes, *Batrakhoi*.

Aristophanes, *Frogs, Assemblywomen, Wealth*, Edited and Translated by J. Henderson, Loeb Classical Library 180, Harvard University Press, Cambridge 2002.

Aristophanes, *Eirene*.

Aristophanes, *Clouds, Wasps, Peace*, Edited and Translated by J. Henderson, Loeb Classical Library 488, Harvard University Press, Cambridge 1998.

Aristophanes, *Ekklesiazousai*.

Aristophanes, *Frogs, Assemblywomen, Wealth*, Edited and Translated by J. Henderson, Loeb Classical Library 180, Harvard University Press, Cambridge 2002.

Aristophanes, *Geras*.

Aristophanes, *Fragments (Old Age)*, Edited and translated by J. Henderson, Loeb Classical Library 502, Harvard University Press, Cambridge 2008.

Aristophanes, *Hippeis*.

Aristophanes, *Acharnians, Knights*, Edited and Translated by J. Henderson, Loeb Classical Library 178, Harvard University Press, Cambridge 1998.

Aristophanes, *Lysistrata*.

Aristophanes, *Birds, Lysistrata, Women at the Thesmophoria*, Edited and Translated by J. Henderson, Loeb Classical Library 179, Harvard University Press, Cambridge 2000.

Aristophanes, *Nephelai*.

Aristophanes, *Clouds, Wasps, Peace*, Edited and Translated by J. Henderson, Loeb Classical Library 488, Harvard University Press, Cambridge, 1998.

Aristophanes, *Ornithes*.

Aristophanes, *Birds, Lysistrata, Women at the Thesmophoria*, Edited and Translated by J. Henderson, Loeb Classical Library 179, Harvard University Press, Cambridge 2000.

Aristophanes, *Ploutos*.

Aristophanes, *Frogs, Assemblywomen, Wealth*, Edited and Translated by J. Henderson, Loeb Classical Library 180, Harvard University Press, Cambridge 2002.

Aristophanes, *Sphekes*.

Aristophanes, *Clouds, Wasps, Peace*, Edited and Translated by J. Henderson, Loeb Classical Library 488, Harvard University Press, Cambridge, 1998.

Aristophanes, *Thesmophoriazousai*.

Aristophanes, *Birds, Lysistrata, Women at the Thesmophoria*, Edited and Translated by J. Henderson, Loeb Classical Library 179, Harvard University Press, Cambridge 2000.

Arkhestratos

Olson, S. D. - Sens, A., *Arkhestratos of Gela: Greek Culture and Cuisine in the Fourth Century BCE*, Oxford University Press, Oxford 2000.

Athenaios, *Deipnosophistai*.

Athenaeus, *The Deipnosophists, Volume I, Books 1–3.106e*, with an English Translation by Ch. Burton Gulick, William Heinemann Ltd., London 1927.

Athenaeus, *The Deipnosophists, Volume II, Books 3.106e–5*, with an English Translation by Ch. Burton Gulick, William Heinemann Ltd., London 1928.

Athenaeus, *The Deipnosophists, Volume III, Books 6–7*, with an English Translation by Ch. Burton Gulick, William Heinemann Ltd., London 1929.

Athenaeus, *The Deipnosophists, Volume IV, Books 8–10*, with an English Translation by Ch. Burton Gulick, William Heinemann Ltd., London 1930.

Athenaeus, *The Deipnosophists, Volume V, Books 11–12*, with an English Translation by Ch. Burton Gulick, William Heinemann Ltd., London 1933.

Athenaeus, *The Deipnosophists, VI, Books 13–14.653b*, with an English Translation by Ch. Burton Gulick, William Heinemann Ltd., London 1937.

Athenaeus, *The Deipnosophists, Volume VII, Books 14.653b–15*, with an English Translation by Ch. Burton Gulick, William Heinemann Ltd., London 1941.

Cato, Marcus Porcius, *De Re Rustica/ De Agri Cultura*.

Cato, *On Agriculture*, Translated by W. D. Hooper - H. Boyd Ash, Loeb Classical Library 283, Harvard University Press, Cambridge 1934.

Columella, Lucius Iunius Moderatus, *De Arboribus*.

Columella, *On Agriculture, Volume III: Books 10-12, On Trees*, Translated by E. S. Forster – E. H. Heffner, Loeb Classical Library 408, Harvard University Press, Cambridge, 1955.

Columella, Lucius Iunius Moderatus, *De Re Rustica*.

Columella, *On Agriculture, Volume I: Books 1-4*, Translated by H. Boyd Ash, Loeb Classical Library 361, Harvard University Press, Cambridge 1941.

Columella, *On Agriculture, Volume II: Books 5-9*, Translated by E. S. Forster – E. H. Heffner, Loeb Classical Library 407, Harvard University Press, Cambridge, 1954.

Columella, *On Agriculture, Volume III: Books 10-12, On Trees*, Translated by E. S. Forster – E. H. Heffner, Loeb Classical Library 408, Harvard University Press, Cambridge 1955.

Galenos, Klaudios.

Galenos: *On Food and Diet*, Translated by M. Grant, Routledge, London 2000.

Horatius, Q. Flaccus (Horace), *Ars Poetica*.

Horace, *Satires, Epistles, The Art of Poetry*, Translated by H. Rushton Fairclough, Loeb Classical Library 194, Harvard University Press, Cambridge 1926.

Horatius, Q. Flaccus (Horace), *Carmina*.

Horace, *Odes and Epodes*, Edited and Translated by N. Rudd, Loeb Classical Library 33, Harvard University Press, Cambridge 2004.

Horatius, Q. Flaccus (Horace), *Epistulae*.

Horace, *Satires, Epistles, The Art of Poetry*, Translated by H. Rushton Fairclough, Loeb Classical Library 194, Harvard University Press, Cambridge 1926.

Horatius, Q. Flaccus (Horace), *Epodon*.

Horace, *Odes and Epodes*, Edited and Translated by N. Rudd, Loeb Classical Library 33, Harvard University Press, Cambridge 2004.

Horatius, Q. Flaccus (Horace), *Satyrarum Libri*.

Horace, *Satires, Epistles, The Art of Poetry*, Translated by H. Rushton Fairclough, Loeb Classical Library 194, Harvard University Press, Cambridge 1926.

Martialis, Marcus Valerius, *Epigrammata*.

Martial, *Epigrams, Volume I: Spectacles, Books 1-5*, Edited and Translated by D. R. Shackleton Bailey, Loeb Classical Library 94, Harvard University Press, Cambridge, 1993.

Martial, *Epigrams, Volume II: Books 6-10*, Edited and Translated by D. R. Shackleton Bailey, Loeb Classical Library 95, Harvard University Press, Cambridge, 1993.

Martial, *Epigrams, Volume III: Books 11-14*, Edited and Translated by D. R. Shackleton Bailey, Loeb Classical Library 480, Harvard University Press, Cambridge, 1993.

Platon, *Gorgias*

Plato, *Lysis, Symposium, Gorgias*, Translated by W. R. M. Lamb, Loeb Classical Library 166, Harvard University Press, Cambridge 1925.

Plautus, Titus Maccius, *Amphitruo*.

Plautus, *Amphitryon, The Comedy of Asses, The Pot of Gold, The Two Bacchises, The Captives*, Edited and Translated by W. de Melo, Loeb Classical Library 60, Harvard University Press, Cambridge 2011.

Plautus, Titus Maccius, *Aulularia*.

Plautus, *Amphitryon, The Comedy of Asses, The Pot of Gold, The Two Bacchises, The Captives*, Edited and Translated by W. de Melo, Loeb Classical Library 60, Harvard University Press, Cambridge 2011.

Plautus, Titus Maccius, *Bacchides*.

Plautus, *Amphitryon, The Comedy of Asses, The Pot of Gold, The Two Bacchises, The Captives*, Edited and Translated by W. de Melo, Loeb Classical Library 60, Harvard University Press, Cambridge 2011.

Plautus, Titus Maccius, *Captivi*.

Plautus, *Amphitryon, The Comedy of Asses, The Pot of Gold, The Two Bacchises, The Captives*, Edited and Translated by W. de Melo, Loeb Classical Library 60, Harvard University Press, Cambridge 2011.

Plautus, Titus Maccius, *Casina*.

Plautus, *Casina, The Casket Comedy, Curculio, Epidicus, The Two Menaechmuses*, Edited and Translated by W. de Melo, Loeb Classical Library 61, Harvard University Press, Cambridge 2011.

Plautus, Titus Maccius, *Curculio*.

Plautus, *Casina, The Casket Comedy, Curculio, Epidicus, The Two Menaechmuses*, Edited and Translated by W. de Melo, Loeb Classical Library 61, Harvard University Press, Cambridge 2011.

Plautus, Titus Maccius, *Miles Gloriosus*.

Plautus, *The Merchant, The Braggart Soldier, The Ghost, The Persian*, Edited and Translated by W. de Melo, Loeb Classical Library 163, Harvard University Press, Cambridge 2011.

Plautus, Titus Maccius, *Persa*.

Plautus, *The Merchant, The Braggart Soldier, The Ghost, The Persian*, Edited and Translated by W. de Melo, Loeb Classical Library 163, Harvard University Press, Cambridge 2011.

Plautus, Titus Maccius, *Pseudolus*.

T. Maccius Plautus, *The Little Carthaginian, Pseudolus, The Rope*, Edited and Translated by W. de Melo, Loeb Classical Library 260, Harvard University Press, Cambridge 2012.

Plautus, Titus Maccius, *Rudens*.

T. Maccius Plautus, *The Little Carthaginian, Pseudolus, The Rope*, Edited and Translated by W. de Melo, Loeb Classical Library 260, Harvard University Press, Cambridge 2012.

Plautus, Titus Maccius, *Stichus*.

T. Maccius Plautus, *Stichus, Trinummus, Truculentus, Tale of a Travelling Bag, Fragments*, Edited and Translated by W. de Melo, Loeb Classical Library 328, Harvard University Press, Cambridge 2013.

Plinius, Gaius Secundus, *Naturalis Historia*.

Pliny, *Natural History, Volume I: Books 1-2*, Translated by H. Rackham, Loeb Classical Library 330, Harvard University Press, Cambridge 1938.

Pliny, *Natural History, Volume II: Books 3-7*, Translated by H. Rackham, Loeb Classical Library 352, Harvard University Press, Cambridge 1942.

Pliny, *Natural History, Volume III: Books 8-11*, Translated by H. Rackham, Loeb Classical Library 353, Harvard University Press, Cambridge 1940.

Pliny, *Natural History, Volume IV: Books 12-16*, Translated by H. Rackham, Loeb Classical Library 370, Harvard University Press, Cambridge 1945.

Pliny, *Natural History, Volume V: Books 17-19*, Translated by H. Rackham, Loeb Classical Library 371, Harvard University Press, Cambridge 1950.

Pliny, *Natural History, Volume VI: Books 20-23*, Translated by W. H. S. Jones, Loeb Classical Library 392, Harvard University Press, Cambridge 1951.

Pliny, *Natural History, Volume VII: Books 24-27*, Translated by W. H. S. Jones - A. C. Andrews, Loeb Classical Library 393, Harvard University Press, Cambridge 1956.

Pliny, *Natural History, Volume VIII: Books 28-32*, Translated by W. H. S. Jones, Loeb Classical Library 418, Harvard University Press, Cambridge 1963.

Pliny, *Natural History, Volume IX: Books 33-35*, Translated by H. Rackham, Loeb Classical Library 394, Harvard University Press, Cambridge 1952.

Pliny, *Natural History, Volume X: Books 36-37*, Translated by D. E. Eichholz, Loeb Classical Library 419, Harvard University Press, Cambridge 1962.

Varronis, Marcus Terentius, *Rerum Rusticarum*.

Varro, *On Agriculture*, Translated by W. D. Hooper - H. Boyd Ash, Loeb Classical Library 283, Harvard University Press, Cambridge 1934.

Modern Kaynaklar

Alcock, J. P. (2006). *Food in the Ancient World*. Greenwood Publishing Group. London.

Astin, A. E. (1978). *Cato the Censor*. Oxford University Press. Oxford.

Braund, D. – Wilkins J. (2000). *Athenaeus and His World: Reading Greek Culture in the Roman Empire*. D. Braund - J. Wilkins (Eds.). University of Exeter Press. Exeter.

Boudon-Millot, V. (2024). Galen: Life and Works. In P. N. Singer – R. M. Rosen (Eds.), *The Oxford Handbook of Galen*. Oxford University Press: 23-42.

Butterfield, D. J. (2015). Introduction. In D. J. Butterfield (Eds.), *Varro Varius*. The Cambridge Philological Society: 1-16.

Dalby, A. (1995). Archestratos: Where and When?. In J. Wilkins -F. D. Harvey - M. J. Dobson (Eds.), *Food in Antiquity*. Exeter University Press: 400-412.

Dalby, A. (1998). *Cato: On Farming*. Prospect Books. Totnes.

- Dalby, A. (2003). *Food in the Ancient World from A to Z*. Routledge. London.
- Donahue, J. F. (2015). *Food and Drink in Antiquity: A Sourcebook: Readings from the Graeco-Roman World*. Bloomsbury Publishing. London.
- Faas, P. (2003). *Around the Roman Table*. Palgrave MacMillan. New York.
- Forster, E. S. (1950). Columella and His Latin Treatise on Agriculture. *Greece and Rome* Vol. 19, 123-128.
- Gagarin, M. (2010). *The Oxford Encyclopedia of Ancient Greece and Rome* Vol. 1. Oxford University Press. Oxford.
- Gibson, R. K. – Morello, R. (2011). *Pliny the Elder: Themes and Contexts*. Brill. Leiden.
- Grocock, C. - Grainger, S. (2006). *Apicius: A Critical Edition with an Introduction and English Translation*. Prospect Books. Totnes.
- Güveloğlu, A. (2019). Antik Çağ'ın Damak Tadı Düşkünü Yazarları. *Tarih ve Gelecek Dergisi* 5 (2), 256-272.
- Güveloğlu, A. (2023). Gelalı Arkhestratos'un Gözünden Batı Anadolu'daki Lezzet Olgusu. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi* 10 (3), 642-656.
- Güveloğlu, A. – Tönbekici, M. (2023). *Apicius'un İzinde: Antik Roma'da Bir Gurme: Çeviri, Yorum ve Uygulamalarla*. Sakin Kitap. İzmir.
- Harrison, S. J. (2014). *Horace*. Greece–Rome: New Surveys in The Classics No. 42. Cambridge University Press. Cambridge.
- Hornblower, S. - Spawforth, A. (1999). *The Oxford Classical Dictionary*. Third Edition. Oxford University Press. Oxford.
- Kokoszko, M. (2021). Anthimus and His Work, or on Aromatics and Wildfowl in De Observatione Ciborum. *Symbolae Philologorum Posnaniensium Graecae et Latinae* 31(2), 59-95.
- Kokoszko, M. (2022). On Anthimus and His Work. *VOX PATRUM* 81, 65-90.
- Kotrc, R. F. – Walters, K. R. (1979). A bibliography of the Galenic Corpus. A newly researched list and arrangement of the titles of the treatises extant in Greek, Latin, and Arabic. *Trans Stud Coll Physicians Phila*, 1(4), 256–304.
- Messing, G. M. (1942). Remarks on Anthimus De Observatione Ciborum. *Classical Philology*, Vol. 37/2, 150-158.
- Murphy, T. (2004). *Pliny the Elder's Natural History: the Empire in the Encyclopedia*. Oxford University Press. Oxford.
- Nelsestuen, G. A. (2015). *Varro The Agronomist: Political Philosophy, Satire and Agriculture in the Late Republic*. The Ohio State University Press. Columbus.
- Olson, S. D. - Sens, A. (2000). *Archestratos of Gela: Greek Culture and Cuisine in the Fourth Century BCE*. Oxford University Press. Oxford.
- Scina, D. (1842). *Archestratos- Gastronomica*. G. Antonelli. Venice.
- Vehling, J. D. (1977). *Apicius: Cookery and Dining in Imperial Rome. A Bibliography, Critical Review and Translation of the Ancient Book known as Apicius de re Coquinaria*. Dover Publications. New York.
- Wilkins, J. - Hill, S. (1994). *Archestratos: Fragments from The Life of Luxury*. Prospect Books. Totnes.
- Wilkins, J. – Hill, S. (2006). *Food in the Ancient World*. Blackwell Publishing. Malden.
- Wilkins, J. (2024). Galen on Food, Diet, and the Healthy Life. In P. N. Singer – R. M. Rosen (Eds.), *The Oxford Handbook of Galen*, Oxford University Press: 361-378.

Yozgat'ın Şehir Kültürünün Oluşumunda Gastronomi Turizminin Katkıları¹

Lütfi Arslan

Dr. Yozgat Milli Eğitim Müdürlüğü

E-posta: lutfiarslan8@gmail.com

Orcid Numarası: 0000-0002-5844-7732

1.GİRİŞ

Bir ülkenin veya bölgenin sosyokültürel yönlerinin tanıtımı, o yerin sahip olduğu sosyokültürel değerlerin diğer tanıtım stratejilerini destekleyici unsurlar olarak kullanılmasıyla gerçekleşir. Turistik tanıtım, doğal, kültürel ve tarihi zenginliklerin iç ve dış turizm pazarlarına çeşitli yöntemler ve etkinlikler aracılığıyla sunulmasıyla yapılmaktadır. Seyahat kolaylıklarının sağlanması ve yenilikçi yaklaşımlar, gastronomik değerlerin ve çeşitliliğinin ülke veya bölge imajına önemli katkılar sağlamaktadır. Bu sayede, yerel kültürler daha belirgin hale gelmektedir. Destinasyon odaklı turizmin çeşitlendirilmesine yönelik “yeni turizm” girişimleri, yeni dünya düzeninde daha fazla önem kazanmıştır. Özellikle gastronomi turizmi, yerel kültürün ilgi çekici yeme-içme alışkanlıklarını tatil konseptleri içinde pazarlamanın kritik bir bileşeni olmuştur. Mutfak kültürleri, ülkelerin turizm pazarlamasında kilit araçlardan biri konumuna yükselmiştir. Yemeklerin hazırlanışından sunumuna kadar her detay, turizmin bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Etkinliklerin çeşitliliği ve öneminin yanı sıra, bu faaliyetlerin turizm sektörüne sağladığı canlılık, sosyal açıdan da taşınmaz bir etki yaratarak, ülkeler ve bölgeler için büyük katkılar sağlamaktadır. Farkındalığın giderek arttığı bu faaliyet, zamanla daha fazla ilgi görmekte ve gelişmektedir.

Gastronomi turizmi, bir şehrin sosyokültürel durumunun tanınmasında önemli bir rol oynamaktadır. Gastronomi turizmi, o şehrin tarihi ve kültürel mirasını ortaya çıkarmada, kentin mutfak ve yerel lezzetler açısından kimliliğinin önemli bir bölümünün tanıtılmasında ciddi bir yere sahiptir. Gastronomi turizmi, bir şehri bu bakımdan farklı kılarak turistlerin ilgisini çekmekte ve şehrin kimliğinin daha belirgin hale getirilmesinde de önemli bir yere sahiptir. Bir şehrin yerel halkının gastronomi üzerinden gerçekleştirdiği sosyokültürel bağlar ve bunun ekonomiye katkıları, kentin kimliğinin oluşmasını destekleyen unsurlar arasındadır. Yerel lezzetlerin sürdürülebilir üretim ve tüketimi de kentin kimliğinin oluşmasında etkilidir. Günümüzde Online platformlar ile çok geniş bir kitleye ulaşan gastronomi turizmi şehirlerin daha hızlı ve her yönüyle tanıtılmasını sağlamakta ve ayrıca o şehrin gastronomi kimliğinin ortaya çıkmasında şekillendirici bir etki yapmaktadır. Gastronomik etkinliklerin tanıtımında gerçekleştirilen çalışmaların eksikliği, bu etkinliklerden elde edilebilecek en yüksek faydayı engellemektedir. Bu tür etkinliklerin bilinirliğinin artırılması, önemli bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır. İlgili konu üzerine yapılan araştırmaların literatürde oldukça sınırlı olması, bu çalışmanın gereğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, araştırmanın temel sorusu “Gastronomi turizminin gelişmemiş bir destinasyon olan Yozgat üzerindeki katkıları ve etkileri nelerdir?” şeklinde belirlenmiştir. Araştırmanın bu problem etrafında, Yozgat'ın gastronomik turizm ürünlerinin şehir kimliğine olan etkisinin literatür çerçevesinde belirlenmesi amaçlanmaktadır. Yozgat'ın gastronomik çeşitliliğinin sosyokültürel ve ekonomik açılardan sağladığı katkılar araştırılmıştır.

Bu çalışmada Yozgat'ın yerel mutfağının öncelikle gastronomik kimliği üzerinde sonrasında ise kent kimliğindeki ilişkiyi belirlemede durum analizinden faydalanılmıştır. araştırma sorularına ayrıntılı cevap aramak için nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

¹ 17-21 Ekim 2024 tarihinde Aydın- Kuşadası'nda yapılan 8. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi'nde bu çalışmadan faydalanılmıştır.

2. LİTERATÜR (KAVRAMSAL / KURAMSAL ÇERÇEVE)

Yunanca “gastri (mide)” ile “nomos (yasa, kurallar)” kelimelerinden türeyen “gastronomi” kavramı, Fransızcada “yemeği iyi yeme merakı; sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi” anlamlarına gelmektedir (Çakır 2009; 48-50; Can vd. 2012; 875-882). Gastronomi kavramın ilk kez 1801’de Joseph Berchoux’un “Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan” eserinde kullanılmış, Fransızcaya yerleşmiştir. Buna ilaveten Charles Monselet gastronomiyi “bütün şart ve yaşlarda tadılabilen haz” olarak tanımlamış ve bu kavram 1835 yılında Fransız Akademisince literatüre girmiştir (Scarpa 2002; 53-58; Mil 2009; Göker 2011). Gastronomi kavramı, tarihi geçmişi çok ötelere giden bir kavram olmasına rağmen aynı zamanda bir bilim dalını da ifade etmektedir. Buna karşılık gastronomi turizmi, özellikle son yıllarda çok tartışılan ve farklı bakış açılarıyla literatüre yeni çalışmaların kazandığı bir alan durumundadır (Sezgin, 2018; 80-83).

Gastronomi turizmi kavramı, mutfak kültürü, yeme-içme ile ilgili araştırmalar oldukça yenidir. Bu yenilik ülke ve bölgeleri, yeni bir turizm pazarı oluşturma ve turizm gelirlerini arttırma konusunda heveslendirmektedir. Coğrafya, tarih, etnik çeşitlilik, mutfak görgü kuralları, hakim tatlar ve tarifler bir ülkenin “mutfak kimliğinin” belirlenmesinde en temel unsurlardır. Çevre faktörü içerisinde ise coğrafya, iklim, mikro iklimler, yerel ürünler ve yeni ürünlerin bölgeye adaptasyonu, kültürel faktörü, bölgenin tarihi, etnik çeşitliliği, deneme yanılmayı, gelenekleri, inançları ve değerleri ise alt unsurları oluşturmaktadır.

Gastronomide dış çevre faktörü, araştırmacılar tarafından içecek, yiyecek ve restoran işletmeciliği ile ilgili çeşitli konularda öne sürülen önemli bir endişe alanı olmuştur: şarap üretimi, gıda üretimi, yönetim ve ürün yenilikleri literatürü. Kültür ve özellikle mutfak kültürü kelimesi ile gıda ürünlerine dair kültürel çalışmalar, XX yüzyılda sosyolog ve antropologlarca verimli çalışmalar ortaya konulsa da istenilen nitelik ve niceliğe sahip çalışmalar yetersizdir. YÖK Ulusal Tez Merkezinin arama tabanından “yiyecek turizmi-gastronomi” anahtar sözcükleriyle tarama yapıldığında bu alanla ilişkili ilk yüksek lisans tezinin 1987’de tamamlandığı görülmektedir. 2024 yılı itibariyle yapılan tez çalışmalarında büyük artışlar olduğu görülmüştür. Ancak gastronomi turizminin Yozgat ve yöresinin kimliğine katkılarına ışık tutan tez ve diğer bilimsel araştırmaların istenilen sayı ve seviyede olmadığı söylenebilir.

Yozgat’ın turizm kaynakları ile ilgili bugüne kadar yapılan çalışmalar incelendiğinde bu çalışmaların şu konuları kapsadığı görülmüştür; “Türkiye’nin ilk milli parkı olan Yozgat Çamlığı Milli Parkı, Dünyada iki tane bulunan ve bir tanesi Yozgat Sarıkaya ilçesinde bulunan Tarihi Roma Hamamı (Basilica Therma), İç Anadolu Bölgesi’nin blok halindeki en büyük çam ormanları olan Akdağmadeni ve Çayıralan Ormanları, Türkiye’nin en büyük barajları arasında yer alan Çekerek Barajı, Türkiye’de tek olan ve yaklaşık bin dönümlük bir arazi üzerinde bulunan Lavanta Adası, Türkiye’nin tek parça halindeki en büyük meyve bahçesi olan Kabalı Meyve Bahçesi, yaklaşık 1 km.’lik uzunluğu ile her mevsim rafting sporuna uygun Çekerek Saklı Bahçe Rafting Parkuru, Aydıncık Kazankaya Kanyonu, Hisarbey Yaylası, Şirinyayla, Uzunçayır Yaylası, Eğriağz Yaylası ve Cennet Deresi” gibi el değmemiş yaylaları, pek çok bölgesine yayılmış bulunan jeotermal su kaynakları, coğrafi işaretli ürünlerinin yanı sıra tarihi milattan önceye uzanan antik şehirleri, geçmişi 800 yıla kadar giden tarihi camileri, kiliseleri ve tarihi konakları ile önemli bir kırsal turizm destinasyonu olma potansiyeli barındırdığı görülmektedir. Diğer taraftan ilin Türkiye’nin UNESCO kültürel miras listesinde bulunan en önemli turistik destinasyonlarından Kapadokya Bölgesi ve Hattuşaş’ı birbirine bağlayan geçiş güzergâhında bulunması da turizm konusunda benzersiz bir avantaj oluşturmaktadır (Atsız, 2021, 225-235).

3.YÖNTEM

Toplumların farklı yaşam koşulları, gelenek, görenek ve kültürel özellikleri, beslenme biçimlerini ve alışkanlıklarını etkileyerek şehirlerin kimliklerinin oluşumunu

çeşitlendirmiştir. Bir topluma özgü olan ve onu diğerlerinden ayıran yiyecek üretimi, tüketimi, taşıma, depolama ve tüketim alışkanlıklarının tümü “gastronomik kimlik” terimiyle ifade edilir. Bu araştırmada, Yozgat ilinin sahip olduğu gastronomik kimliğin belirlenmesi ve ürün çeşitliliğinin ortaya konulması açısından, gastronomi turizminin Yozgat’ın şehir kimliğinin oluşumundaki katkıları incelenmiştir. Bunun nedeni Yozgat’ın yerel lezzetlerinin gastronomi turizmindeki ve kent kimliğinin keşfindeki yerinin belirlenmesinin Yozgat’da alternatif turizm açısından değerlendirilmek istenmesidir. Bu amaçla Yozgat’ın yerel mutfağının öncelikle gastronomik kimliği üzerinde sonrasında ise kent kimliğindeki ilişkiyi belirlemede durum analizinden faydalanılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda şu sorulara yanıt aranmıştır:

1. Gastronomi turizminin Yozgat’ın şehir kimliğinin oluşumuna katkıları nelerdir?
2. Yozgat’a ait gastronomi ürünlerinin kent kimliği oluşumunda kullanılma durumu nelerdir?

Bu araştırma sorularına ayrıntılı cevap aramak için nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu modelde elde edilen verilerin yorumlanmasında tümdengelim tekniğinden faydalanılmıştır. Bu teknik ve yöntemin tercih edilmesinin bu araştırmanın orijinallliği için uygun bir yöntem olduğuna karar verilmiştir. Yozgat’ın yerel mutfağına ait ürünleri, bu ürünlerin turizmde kullanılma durumu ve bunun şehir kimliğinin oluşum sürecine katkısının ortaya konulması açısından nitel araştırma yönteminin uygun olduğu söylenebilir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan doküman incelemesi usulü kullanılmıştır (Bowen, 2009, 30-38). Böylece bu çalışmada Yozgat’ın mutfak kültürü, gastronomi turizmi ve gastronomik turizm ürünlerinin ortaya çıkarıldığı kitaplar, makaleler, akademik çalışmalar, haber siteleri incelenen kaynaklar arasında yer almaktadır. Bu araştırmada doküman incelemesi yöntemi kullanıldığı için herhangi bir etik kurul iznine ihtiyaç olmamıştır. Araştırmada kullanılan kaynaklar ile araştırmanın soruları cevaplanmaya çalışılmış, içerik analizi yoluyla da bulgular ortaya konulmuştur. Bu araştırmada bilimsel araştırmaların referans ve alıntı verilerini sağlayan “WoS ve Google Scholar” platformları ayrıntılı olarak kullanılmıştır. Bu platformlarda “Yozgat ve gastronomi, Yozgat mutfağı, Yozgat yerel lezzetleri vb.” kvarmalar arattırılmıştır. Elde edilen sonuçlardan sadece makale türündeki çalışmalar incelenmiştir. Buradaki bilimsel çalışmalar elde edilen dokümanların temelini oluşturmuştur. Bu platformlarda toplam 46 makale incelenmiştir. Ayrıca Yozgat’ın turizm potansiyeli ve sorunlarına ilişkin II. Uluslararası Bozok Sempozyumunda sunulan bildiriler derinlemesine incelenmiştir. kitabındaki Elde edilen veriler tarama, tespit etme ve dahil etme aşamalarıyla kullanılmıştır.

4.ARAŞTIRMANIN YAYGIN ETKİSİ VE SINIRLILIKLARI

Gastronomi turizminin yeni bir olgu olması, son on yılda bu alandaki araştırma sayısında önemli bir artışa neden olmuştur. Ancak, çağdaş kaynaklarda gastronomi teriminin tanımı, gastronomi biliminin kapsamını açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Bunun yanı sıra, gastronomi teriminin kökeninden ziyade kavramsal anlamını ele almak daha önemli bir meseledir. Yozgat ve çevresinin gastronomik turizm ürünlerinin medya ve akademik çalışmalarda yeterince tanıtıma tabi tutulmaması, hâlâ önemli bir eksiklik olarak değerlendirilmektedir. Bu durum, bu araştırmayı hem gerekli hem de değerli kılan bir unsur olmuştur. Bu nedenle çalışmada ağırlıklı olarak akademik çalışmalardan faydalanılmış ve buradaki eksiklikler ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Yozgat ve yöresinde bölge ve şehrin sosyokültürel özelliklerini yansıtan tanıtıcı festival vb. Programların eksik olması bölgeyle ilgili çalışmalarını da olumsuz etkilemiştir. Tüm bu olumsuzluklara rağmen Yozgat ve yöresiyle ilgili çalışmaların hatırı sayılır nicelikte olması sevindiricidir.

Türk turizminin belirli bir sezona bağlı kalmadan yıl boyunca ve ülke genelinde yaygınlaşabilmesi açısından gastronomi önemli bir alan olarak değerlendirilmektedir. Yozgat ve çevresindeki gastronomik etkinliklerin iklim ve yerel koşulların olumsuz etkileri nedeniyle aksaması, önemli bir sorun oluşturmakla birlikte bu çalışmanın sınırları içinde de dikkate

alınması gereken bir husustur. Bu çalışmada, gastronomi turizminin Yozgat ilinin, ilçelerinin ve köylerinin tanıtımına ve bölgeye sağladığı katkılara odaklanılacaktır.

5. ARAŞTIRMANIN ÖZGÜN DEĞERİ

Günümüzde insanların turizmden beklentisi sadece deniz, kum ve güneş olmaktan çıkmıştır. İnsanlar farklı turizm çeşitlerini deneyimlemek için ülke içinde ve dışında değişik yerlere seyahat etmeye başlamışlardır. Bu çeşitlilik bağlamında gastronomi turizmi son yıllarda ülkelerinin kültürel değerlerinin en önemli parçası olarak değerlendirilmeye başlamıştır. Bu durum tüm dünyada gastronomi turizmi eğilimini ve bu alandaki araştırmaları arttırmıştır. Ülkemiz ve Yozgat yöresi gastronomik değerler açısından son derecede zengindir.

Literatür incelemesi sonucunda her ne kadar Yozgat'ın Gastronomi turizmiyle ilgili çok sayıda araştırma ve incelemeler olsa da bölgenin gastronomik kültürünün oluşumu ve bunun uluslararası boyutta tanıtılmasına katkısının yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir. Bu araştırma ile bu sorunsalın çözümüne katkı sağlamak hedeflenmiştir. Hem yerel halkın hem de bölgeye gelecek olan turistlerin şehrin kültürel değerleri ve gastronomi turizminde işgal ettiği yerin tespitine yönelik farkındalık yaratmaya yardımcı olmak bu çalışmayı özgün ve değerli kılmaktadır. Bu çalışmanın ülkemizde çok yeni olan gastronomi turizminin önemini ortaya koyarak Yozgat'ın gastronomi turizmi alanına yeni bir bakış açısı kazandırabileceği düşünülmektedir.

BULGULAR

1. YÜKSELEN BİR DEĞER OLARAK GASTRONOMİ TURİZMİ

“Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)”, gastronomi turizmini “eğlence amaçlı yiyecek ve içecek deneyimlerine dayalı aktivitelerin toplamı” olarak tanımlamaktadır (UNWTO, 2017). Gastronomi turizmi, “mutfak turizmi”, “gurme turizmi” ve “yemek turizmi” gibi farklı adlandırmalarla ifade edilen, yiyecek ve içeceklerle ilişkili bir seyahat motivasyonunu temsil eden bir turizm türüdür (Bertella, 2011, 358-370). Son yıllarda genetiği değiştirilmiş gıda ürünlerinin artışı, insanları doğal, taze, yerel ve geleneksel gıda seçeneklerine yönlendirmektedir. Özgün niteliklerini koruyan ve kültürel mirasını sürdüren ürünler, insanları farklı coğrafyalarda bu ürünleri aramaya itmiştir. Coğrafi işaret taşıyan ürünler, ziyaretçileri bu bölgelere çekmeyi başarmaktadır. Yükselen turizm trendleri arasında önemli bir yer edinen gastronomi turizmi, ülke ve bölgelerin tanıtımında ve imajının güçlendirilmesinde büyük katkılar sağlayan bir faaliyet haline gelmiştir.

“Gastronomi turizmi”, “turizm sezonunun uzatılması, çeşitlendirilmesi, turizm talebinin ülke içindeki farklı destinasyonlar arasında dengeli bir şekilde dağıtılması, bölgelere yeni gelir kaynakları yaratılması, destinasyonların cazibesinin ve bilinirliğinin artırılması, yeni altyapı ve hizmetlerin oluşturulması, mevcut hizmetlerin ve altyapının geliştirilmesi” açısından son derece etkili bir rol oynamaktadır. Dünyanın değişik coğrafya ve bölgelerindeki yiyecekleri öğrenmek için farklı ülkelere seyahat eden turist grupları “gastro turist” kavramının ortaya çıkmasını sağlamıştır (Hatipoğlu, 2010; Çavuş, 2024: 38). İnsanlar son yıllarda deniz, güneş ve plaj amaçlı olmayan turizm etkinliklerine yönelmektedir. Destinasyonların çoğu sahip oldukları gastronomik faaliyetlerini turistlerin çekim gücünü arttırmak için kullanmaya başlamıştır. Gastronomi turizmi böylece bölgesel bakımdan turizm pazarını güçlü bir şekilde temsil etmekte ve bölge ve bölge halklarına daha rekabetçi bir avantaj-üstünlük sağlamaktadır (Horng ve Tsai, 2012). Ancak “Gastronomi turizmi ve endüstrisi”, “yiyecek-içecek işletmeleri ve mutfak-yemek rehberi” açısından dünya genelinde maalesef dar bir alana konumlandırılmaktadır. Burada bölgelerin sosyoekonomik durumları belirleyici olmaktadır. Çünkü bir şehri ziyaret eden turistler için en önemli etken, o şehrin algısıdır.

Türk gastronomi turizminin belirli dönemler ve sezonlarla sınırlı kalmadan yıl boyunca ve ülke genelinde yaygınlaşması, önemli bir potansiyel olarak görülmektedir. Bu doğrultuda,

"Turizm, Restoran Yatırımcıları ve İşletmecileri Derneği (TURYİD)" ülke genelinde festivaller, toplantılar ve tanıtım turları düzenlemektedir (http://www.tarimziraat.com/etkinlikler/tarim_festivalleri/). Türkiye'nin her bir şehri ve bölgesi kendine has turistik cazibe unsurlarına sahip olup, bu özelliklerin ön plana çıkarılması elzemdir. Bu bağlamda, her bölge ve şehrin öncelikle turist çekme potansiyelinin belirlenmesi ve bu kapasitelerin nasıl turizme kazandırılabilirliğinin araştırılması gerekmektedir. Dünyadaki birçok ülkede turizm gelirinin önemli bir kısmını oluşturan gastronomi turizmi, Türkiye'de de hızla gelişen bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye, lezzet çeşitliliği açısından pek çok ülkeden daha zengin bir potansiyele sahip bulunmaktadır. Bu zenginlik turizme etkin bir şekilde yansıtıldığında, turizm gelirlerinde belirgin bir artışın olması muhtemeldir (Çavuş, 2024: 273).

1. BİR GASTRONOMİ DESTİNASYONU OLARAK YOZGAT

Yozgat, "34-46 doğu meridyenleri ve 39-40 kuzey paralelleri" arasında yer almaktadır. Yozgat ili, alan olarak İç Anadolu Bölgesi'nin "Orta Kızılırmak Havzası" ile Karadeniz Bölgesi'nin "Çekerek Havzası"na dahildir. İl topraklarının büyük bir kısmı "Kızılırmak Havzası" içerisinde bulunmakta olup, toplamda 14.123 km²'lik bir alanı kaplamaktadır. Yozgat il merkezi, 'Soğluk' adı verilen çamlık alanının kuzeye bakan etekleriyle, 1590 m yüksekliğindeki "Çıtak Tepesi'ndeki 'Nohutlu ve Keltepe Tuzkayası" olarak adlandırılan tepelerin güney etekleri üzerine, "Çıtak Boğazı" içinde inşa edilmiştir. İl arazisinin bulunduğu bölge "Bozok Yaylası" olarak adlandırılmaktadır (Peker, 1997: 1). Yozgat'ta karasal iklim hâkimdir. İlin kapladığı geniş alanın önemli bir kısmını kapsayan Bozok Platosu, güney ve kuzey Anadolu taş sistemlerinin deniz etkisinden uzakta kalması nedeniyle yaz ve kış; gece ve gündüz dönemleri arasında belirgin sıcaklık farklılıkları gözlemlenmektedir.

Türk Mutfağı, yedi çeşit bölgenin çeşitli lezzetlerini bünyesinde barındırdığı için birçok türde ürün-lezzet sunabilme özelliğinde olan dünyanın en önemli ve en eski mutfaklarından biridir. Coğrafi bölgelerin değişiklik arz etmesi Türk Mutfağını da etkilemiştir. Türkiye sahip olduğu sağlam geçmişi, zengin mutfağı ve turistik cazibesi ile gastronomi turizminde tercih edilen bir ülke durumundadır. "Adana, Mersin, Hatay, Urfa ve Mardin" gibi yöresel lezzetleriyle gastronomi turizminde ön plana gelmiş önemli şehirler bulunmaktadır (Güzel-Şahin ve Ünver, 2015, 65-70). Yozgat ve çevresi de bunlardan birisidir.

Turizm potansiyeli açısından Yozgat ve çevresi, alternatif turizm ürünlerine yönelik çeşitli çekim unsurlarına sahiptir. Tarımın yanı sıra hayvancılık da önemli bir yer tuttuğundan, Yozgat'ın yemek kültürü çoğunlukla tahıl ve et ağırlıklı yemekler üzerinden şekillenmiştir. Şehrin sert ve yarı kuru iklimi, uygun tahıl ve baklagil yetiştirilmesine olanak sağlamanın yanı sıra, bol miktarda şeker pancarı, soğan, patates ve ayçiçeği yetiştirilmesine de zemin hazırlamaktadır. Meyve üretiminde ise ayva, badem, kayısı, vişne, armut, elma ve bağcılık, Yozgat topraklarının sunduğu değerli hediyelerdir (<http://lezzetler.com/yozyat.yemekleri>).

Yozgat mutfağında hazırlanan yemeklerde kullanılan yöreye özgü mutfak malzemeleri bulunmaktadır. Metal mutfak gereçleri arasında kazan, tencere, sahan, tas, tabak, tepsi, sini, leğen, leğençe, lenger, kuşene, güğüm, helke, sitil, kova, teşt, hamur leğeni, karavana, kevgir, kepçe, çatal alud kabı (bulaşık yıkanmak için kullanılan geniş kap), et bıçağı, satır, havan eli, ocak demiri, sac, sacayağı ve ızgara gibi çeşitli araçlar kullanılmaktadır. Ayrıca ahşap, toprak ve taş malzemeden yapılmış olan külek, çömçe, kaşık, kaşıklık, et tahtası, sofrta tahtası, ekmek tahtası, çanak, çömlek, küp, testi, dibek, soku, bulgur değirmeni, tahta dolap, oklava ve yayık gibi mutfak ekipmanları da yer almaktadır (<http://www.yozyatkulturturizm.gov.tr/>). Yozgat gastronomi turizmi kapsamında gerçekleştirilen bilimsel ve sosyal etkinliklerin bir kısmı ise aşağıdaki gibidir:

"Üzüm ve Pekmez Festivali, Çekerek, Eylül, Künnur Turşu ve Sebze Festivali, Akdağmadeni, Ağustos, IV. Oluközü Turşu ve Sebze Festivali, Yozgat, Oluközü, 2007 Kavun Karpuz şenliği, Yerköy, Sekili, Yozgat 2012, 16. Uluslararası Sürmeli Kültür ve Sanat şenlikleri, Sürmeli, Yozgat 2015, 7. Kültür ve Bal Festivali, Yozgat, Çayıralan, 2015, İç Anadolu Aşçılar ve

Pastacılar Federasyonu (ĞÇANAPAFED) Semineri, Yozgat 2016, 8. Tarım Gıda ve Hayvancılık Fuarı, Yozgat, Nisan 2017, Ulusal Aşçılar ve Pastacılar şampiyonası, Taşpakon Türkiye Kupası, Yozgat Mayıs 2017 (<http://www.yozgatkulturturizm.gov.tr/>).”

Yozgat mutfağında beslenme unsurları büyük ölçüde buğday ürünlerine ve unlu yiyeceklere dayanır. "Bulgur, yarma ve düğürcük", hemen hemen her çeşit yemekte ve çorbada kullanılmaktadır. "Yarma" ve "bulgur" gibi kışlık gıdalar genellikle yaz aylarında hazırlanır. Bu hazırlıklar arasında, "kırmızıpevleri" olarak bilinen domates salçası, "gopahla" adını kurutulmuş taze fasulye, çalma, pekmez, ekşiler, turşular, meyve ve "madımalak" olarak bilinen madımak kurusu, kıyma, sızgıt ve pastırma gibi et ürünleri de bulunmaktadır. Ayrıca, "makarna" ve "erişte" ev yapımı yiyecekler arasında yer alır. "Ağ kabak" (su kabağı) tanesi ise çorba yapımında kullanılır ve kış ayları için kurutulur. "Şalak" adı verilen kelek, bölgenin özgün lezzetleri arasındadır. Yozgat'ın sert ve yarı kuru iklimi, tahıl ve baklagil yetiştirilmesine olanak sağlamanın yanı sıra, bolca şeker pancarı, soğan, patates ve ayçiçeği yetiştirilmesine de olanak tanır. Meyve üretiminde ise; ayva, badem, kayısı, vişne, armut, elma ve bağcılık Yozgat topraklarının sunduğu değerli ürünlerdir.²

Yozgat mutfağının vazgeçilmez lezzetleri arasında; "çiğdem pilavı, testi kebabı, tandır kebabı, katmer, ayva basması, arabası, sütlü kabak, bulama çorbası, parmak çörek, çanak peyniri, peksimet, çap çup, yoğurtlu madımalak, çedeneli kavurga, menengiç kahvesi, Çerkez yemeği, aşure çorbası, salçalı çilbir, pehli, helle, gebol, düğürcük çorbası, patatesli çorba, ak kabak çorbası, katıklı çorba, şalak turşusu, pekmez, sızgıt, patlıcan tavaşı, bezdirme yer almaktadır (http://berfendber.blogspot.com.tr/2009/06/konsept-tasarm-ve-isletimplanlamas_2210.html)”.

1.1.Yozgat'ın Gastronomi Kimliği

Gastronomik kimlik hakkında yapılan araştırmalarda, gastronomi turizminin turizm potansiyeli üzerinde devamlı bir etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur. Gastronomik kimlik sayesinde ziyaret edilen bir bölgenin yemekleri, tüketim şekilleri, alışkanlıkları, törenleri gibi konularda da bilgi alınabilmektedir. Bu ziyaretler, katılımcılara harika bir seyahat deneyimi sunmanın yanı sıra, yerel halkın kendi kimliğini ve kültürünü tamamen benimsemesine, ortak değerleriyle bir araya gelmesine yardımcı olmaktadır. Bu özelliği sayesinde gastronomi, yalnızca turizm deneyiminin merkezi olmasının yanı sıra, topluluklara kimlik kazandıran önemli bir unsur haline gelmektedir (Diker, Yıldırım, Sünnetçioğlu, 2002, s. 14-16).

Yozgat'ın coğrafi özellikleri ve kültürel birikimini temellendiren tarım ve hayvancılığın bölgede baskın olması, yerel halkın günlük yaşamlarını, yaşam tarzlarını etkilediği gibi, aynı zamanda yemek kültürünü ve gastronomik kimliğini de doğrudan şekillendirmiştir. Yörede kırmızı et ve hububat ürünlerinin birlikte pişirilmesi, gastronomik geleneğinde önemli bir yer tutar. Bu bağlamda, Yozgat'ın gastronomik kimliği, tarım ürünleri ile birlikte küçükbaş ve kanatlı hayvanlar başta olmak üzere hayvansal ürünlerin geleneksel pişirme yöntemleriyle hazırlanan yemeklerden oluşmaktadır. Yozgat ve çevresinde buğday ve kırmızı etle yapılan en meşhur yemeklerden biri 'yarma aşı'dır. Buğday, dövülerek kabuklarından arındırılır ve geriye kalan kısmı yarma olarak adlandırılır. Elde edilen yarma, büyük bir kazanda kaynatılarak süzgeçten geçirilir. Derin bir "lengere" veya bakır tencereye konulan bu yarmanın ortası açılıp içine yağlı et suyu ilave edilir. "Bulgur, pirinç ve tavuk" etinden yapılan "büryan pilavı" yine yöreye özgü bir yemektir. Buğday, nohut ve fasulyeden yapılan 'hedik' ise içine "çedene" katılarak yine bakır bir "kabda" sunulur. Yozgat'ta küçükbaş hayvan etiyle pişirilen yöreye has diğer et yemekleri ise 'tandır kebabı-kuzu tandır ve testi kebabıdır (Yozgat İl Kütür ve Turizm Müdürlüğü).

² Yozgat ve yöresindeki yemek ve lezzetlerin içerikleri hakkında bkz. Turgay Bucak. (2017). Yozgat İlinin Gastronomi Turizm Potansiyeli. II. Uluslararası Bozok Sempozyumu Yozgat'ın Turizm Potansiyelleri ve Sorunları 04- 06 Mayıs Bildiri Kitabı Cilt III (içinde), 127-148.

Tablo 1: Yozgat ve Yöresine Özgü Tarımsal ve Hayvansal Ürünlerden Üretilen Bazı Yemekler;

Temel Malzemeler	Yemek İsmi
“Kıyma ve Bulgur”	Sulu Köfte
“Bulgur ve Kuşbaşı Et”	Etli Bulgur Pilavı
“Fasulye ve Kemikli Et”	Tandır Kuru Fasulye
“Et ve Sebze”	Yozgat Tava
“Yumurta ve Yoğurt”	Çılbır veya Köremes
“Buğday ve Parça Et”	Keşkek
“Nohut ve Kemikli Et”	Güveçte Etli Nohut
“Tavuk ve Un”	Gınnış
“Kıyma ve Bulgur”	Gilik
“Yeşil mercimek ve Un”	Herle

Kaynak: “<http://www.yobidav.org/haberler/81-slider-yaz-lar/98-testi-kebab>”

Yozgat’ın gastronomik kimliğinin oluşmasında bahsedildiği üzere tarımsal ve hayvansal ürünler ön plandadır, ancak bu kimlik istisnai birçok geleneksel yemekler ile farklılaşmaktadır. Bu farklılaşmada en önemli yemek tabi ki ‘arabaşı’dır. Selçuklulardan günümüze kadar soğuk kış aylarında iç sıcaklığın sağlanmasında önemli bir yemektir. Arabaşı çorbasının içinde tavuk veya hindi eti ile un, tuz ve su kullanılması bu yemeği bölge kültürüyle entegre etmiştir. Yöreye has diğer önemli yemeklerden bazıları ise ‘madımalak yemeği, sini, katılı çorba-katıklaş, ekme aşı, soğanaşı, tene pilavı, ağpahlı, omaç, çiğdem pilavı’dır.

1.2. Yozgat Gastronomi Turizmi Literatür İncelemesi

Gastronomi turizminin yeni bir kavram olması nedeniyle **Yozgat Gastronomi Turizmiyle** ilgili araştırma sayısında son yıllarda kayda değer bir artış olmuştur. Yozgat ilinin gastronomisi konusunda Google akademi ve Web of Science (WOS) platformları ile II Uluslararası Bozok Sempozyumunda sunulan bildirilerden toplam 82 çalışma tespit edilmiştir. Bu çalışmalar-araştırmalar Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2: Yozgat Gastronomi Turizmi Literatür İncelemesi

Yazar	Yayın Adı	Yayınlandığı Yer	Yıl
“Turgay Bucak”	Yozgat İlinin Gastronomi Turizm Potansiyeli	“II. ULUSLARARASI BOZOK SEMPOZYUMU”	2017
“Lütfi Buyruk, İbrahim İlhan, İbrahim Akın Özen”	“Gastronomi Turizmi Ögesi Olarak Yozgat Testi Kebabı ve Kapadokya Turizm 148 Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmelerinde Testi Kebabı Uygulamalarına Dair Eleştirel Bir Yaklaşım”	“	2017
“Ayşe Yeşim Göçmen, Alper Çevik, Mehmet Yalvaç, Hilmi Ataseven”	“Yozgat Yöresel Yiyeceği Olan Madımağın (Polygonum Cognatum) Gastronomik Açından ve Biyokimyasal Parametreler Üzerine Etkisinin Değerlendirilmesi”	“	2017
“Yaşar Karadağ-Gökçen Yakupoğlu”	“Yozgat’ın Yenilebilir Mantar Potansiyeli ve Doğa Turizminde Mantar Toplama Turları”	“	2017
“Mehmet Güllü, Ediz Güripek, Hakan Kendir”	“Gastronomi Turizmi Kapsamında Yozgat Desti Kebabının İncelenmesi”	“	2017
“Erdem Gülümser, Medine Çopur Doğrusöz, Hanife Mut, Uğur Başaran, Zeki Mu”	“Yozgat Turizminde Tarım ve Yöresel Ürünlerin Rolü”	“	2017
“Muhabbet Çelik, Mustafa Aksoy, Fügen Durlu Özkaya”	“Bozok Üniversitesi Öğrencilerinin Yozgat Yemeklerini Tanıma Düzeyi”	“	2017
“Eren Canbolat, Yusuf Ziya Akbaş, Yasin Keleş”	“Yozgat’ın Coğrafi İşaretli Yemeklerinin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi”	“	2017
“Mehmet Akif Boz”	“Yozgat Yöresinde Kaz Eti Ara-Aşı (Arabaşı) Çorbası ve Yemekleri”	“	2017
“Sümeysra Arslan, Kazım Gözübüyük, Tuğçe Akbaş, Adil Enes Ergin”	“Yozgat Restoranlarının Sürdürülebilirlik Kapsamında Değerlendirilmesi”	“	2017
“Serkan Şengül, Oğuz Türkay, Özer Yılmaz”	“Pazarlanabilir Mutfak Değerlerinin Destinasyon Çekim Unsuru Olarak Kullanılması: 103 Yozgat Örneği”	“	2017
“Oğuz Diker, Hacı Mehmet Yıldırım, Serdar Sünnetçioğlu”	“Yozgat İlinin Gastronomik Kimliği ve Ürün Çeşitliliğinin İncelenmesi”	“	2017
“Ali Şengül, Hakkı Çilginoğlu”	“Coğrafi İşaretli Yozgat Çanak Peyniri’nin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi”	“Ağrı İbrahim Çeçen Ün. Sos. Bil. Derg.”	2023
“Ramazan Kurtuluş”	“Şehir Pazarlaması ve Markalaşması Kapsamında Yozgat İlinin Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi ve Öneriler”	Turkish Journal of Marketing	2017

“Selman Temiz”	“Yozgat: Keşfedilmeyi Bekleyen Kırsal Turizm Destinasyonu”	10. Ulusal Kop Bölgesel Kalkınma Sempozyumu, Yozgat,	2023
“Duygu Eren, İbrahim Yılmaz”	“Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Çekici Faktörler: Yozgat Üzerine Bir Değerlendirme”	II. Uluslararası Bozok Sempozyumu Bildiri Kitabı	2017
“Abdülkerim Ayhan, Fatih Kiraz”	“Gastronomik Bir Değer Olan Yozgat Desti Kebabı Kalite Standartları Üzerine Nitel Bir Çalışma Gastronomik Bir Değer Olan Yozgat-Desti Kebabın Kalite Standartları Üzerine Nitel Bir Çalışım”	Turan-Sam Derg.	2020
“Soner Beşcanlar”	“Gastronomi Kırsal Bölgelerde Balık Tüketiminin Yaygınlaştırılmasına Yönelik Bir Saha Çalışması: Yozgat Örneği”	Journal of Recreation and Turizm Reserach	2023
“Emre Hastaoğlu, Melda WErdoğan, Mustafa Işkın”	“Gastronomi Turizmi Kapsamında Türkiye Peynir Çeşitliliği Haritası”	Atatürk Ün. Sos. Bil. Ens. Drg.	2021
“Derya Saygılı, Hande Demirci, Ufuk Samav”	“Coğrafi İşaretli Türkiye Peynirleri”	Aydın Gastronomy Derg.	2020
“Muhabbet Çelik”	“Transfer of the Traditional Knowledge on Edible Plants and Fruits in Anatolia in Terms of Gastronomic Value: The Case of Sivas and Yozgat”	“Journal of Tourism Theory and Research”	2023

Bu çalışmaların yayınlandığı yıllar temel alınarak yapılan değerlendirmeye göre, Yozgat’ın gastronomi turizmi ile ilgili ciddi çalışmaların özellikle 2017 yılından itibaren başladığı ancak son yıllarda bu alana olan ilginin artmasıyla yayın sayısında niteliksel ve niceliksel artış olduğu görülmektedir. Son on yılda yapılan araştırmaların yaklaşık %90’ı 2017-2023 yılları arasında yapılmıştır. 2017 yılında yapılan araştırmaların önceki yıllara oranla ciddi şekilde artması ise Yozgat gastronomi turizminin gelecek yıllarda araştırmacıların daha fazla ilgisini çekeceğine işaret etmektedir. 2017 yılı öncesine ait çalışmaların az olması ise çalışmaların henüz ulaşılabilir hale gelmemesinden veya konuyla ilgili araştırmalarda veri toplama işleminin bitirilememesinden kaynaklandığı tahmin edilmektedir. Bu nedenle konuya olan eğilimin son durum değerlendirmesinde 2017 yılı temel alınmıştır. Bu çalışmaların çoğunda Yozgat’ın destinasyon imajı ve gastronominin bu imaj üzerindeki etkilerini belirlemeye çalıştığı dikkat çekmektedir. Gastronominin Yozgat turizmine nasıl bir motivasyon sağladığı üzerinde durulmuştur. Yemek çeşitleri ayrıntılarıyla incelenmiştir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Coğrafya, tarih, etnik çeşitlilik, mutfak görgü kuralları, hakim tatlar ve tarifler bir şehrin kimliğinin belirlenmesinde en temel unsurlardır. Bir bölgenin sosyokültürel alanda tanıtımı, sahip olduğu sosyokültürel değerlerin diğer tanıtım politikalarını destekleyici unsurlar haline getirilmeleriyle gerçekleştirilmektedir. Gastronomik kimlik, bir toplumun bulunduğu coğrafyanın belirleyici özelliklerinin yanı sıra tarihsel birikiminden de etkilenen bir unsurdur. Seyahat imkanlarının kolaylaşması ve yenilikçilik kavramı, gastronomik değerlerin ve bu değerlerin çeşitliliğinin ülke ve bölgelerin imajına önemli katkılar sağlamasına neden olmaktadır. Özellikle son yıllarda genetiği değiştirilmiş ürünlerin artması, bireyleri doğal, taze, yerel ve geleneksel gıda tercihleri yönünde teşvik etmektedir. Özgün niteliklerini koruyan ve kültürel özelliklerini devam ettiren ürünler insanları değişik coğrafyalarda arayışa sevk etmiştir.

Yozgat’ın sert ve yarı kurak iklimi, bu bölgeye özgü tahıl ve baklagillerin yetiştirilmesine olanak tanırken, aynı zamanda bol miktarda şeker pancarı, soğan, patates ve ayçiçeği üretimi de gerçekleştirilir. Meyve açısından Yozgat toprakları, ayva, badem, kayısı, vişne, armut, elma gibi çeşitli ürünler ile bağcılık açısından da zenginlik sunmaktadır. Ancak, kırmızı et ile hububatın birlikte pişirilmesi, Yozgat’ın gastronomik kimliğinin şekillenmesinde temel bir rol oynamıştır. İl yemek kültüründeki birçok lezzet, bu kimliğe uygun olarak, geleneksel ve özgün yöntemlerle hazırlanır. Bununla birlikte, gastronomik kimlikle doğrudan bağlantılı olmasa da yöreye özgü farklı tatlar da yemek kültürü içinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu unsurlar, Yozgat ilinin gastronomik kimliğini ve ürün çeşitliliğinin zenginliğini gözler önüne sermektedir. "Bulgur, yarma ve düğürcük" hemen her tür yemek ve çorbada yaygın olarak

kullanılmaktadır. “Yarma” ve “bulgur” gibi kışlık gıdalar genellikle yaz aylarında hazırlanır. Bunlara ek olarak, "kırmızıpevleri" adı verilen domates salçası, "gopahla" olarak bilinen kurutulmuş taze fasulye, çalma, pekmez, ekşiler, turşular, meyve ve "madımalak" denilen madımak kurusu, kıyma, sızgıt ve pastırma gibi et ürünleri de önemli yer tutar. "Makarna" ve "erişte" gibi ev yapımı yiyecekler de Yozgat mutfak kültürünün bir parçasıdır.

Ayrıca, "ağ kabak" (su kabağı) tanesi kullanılarak çorba hazırlanmakta ve kış ayları için kurutulmaktadır. "Şalak" adı verilen kelek, bölgenin kendine özgü lezzetlerinden biridir. Yozgat mutfağının önemli yemekleri arasında “çiğdem pilavı, testi kebabı, tandır kebabı, katmer, ayva basması, arabaşı, sütlü kabak, bulama çorbası, parmak çörek, çanak peyniri, peksimet, çap çup, yoğurtlu madımalak, çedeneli kavurga, menengiç kahvesi, Çerkez yemeği, aşure çorbası, salçalı çılıbr, pehli, helle, gebol, düğürcük çorbası, patatesli çorba, ak kabak çorbası, katıklı çorba, şalak turşusu, pekmez, sızgıt, patlıcan tavası ve bezdirme” gibi çeşitli lezzetler yer almaktadır.

Yozgat, gastronomi turizminin henüz az gelişmiş bir destinasyon örneği olarak önemli katkılar ve etkiler sunmaktadır. Ancak, bölgeye ait yemek kültürü ve ürünlerin nitelik ve nicelik açısından yeterince araştırılmadığı anlaşılmaktadır. Yörede bilinen ürünlerin özgünlüklerinin tescillenmesi ve bu konuda tanıtıcı etkinliklerin düzenlenmesi büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, gastronomi turizminin geliştirilmesi adına bir pazar oluşturulması, belediyeler ve valilik düzeyinde çalışmalar yapılması gerekmektedir. Gastronomik ürünlerin turistik ürünler arasında değerlendirilip markalaştırılması hem bölge hem de yerel halkın sosyoekonomik geleceği açısından önemli bir gelişme kaydedebilir.

5. KAYNAKÇA

- Akgöl Y. (2012). *Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Atsız, O. (2021). Az Gelişmiş Bir Destinasyonda Yerel Halkın Turizme Yönelik Desteği: Yozgat Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 32 (2), 224 – 236.
- Avcıkurt, C., Karaman, S., Köroğlu, A., (2007). *Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri, Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar*. Uluslararası Rekabet Araştırmaları Derneği Yayınları, İstanbul.
- Bahçe, S., Yüksek, G., Öney, H. ve Çiçek, D. (2013). Alternatif Turizm. Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Berber, Ş. (2003). Sosyal Değişme Katalizörü Olarak Turizm ve Etkileri. Selçuk Üniversitesi Dergisi, 9, 205- 221.
- Bertella, G. (2011). Knowledge in Food Tourism: The Case of Lofoten and Maremma Toscana. *Current Issues in Tourism*, 14(4), 355-371.
- Bowen, GA (2009). Nitel Araştırma Yöntemi Olarak Doküman Analizi. *Qualitative Research Journal*. 9 (2), 27-40.
- Can A., Sünnetçioğlu, S. ve Durlu-Özkaya, F. (2012). Füzyon Mutfağı Uygulamalarının Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı, 13. *Ulusal Turizm Kongresi*, 6-9 Aralık 2012, Antalya: 873-882.
- Çakır, M. (2009). Destinasyon Pazarlamasında Gastronominin Rolü, TÜROFED, 30: 48-50.
- Çavuş, M. N. (2024). Tourism and Gastronomy: An Evaluation on the Promotion of Local Delicacies and Their Relationships With Tourism, *Journal of Travel and Tourism Research* 24: 36-66.
- Çavuş, M. N. (2024). Turizm, Sürdürülebilirlik ve İklim Değişikliği Ekseninde 2000- 2024 Yıllarında Yayımlanmış Akademik Çalışmalara Yönelik Bibliyometrik Bir İnceleme, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 22 (2): 268-293. Doi: 10.33688/aucbd.1470690
- Diker, O., Yıldırım, H. M., & Sünnetçioğlu, S. (2017). Yozgat İlinin Gastronomik Kimliği ve Ürün Çeşitliliğinin İncelenmesi. (İçinde II. *Uluslararası Bozok Sempozyumu Yozgat'ın Turizm Potansiyelleri ve Sorunları 04-06 MAYIS 2017*). 111-126.
- Göker, G. (2011). *Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi: Balıkesir İli Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Güzel-Şahin, G., Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak Gastronomi Turizmi: İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2):63-73.
- 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.

- Hatipoğlu, A. (2010). *İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri Bodrumdaki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Hong, J.S. ve T. Chen-Tsang (2012). Culinary Tourism Strategic Development:an Asia-Pacific Perspective, *International Tourism Of Journal Research*, 14, 40-55.
- II. Uluslararası Bozok Sempozyumu Yozgat'ın Turizm Potansiyelleri ve Sorunları 04- 06 Mayıs 2017 Bildiri Kitabı
- Mil, B. (2009). Yemek Pişirmeden Gastronomiye Uzanan Bakış Açısıyla Küreselleşen Dünya, 3. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, 17-18 Nisan 2009, Antalya
- Peker, E. F. (1997). *Yozgat Şehir Coğrafyası*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Eğitimi Anabilim Dalı.
- Sarıışık, M., & Özbay, G. (2015). Gastronomi turizmi üzerine bir literatür incelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2).
- Scarpato, R. (2002). Tourism Gastronomy, İçinde A-M Hjalager ve G. Richards (Editörler). *Gastronomy as a Tourist Product: The Perspectives of Gastronomy Studies*. (51-59) Londra: Routledge
- Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye’de Gastronomi Turizmi. *Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi*, 2 (2), 78-85.
- Şengül, A., & Çılgınoğlu, H. (2023). Coğrafi İşaretili Yozgat Çanak Peyniri’nin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 103-118.
- Taymergen, P. (1998) Turizmin Ekonomiye Olumlu Etkileri ve Türkiye Örneği. *Hazine Dergisi*, 12, 53- 66
- UNWTO, (2017). Published by the World Tourism Organization, Madrid, Spain May. Second Global Report on Gastronomy Tourism.
UNWTO,2017file:///C:/Users/User/Desktop/gastronomy_report_web%20UNWTO.pdf.

EKLER

Ek-1 Yarma Aşı ve Hedik



Ek-2 Testi Kebabı ve Büryan Pilavı



GASTRONOMİ TURİZMİ İLE KENT KİMLİĞİNİN KEŞFİ: DİDİM ÖRNEĞİ

Muhammet Nimet ÇAVUŞ

Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Didim Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Didim/Aydın, Türkiye.

E-posta: mncavus@adu.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0860-7643>

Yalçın GÜÇER

Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Üniversitesi, Beypazarı Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Ankara, Türkiye
e-posta: ygucer@ankara.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7280-584X>

*Sorumlu Yazar

GİRİŞ

Gastronomi turizmi, bir kentin kimliğini keşfetme ve tanımlama açısından önemli bir rol oynadığı literatürde yapılan pek çalışmada ortaya konmuştur. Bir kentin gastronomik kimliği, o bölgeye özgü yemekler ve yerel ürünlerle şekillenmektedir. Bu lezzetler, kentin tarihini, coğrafyasını ve kültürel mirasını da yansıtmaları açısından oldukça önemlidir. Yemek tarifleri, hazırlama yöntemleri ve yemek kültürü geçmişten günümüze geleneklerin bir parçasıdır. Gastronomi turizmi, bu tarihi ve kültürel mirası ortaya çıkararak kentin kimliliğinin önemli bir bölümünü tanıtmaktadır. Bununla birlikte yerel mutfak, turistler için çekici bir deneyim sunmaktadır. Gastronomi turizmi, bir kenti bu açıdan benzersiz kılarak turistlerin ilgisini çekmekte ve kentin kimliğini daha belirgin hale getirmektedir. Yerel halkın gastronomi üzerinden oluşturduğu sosyal bağlar ve ekonomiye katkıları, kentin kimliğinin oluşmasını destekleyen unsurlar arasında sayılabilmektedir. Pazarlar, festivaller ve yemek etkinlikleri, toplulukları bir araya getirerek kentin kimliğini canlı tutmaktadır. Yerel gastronomik ürünlerin sürdürülebilir üretimi ve tüketimi de kentin kimliğinin oluşmasında etkili olabilmektedir. Bu anlamda yerel üreticilerin desteklenmesi hem gastronomi turizminin hem de kentin kimliğinin güçlenmesine yardımcı olmaktadır. Bu noktada medya ve dijital platformlar aracılığıyla geniş kitlelere ulaşan gastronomi turizmi, kentin kimliliğinin keşfedilmesine katkıda bulunmaktadır. Tüm bu unsurlar, gastronomi turizminin bir kentin kimliğini nasıl şekillendirdiğini ve keşfettiğini göstermektedir.

Tüm bu bilgiler ışığında araştırmanın problemi “Didim’in kent kimliğinin oluşmasında gastronomi turizminin etkisi nedir?” şeklinde belirlenmiştir. Araştırma problemi doğrultusunda araştırmanın amacı, Didim’in gastronomik turizm ürünlerinin kent kimliği oluşum sürecindeki rolünün literatür çerçevesinde belirlenmesidir. Bu kapsamda bu çalışmada Harrington (2005) tarafından geliştirilen gastronomik kimlik modeli çerçevesinde Didim’in gastronomik kimliğinin belirlenmesi ve gastronomik kimliğin kent kimliği sürecine katkısını değerlendirmek amaçlanmıştır.

Literatür incelendiğinde Didim özelinde gastronomik turizm ürünlerinin Didim’in kent kimliğinin oluşmasındaki etkilerine ilişkin bir araştırmaya rastlanmamış olması bu araştırmanın çıkış noktası olmuştur. Bu kapsamda bu araştırmada Didim’in gastronomi turizmine dayalı olarak oluşturulan gastronomik kimliği ortaya konulmuştur. Gastronomik kimliğin, turizmde kullanılması Didim’in kent kimliğinde öne çıkan gastronomik ürünlerin belirlenmesinde avantaj sağlayabilmektedir. Ayrıca Didim’in gastronomik mirasının ve kültürel kimliğinin daha iyi anlaşılmasını sağlayarak Didim’in kent kimliğinin oluşması sürecinde önemli etkiler yaratabilmektedir. Bu kapsamda araştırmanın yerel yemeklerin ve mutfak kültürünün tarihsel kökenlerini ve kültürel önemini vurgulayarak hem yerel halkın hem de turistlerin bu değerleri tanımasına yardımcı olabilmektedir. Bununla birlikte bu çalışmada Didim özelinde gastronomi turizmi ürünlerinin kent kimliğinin keşfine ilişkin olumlu yöndeki etkileri ortaya konmuştur. Bu da Didim’de yerel üreticilerin ve işletmelerin gastronomik ürünlere ağırlık vermesinin desteklenmesi ve Didim’in kent kimliğinde bu ürünlerin öne çıkarılması turizm gelirlerini artırarak hem yerel halkın hem de bölgenin ekonomik kalkınmasına katkıda bulunabileceği söylenebilmektedir. Çalışmada belirlenen Didim’in gastronomik ürünleri geniş bir yelpazede ele alınmış, unutulmaya yüz tutmuş ürünler öne çıkarılmıştır. Bu nedenle bu çalışmanın Didim’in gastronomi turizminde kullanılan ürünlerin

çeşitlendirilmesine de katkı sağlarken aynı zamanda Didim'in kent kimliğinin gastronomik açıdan keşfedilmesinde etkili olabilecektir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Gastronomi Turizmi

Gastronomi kelimesi Yunanca “gaster” (mide) ve “nomas” (kanun) kelimelerinin birleşmesinden oluşmuştur. Ancak sadece sözlük anlamı yerine, sözlük anlamının ötesinde neyi ifade ettiğini ve kapsadığını yorumlamak daha faydalı ve önemlidir (Altınel, 2014). Gastronomi birçok kaynakta yeme-içme sanatı olarak tanımlansa da aslında kimya, edebiyat, psikoloji, sosyoloji, tıp, beslenme, biyoloji, jeoloji, tarih, müzik, felsefe ve tarımla doğrudan ilişkisi olan, birbiriyle bağlantılı bir sanat ve bilim dalıdır. (Kivela ve Crofts, 2006). Konu yeme-içme konusu olduğundan beslenme bilimleri, tat alma duyusu ve fizyolojisi, şarap üretimi, besin öğelerinin insan vücudundaki görevleri, gıda maddelerinin seçiminde niteliklerin belirlenmesi, hijyen kurallarına uygun üretim süreçlerinin geliştirilmesi ve gıdaların fiziksel, kimyasal ve biyolojik olarak bozulmasını önlemek için sanitasyon normları gibi konuları kapsamaktadır. (Shenoy, 2005). Gastronomi biliminin amacı, mümkün olan en iyi beslenmeyle insan sağlığını korumak, hayattan ve yemekten keyif almayı sağlamak, yiyecek ve içeceklerin hijyenik ortamlarda üretilip, damak zevkine ve görsel zevke hitap edecek şekilde tüketime hazır hale getirilmek gastronominin çalışma konuları arasındadır.

Günümüz dünyasında turizm en önemli ekonomik sektörlerden ve boş zaman değerlendirme faaliyetlerinden biri olup, ekonomik açıdan büyük bir çarpan etkisine sahip olması ve birçok alt sektörde doğrudan ve dolaylı olarak bir hareketliliğe neden olabilmesi onu ideal bir kalkınma aracı haline getirmektedir (Çağlı, 2012). Toplamların gelişmesinde itici bir role sahip olan turizm, insanların seyahat ederken ihtiyaçlarını karşılamak için harcadıkları harcamalar nedeniyle hizmet sunanlar için bir gelir kaynağıdır. İnsanların ihtiyaçları arttıkça daha fazla mal ve hizmet üretme ve sunma zorunluluğu da artmakta, bu da toplumlarda üretimi, yatırımı ve geliri artırmaktadır (Akgöz, 2003). Turizm, insanların ve ulusların birbirleriyle ilişki kurmasını etkilemekte ve aynı zamanda kültür, miras, ekonomi ve çevre olgularını da bütünleştirmektedir. Bu nedenle turizmin gelişimini yönlendirilmesi, koordinasyonu ve kontrolü oldukça önemli konulardır (Çağlı, 2012). Literatürde “mutfak turizmi”, “gastronomi turizmi”, “gastro-turizm”, “şarap turizmi”, “yemek turizmi” ve “gurme turizmi” gibi farklı terimler kullanılsa da, yaygın olarak kullanılan “gastronomi turizmi” terimi, “yeme-içme konusunda benzersiz bir deneyimin peşinde olmak” olarak tanımlanmaktadır. Genel olarak bir yemeğin özgünlüğünü ve bir yere, bölgeye ya da ülkeye özgü olmasını ifade eden gastronomi turizmi, yerel yemekler ve şarap turizminin ana alanlarını kapsamaktadır (Hall ve Mitchell, 2000; Green ve Dogherty, 2008; Çağlı 2012).

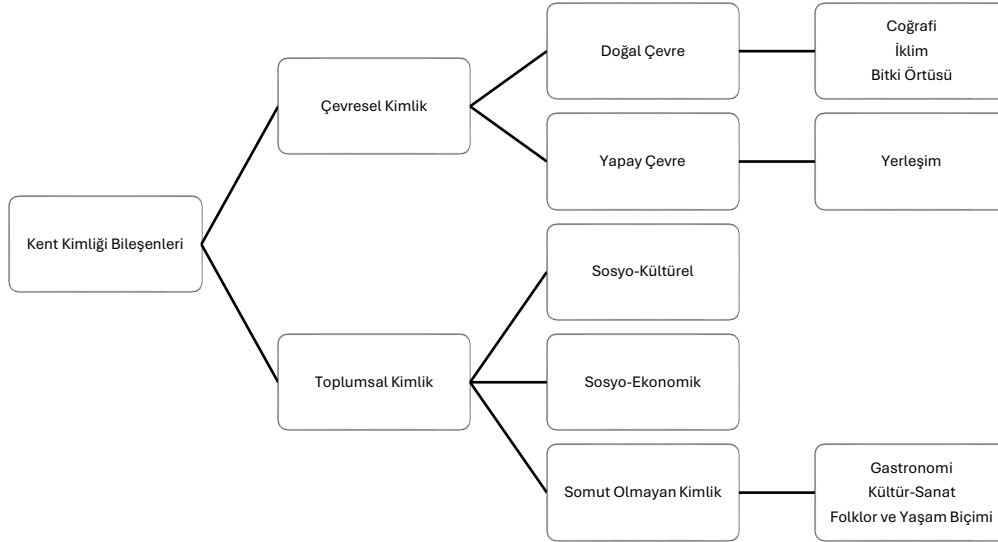
Gastronomi turizmi, bir destinasyonun yemek kültürünü keşfetme amacıyla yapılan seyahatlerdir. Bu tür turizm, yöresel lezzetleri tatmak, yerel malzemelerle yapılan yemeklerin nasıl hazırlandığını görmek, şeflerle ve yerel halkla etkileşimde bulunmak gibi deneyimlere odaklanmaktadır (Hall vd., 2003; Hall ve Mitchell, 2005). Harcama gücüyle, yüksek kalite ve benzersiz gastronomi deneyimi için para ödemeye hazır turistleri çeken, popülerliği giderek artan yemek turizmine özel bir önem verilmektedir (Gheorghe, Tudorache ve Nistoreanu, 2014). Bu seçici turizm biçimini içeren faaliyetler, gıdanın turist hareketinin temel nedeni olduğu (Richards, 2012; Babolian-Hendijani ve Boo, 2020) çeşitli gıda üreticilerine, catering işletmelerine, etkinliklere ve aşçılık okullarına ziyaretleri içerir; bunların çeşitleri genellikle gastronomi turizmi olarak adlandırılır (Dixit, 2019).

Gastronomi turizmi, son yıllarda bilinirlik kazanmış ve birçok bölge için ekonomik bir fırsat haline gelmiştir. Özellikle gastronomik zenginliği olan kentler ve bölgeler, yerel restoranlar, pazarlar, şarap bağları, zeytinyağı üretim yerleri, peynir fabrikaları ve yerel festivaller gibi çeşitli etkinliklerle ziyaretçileri kendine çekmektedir. Bu tür turizm, aynı zamanda yerel ürünlerin tanıtılmasına ve korunmasına, tarımın sürdürülebilirliğine, kültürel mirasın yaşatılmasına ve bölgesel kalkınmaya katkıda bulunmaktadır.

Kent Kimliği Çerçevesinde Gastronomik Kimlik

Kent kimliği, bir şehrin tarih, kültür, mimari ve sosyal yapıları gibi çeşitli unsurların birleşimiyle oluşan özgün karakteridir. Bu kimlik, bir şehri diğerlerinden ayıran özellikleri ve o şehre özgü yaşam tarzını yansıtmaktadır. Kiper (2016), Lynch (1961), Örer (1993) ve Erdoğan ve Çorbacioğlu-Akay (2018) tarafından yapılan çalışmalara dayanan kent kimliği bileşenleri Şekil 1’de verilmiştir.

Şekil 1. Kent Kimliği Bileşenleri



Kaynak : (Kiper, 2016; Lynch, 1961; Örer, 1993 ve Erdoğan ve Çorbacioğlu-Akay, 2018) çalışmalarından uyarlanmıştır.

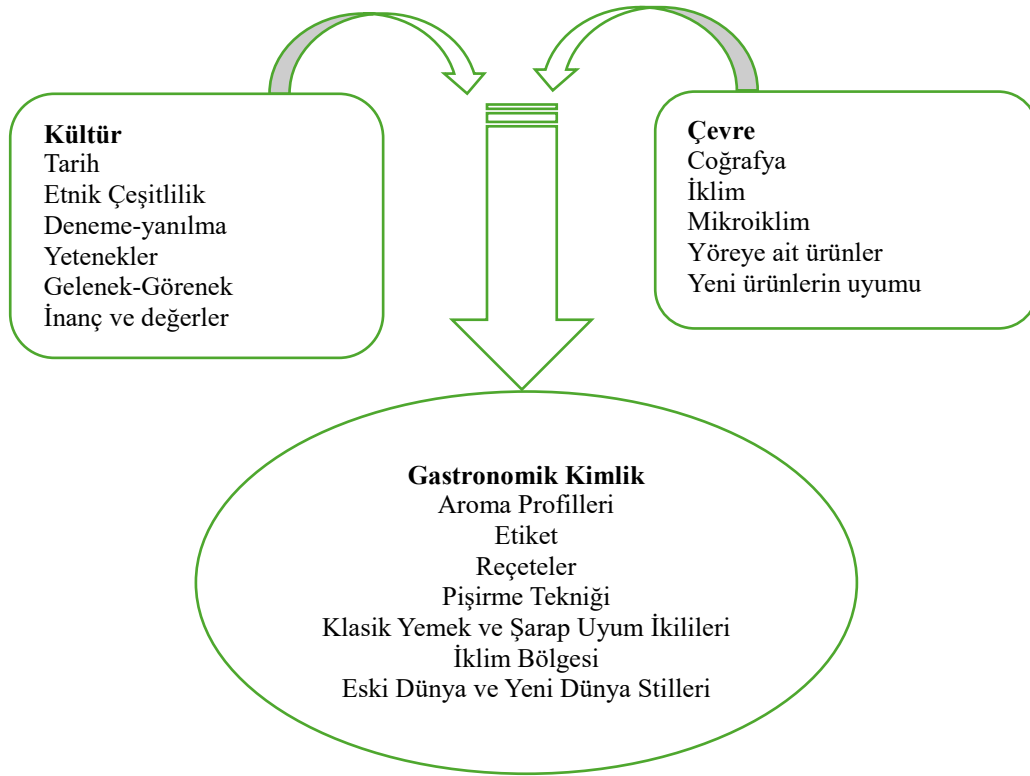
Şekil 1’de görüldüğü üzere kent kimliğinin somut olmayan faktörlerinden biri gastronomidir. Gastronomik kimlik, şehirlerin karakterini belirleyen önemli bir unsurlardan biridir. Gastronomik kimlik, bir kentin yemek kültürünü, yerel yemekleri, mutfak geleneklerini ve bu yemeklerin hazırlanma ve sunum biçimlerini içermektedir. Gastronomik kimlik, kentin kültürel ve sosyal yapısıyla derin bir ilişki içerisindedir. Bir kentin tarihi ve kültürel geçmişi, gastronomik kimliğin oluşumunda büyük bir rol oynamaktadır. Geleneksel yetemk tarifleri, tarih boyunca neseilden nesile aktarılmakta ve bu süreçte kent kimliğinin bir parçası haline gelmektedir. Örneğin; İtalya’nın Roma şehrinde makarna ve pizza gibi yemekler, şehrin tarihi ve kültürel mirasını yansıtmaktadır. Bir şehrin coğrafi konumu ve iklimi, o yörede yetişen tarım ürünlerini ve bu ürünlerin mutfakta nasıl kullanıldığını belirlemektedir. Deniz kıyısındaki şehirler deniz ürünleriyle öne çıkarken, dağlık bölgelerde av eti ve yabani otlar gibi yerel malzemeler kullanılmaktadır. Bu da kentin gastronomik kimliğini şekillendirmektedir.

Gastronomi turizmi, destinasyonun hem gastronomi kimliğinin hem de kent kimliğinin tanıtılması ve keşfi açısından büyük önem sahiptir. Danhi (2003), bir ülkenin, kentin, yörenin “mutfak kimliğinin” belirlenmesinde altı ana unsurun kritik öneme sahip olduğunu ileri sürmüştür. Bu unsurlar arasında coğrafya, tarih, etnik çeşitlilik, mutfak görgü kuralları, hakim tatlar ve tarifler yer almaktadır. Coğrafya, gastronomik kimlik için belirleyici bir faktördür; çünkü belirli bir bölgenin tarım ürünlerini, yerli gıda ürünlerini ve kolayca bulunabilen temel tarım ürünlerini belirlemede kritik öneme sahiptir. Tarihsel olaylar, bir bölgeye ilave malzemelerin, pişirme tekniklerinin, geleneksel tarım yöntemlerinin getirilmesi yoluyla tanımlanabilir özellikler üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Belirli bir bölgedeki etnik çeşitlilik, hazırlanan geleneksel yiyecekler ve zaman içinde benzersiz ve tanımlanabilir ürünler yaratan mutfak birleşimi üzerinde derin bir etkiye sahiptir. Bu çeşitlilik zamanla değişir ve bakış açıları ile kültürlerin kaynaşmasına dayalı olarak tarım ve gıda ürünlerinin sürekli bir evrimini yaratmaktadır. Danhi (2003) mutfak görgü kurallarını bölgesel mutfak başka bir tanımlayıcısı olarak ifade etmekte ve belirli bir kültürün nasıl ve ne yediğiyle tanımlanmaktadır. Tatlı, ekşi, acı, tuzlu ve umamiden oluşan beş temel tat özelliği, yiyecek ve içecek maddelerindeki gastronomik özellikleri ve tercihleri tanımlamak için bir dizi hakim tat profili

sağlamaktadır. Son olarak, bir yerel veya bölgedeki tarifler, baskın malzemelerin, tekniklerin ve sunumların kullanımı yoluyla tanımlayıcı unsurlar sağlamaktadır.

Herhangi bir yerin gastronomik kimliği, turizmin gelişmesi ve turist çekmesi açısından son derece önemlidir (Privitera, Nedulca ve Nicula, 2018). Danhi (2003) ve Rao ve diğerleri (2003), bir mutfağı ve mutfak kimliği hareketini tanımlamak için birçok önemli faktör sağlar. Toplumlardaki tarım-gıda sistemlerini (Atkins ve Bowler, 2001) ve restoran mesleğinin kurumsal mantığını birçok faktör etkilerken, bu makale bir bölgenin yiyecek özelliklerini tanımlarken hakim bakış açılarının bütünleşmesini yaratan bir gastronomik kimlik perspektifini tartışmaya odaklanmaktadır. Şekil 2, gastronomik kimlik perspektifinin bir çerçevesini sunmaktadır.

Şekil 2. Harrington (2005: 133) Tarafından Önerilen Gastronomik Kimlik Modeli



Gastronomik kimlik Harrington (2005) tarafından tanımlanan bir kavram olup, çevrenin (coğrafya ve iklim) ve kültürün (tarih ve etnik etkiler), yiyecek ve içeceklerde hakim tat bileşenleri, dokular ve tatlar üzerindeki etkilerini gösterdiği vurgulanmıştır. Gastronomik kimliği şekillendiren çevresel ve kültürel faktörler de alt boyutlara ayrılmaktadır. Bu aşamada çevre faktörü kapsamına coğrafya, iklim, mikro iklimler, yerel ürünler ve yeni ürünlerin bölgeye adaptasyonu oluştururken, kültürel faktörü bölgenin tarihi, etnik çeşitliliği, deneme yanılmayı, gelenekleri, inançları ve değerleri oluşturmaktadır. Destinasyonun çevresel ve kültürel faktörleri de destinasyonun mutfağının kendine özgü özelliklerinin yani gastronomik kimliğinin şekillenmesinde etkilidir.

Dış çevrenin etkisi, araştırmacılar tarafından yiyecek ve restoran işletmeciliği ile ilgili çeşitli konularda öne sürülen önemli bir tartışma alanı olmuştur (Alabala, 2003; Amerine ve Singleton, 1977; Dougherty, 1997; Farjoun, 2002; Harrington, 2005). Şekil 2’de gösterildiği gibi, gastronomik kimliğin tanımlanmasında öne çıkan çevresel konular arasında coğrafya, iklim, mikro iklimler, yerli ürünler ve yeni gıda ürünlerinin zaman içinde karlı bir şekilde uyartılabilirliği yer almaktadır.

Kültür kavramı ve gıdaya ilişkin kültürel çalışmalar, geçtiğimiz yüzyılda sosyologlar ve antropologlar tarafından verimli bir büyüme kaydetti. Araştırmacılar, yeme alışkanlıklarını istikrarlı bir toplumun ritüellerini destekleyen bir tür geleneksel davranış olarak tanımlamışlar ve yeme kalıplarındaki normların,

toplumun daha geniş yapılarının simgesi olduğu kadar, yeme alışkanlıklarının daha derin bir anlamı olduğunu ve “tadın kültürel olarak şekillendiğini ve sosyal olarak kontrol edildiğini” öne sürmüşlerdir (Atkins ve Bowler, 2001: 5). Gastronomik kimlik kavramıyla ilgili olarak, yiyecek ve içecek alışkanlıklarının zaman içinde meydana gelen çeşitli kültürel normlar ve olaylar tarafından türetildiğini tahmin edilebilmektedir. Bunlar bölgenin tarihini, kullanılan gıda sistemlerini, ticaretin miktarını ve yerini, gelenekleri, inançları ve zaman içinde geliştirilen yetenekleri içermektedir. Daha genel anlamda yukarıda vurgulanan faktörler bölgenin lezzet yapısını, sofrada adabını ve tariflerini etkilemekte, dolayısıyla o bölgeye özgü gastronomik kimliğin oluşmasını sağlamaktadır. Yukarıdaki açıklamalara göre gastronomik kimliğin ürünleri en temel anlamda destinasyonun çevresel ve kültürel özelliklerini taşıyan yerel yiyecek, içecek ve yemeklerdir. Turizmde kullanılan gastronomik ürünlere gastronomi turizmi ürünleri adı verilecektir.

Yerel tarım ürünleri, hayvancılık ve deniz ürünleri gibi ekonomik faaliyetler, kentin gastronomik kimliği üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu ürünlerin kalitesi ve çeşitliliği, kentin mutfak kültürünü zenginleştirmektedir. Bununla birlikte bir kentin toplumsal yapısı ve sosyal ilişkileri yemek kültürünü etkilemektedir. Aile yapısı, toplu yemek alışkanlıkları, festivaller ve yemek şenlikleri, gastronomik kimliğin oluşumunda önemli bir rol oynamaktadır. Aynı zamanda gastronomik kimlik, bir kentin turistik cazibesini arttırabilmektedir. Yerel yemekler ve mutfak kültürü, turistler için önemli bir çekim gücüdür. Ayrıca küresel etkileşimler ve göç hareketleri, gastronomik kimliğin çeşitlenmesine katkıda bulunmaktadır. Tüm bu bilgiler doğrultusunda gastronomik kimliğin, kent kimliğinin ayrılmaz bir parçasıdır ve bir kentin genel karakterini, kültürel zenginliğini ve toplumsal dinamiklerini anlamak için önemli bir unsur olduğu söylenebilmektedir.

YÖNTEM

Araştırma alanı olarak Aydın’ın Didim ilçesi seçilmiştir. Bunun nedeni Didim’in yerel lezzetlerinin gastronomi turizmindeki ve Didim’in kent kimliğinin keşfindeki yerinin belirlenmesinin Didim’de alternatif turizm açısından değerlendirilmek istenmesidir. Turizmde çeşitliliğin sağlanması ve klasik olarak bilinen deniz, kum, güneş unsurları dışında da alternatif turizm türlerinin etkin bir şekilde kullanılması adına Didim’in kent kimliğinin oluşmasında gastronomi turizminin etkisinin incelenmesi ve mevcut durumun ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç kapsamında Didim’in yerel mutfağının öncelikle gastronomik kimliği üzerinde sonrasında ise kent kimliği arasındaki ilişkiyi belirlemede durum analizinden faydalanılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda şu sorulara yanıt aranmıştır:

1. Didim yerel mutfağının gastronomik kimliğini oluşturan unsurlar nelerdir?
2. Didim’e ait gastronomi turizmi ürünlerinin kent kimliği oluşumunda kullanılma durumu nasıldır?

Belirlenen araştırma sorularına derinlemesine cevap aramak amacıyla nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Uzuner (1999), araştırma sorularını cevaplarken dikkate alınması gereken konulardan birinin tümevarım veya tümdengelim yöntemlerinin seçimi olduğunu belirtmektedir. Amaç daha önce önerilen modellerin incelenmesiyle elde edilen verilerin yorumlanması olduğundan tümdengelim yönteminin tercih edilmesinin bu araştırma için uygun bir yöntem olduğuna karar verilmiştir. Didim’in yerel mutfağına ait ürünleri, bu ürünlerin turizmde kullanılma durumu ve bu durumun kent kimliği sürecine katkısının ortaya konulması açısından nitel araştırma yönteminin uygun olduğu söylenebilmektedir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan doküman incelemesi kullanılmıştır. Doküman incelemesinin kullanıldığı bu çalışmada Didim’in mutfak kültürü, gastronomi turizmi ve gastronomik turizm ürünlerinin ortaya çıkarıldığı kitaplar, makaleler, akademik çalışmalar, haber siteleri, tanıtım broşürleri incelenen kaynaklar arasında yer almaktadır. Doküman analizi Bowen (2009) tarafından, basılı ve/veya elektronik materyallerin gözden geçirilmesi veya değerlendirilmesi için kullanılan sistematik bir prosedür olarak tanımlanmıştır. Araştırmada doküman incelemesi yöntemi kullanıldığı için herhangi bir etik kurul iznine ihtiyaç duyulmamıştır. Araştırmada belirlenen kaynaklar kullanılarak araştırma soruları kapsamında içerik analizi yoluyla bulgular sunulmuştur.

Bu araştırma Didim'in gastronomi turizmi, gastronomik ürünleri, gastronomik kimliği ve kent kimliği konusunda hazırlanan çalışmalardan elde edilen bilgiler ile sınırlıdır. Literatür incelendiğinde Didim'e özgü gastronomik ürünler ve bu ürünlerin turizme etkisi üzerinde yapılan akademik çalışmaların sınırlı olduğu görülmüştür. Bu da araştırmanın sınırlılıklarından biridir. Bununla birlikte Didim Kaymakamlığı, Didim Belediyesi ve Didim Ticaret Odası resmi web siteleri incelendiğinde Didim'in gastronomik turizm ürünlerine ilişkin herhangi bir tanıtıma ya da bilgiye yer verilmediği görülmüştür. Bu da araştırmanın bir başka sınırlılığı olarak gösterilebilmektedir. Bu nedenle çalışmada ağırlıklı olarak akademik çalışmalardan faydalanılmıştır. İncelenen akademik çalışmalarda Didim'in yöresel lezzetleri genellikle yerli halkla yapılan görüşmeler sonucunda ortaya konduğu görülmüştür. Bununla birlikte çalışmada az sayıda da olsa Didim'e yönelik hazırlanan kitaplar da çalışmada kullanılan kaynaklardan biridir. Bu kitaplar doğrudan Didim'in yerel mutfağına yönelik yazılan kitaplar olmamakla birlikte satır aralarında yöresel lezzetlerden bahsedildiği için incelenen dokümanlar arasında dahil edilmiştir. Bu konuda hazırlanan kitapların da sayıca az olması araştırmanın sınırlılıklarından bir diğeri olmuştur. Bununla birlikte Didim'de yapılan festivallere ilişkin yapılan çalışmalar da incelenerek festivallerde yerel halk tarafından sunulan gastronomik turizm ürünleri belirlenmiştir.

Doküman taraması sonucu ulaşılan kaynaklara ilişkin bilgiler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmada İncelenen Kaynaklara İlişkin Bilgiler

Kaynak kodu	Materyal türü	Adı	Yazar ve Basım Yılı
K1	Kitap	Didim'in Renkleri Didim'in İnsanları	Onur Ulutaş, 2024
K2	Web	Tıbbi Aromatik Bilgiler ve Süs Bitkileri Fidanlığı	Didim Belediyesi
K3	Makale	Didim ve Çevresinin Tarihine Geleneksel Mutfak Kültürü Açısından Bakış: Zeytin/Zeytinyağından Elde Edilen Yiyecekler ve Unutulmakta Olan bir Tat: Kaşopita	Aytekin Kalkan, 2017
K4	Makale	"Ölmez Ağacın" Ölümsüz Lezzetleri: Didim'de Zeytin ve Zeytinyağından Hazırlanan Yöresel Yiyecekler	Aytekin Kalkan ve Osman Çulhan, 2017
K5	Kitap	Mübadil Lezzetler Didim	B. Ögünç, 2017
K6	Web	Didim	
K7	Yüksek Lisans Tezi	Didim ve Çevresinde Turizm ile ilgili Mekansal Değişimler	Nazmiye Özgüç, 1994
K8	Makale	Rekreasyonel Balıkçılık Turizmi: Didim ve Didim/Akbük Örneği	Mahmut Efendi, 2020
K9	Web	Didim Ziraat Odası Hakkımızda	Didim Ziraat Odası
K10	Makale	Levi-Strauss'un Eksik İletişim Yaklaşımı Temelinde Didim Yoran Köyü Mübadilleri ve Didim'in Yerleşik Toplumu İlişkilerinde Yemek Kültürü	Özgehan Özkan ve Ebru Çitil, 2023
K11	Kitap	Bir Öyküdür Yoran	Didim Belediyesi
K12	Kitap	Emanet Çeyiz Mübadele İnsanları	K. Yalçın, 2017
K13	Kitap	Bir Tarih: Miletos	A. M. Greaves, 2003
K14	Kitap Bölümü	Antik Çağdan Günümüze Milet	V. V. Graeve, 2002
K15	Kitap Bölümü	İyonya liman kentlerinde ticaret din ilişkisi: Miletos örneği.	K. Türkantoz, 2002
K16	Kitap	Dünden Bugüne Didim	E. Poyraz, 2018
K17	Doktora Tezi	Tarihsel Süreçte Didim'de Yaşanan Göçlerin Yarattığı Değişimin Turizm Ekseninde İncelenmesi	Arzu Toker, 2019
K18	Köşe Yazısı	Didim'de Tarım	Bahattin Gökdemir
K19	Web	Apollon Tapınağı	Didim Belediyesi

Tablo 1'de de görüldüğü üzere çalışmada ulaşılan 19 kaynak incelenmiştir. Bu kaynaklardan 6 kitap, 2 lisansüstü tez, 2 kitap bölümü, 4 makale ve 4 web kaynağıdır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırma soruları kapsamında ilk olarak Didim'in gastronomik kimliğini oluşturan unsurlara ilişkin bulgular Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Didim'in Gastronomik Kimliğini Oluşturan Faktörlere İlişkin Bulgular

Faktörler	Alt Faktörler	Açıklama
Kültürel Faktörler	Tarih	Didim'in eski bir tarihe sahip olması
	İnançlar ve Değerler	Düğün, nişan, cenazelerde yemeğin önemli bir yer tutması
	Etnik Çeşitlilik	Rum kültürünün etkisi
		Pers kültürünün etkisi
Çevresel Faktörler	Coğrafya ve İklim	Didim'in bulunduğu coğrafi konumun ürün çeşitliliği üzerindeki etkisi
		Yerel mutfağın Ege ve Akdeniz mutfağı özellikleri göstermesi
		Tarım uygulamalarının bahçe tarımı şeklinde gerçekleştirilmesi
	Yöreyle ait ürünler	Yörede yetiştirilen tarım ürünleri ile yapılan yemekler

Tablo 2’de görüldüğü üzere Didim’in gastronomik kimliğinin inşasını sağlayan çevresel ve kültürel olmak üzere iki faktör bulunmaktadır. Kültürel faktörler tarih, inanç ve değerler, etnik çeşitlilik olmak üzere 3 alt kategoride toplanırken; çevresel faktörler coğrafya ve iklim, yöreye ait ürünler olmak üzere iki alt kategoriden oluşmaktadır. Bu kapsamda araştırmada incelenen dokümanlardan elde edilen ve gastronomik kimliğin oluşmasında etkisinin olduğu tespit edilen alıntılar sunulmuştur.

Didim’in gastronomik kimliğinin oluşumunda kültürel yapısı incelendiğinde ilk olarak tarihinin öne çıktığı belirlenmiştir. Bununla ilgili olarak K3, K4 kodlu kaynaktan şu şekilde aktarılmıştır:

“Antik çağlarda Milesia Yarımadası’nda bulunan Didyma, onunla bağlantılı kutsal alanlar ve yerleşim, kuşkusuz Miletos’tan sonra Aşağı Menderes Havzası’nın tarihöncesi çağlardan başlayarak en önemli merkezi olma özelliğindedir.”(K3).

“Didim ilçesinin ilk yerleşim izleri Neolitik Devre (M.Ö. 8000) uzanır. M.Ö. 16. yüzyılda Miken, Giritliler ve daha sonra da Aka kolonilerinin varlığı görülür. “Karia” bölgesinin sınırları içinde yer alan Didim (Didyma), Milet’in “kutsal alanı” olarak Likyalılar, Persler, Seleucidler, Attalidler, Romalılar ve Bizanslıların ardından Türklerin eline geçmiştir.” (K6).

“Didim, tarihte derin izler bırakan ve birçok uygarlığa ev sahipliği yapan 12 İyon bağımsız şehir devletinden biri olan Milet’in, “Kehanet Merkezi” olarak tarih sahnesine çıkmıştır. Milet kentiyle birlikte İyonların, Perslerin, Romalıların, Menteşoğulları Beyliği’nin ve Osmanlı İmparatorluğu’nun egemenliği altına girmiştir. 14. yüzyıldaki büyük depremde yıkılan Apollon Tapınağı ile birlikte uzun yıllar sessizliğe gömülen Didim yerleşimi, Cumhuriyet öncesine kadar varlığını küçük bir Rum köyü olarak sürdürmüştür.” (K17).

“Osmanlı Devleti’nin fetihler sonucu topraklarının genişlemesiyle, özellikle Balkanlar’da büyük bir Türk nüfusu oluşmuştur. Ancak 1699’da imzalanan Karlofça Anlaşması’yla Osmanlı Devleti, Balkanlar’dan çekilmeye başlamıştır. Balkan Savaşları sonucunda, yoğun bir Türk nüfusunun bulunduğu Balkanlar’dan, Türklerin temizlenme girişiminin de başlamasıyla Anadolu’ya 1900’lü yıllar itibarıyla Yunanistan ve Bulgaristan’dan yoğun göçler gerçekleşmiştir.” (K4).

“Ege’nin gözboncuğu mavisidir Didim, arkaik dönemde yaklaşık 100 yıl kadar Branchidler adı ile bilinen rahiplerin yönetimi altında kalmıştır. Bilhassa bu tarihten itibaren tapınağın ünü, antik Ön Asya’nın tamamını sarmıştı. Ünlü Yunanlı tarihçi Herodotus— yani Herodot’a göre, M.Ö VII. yüzyılda Mısır kralı Necho ve Lidya Kralı Kroisos tarafından kutsal bir tapınağın bulunduğu Didim’e çok değerli armağanlar sunulmuştur. Hemen yanıbaşımızda, Bodrum yakınlarındaki Halicarnassos’da doğan ve ‘Tarihin Babası’ olarak da anılan Herodot, eserlerinde Kral Kroisos’un Didim Tapınağı’na aynen Delphi’ye gönderdiği altın sunular ağırlığında ve değerinde hediyeler gönderdiğini yazmaktadır.” (K19)

Didim’in gastronomik kimliğinin oluşumunda kültürel yapısını etkileyen faktörlerden bir diğerinin ise inanç ve değerler olduğu belirlenmiştir. Bununla ilgili olarak K10 kodlu kaynaktan şu şekilde aktarılmıştır:

“Mübadiller mübadele ile Didim’e gelen aile büyüklerinin başlıca geleneklerini yaşatmaya ve yerleşik toplum tarafından da öğrenilmesine önem vermektedirler. Bu önem özellikle yemek kültüründe daha net bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Düzenli aralıklarla evlerinde, festival gibi etkinliklerde, bayramlarda bu

yemekleri yapıp yerleşik toplumla ve birbirleriyle paylaşarak aradaki dostluk bağlarını güçlendirdikleri görülmektedir.” (K10).

Didim’in gastronomik kimliğinin oluşumunda kültürel yapısını etkileyen faktörler arasında etnik çeşitliliğin de olduğu belirlenmiştir. Bununla ilgili olarak K4, K7, K12, K13, K14, K15, K16 kodlu kaynaklarda şu şekilde aktarılmıştır:

“Geçmişte Rum ve Türklerin birlikte yaşadığı Akköy, bölgenin en güzel sivil mimari örneklerine sahip, beyaz badanalı evleriyle size Ege’de olduğunuzu hatırlatır. Kuşaklar boyunca tarım ve balıkçılıkla geçimini sağlayan Akköy’de bugünlerde sayıları gittikçe artan köy kahvaltısı sunan yerler size yöresel lezzetlerden bir harman sunuyor. Kahvaltı sunan yerlerden ile yol üzerinde satış yapan köylülerden mevsim meyveleri, sebzeleri, zeytin, zeytinyağı ve yöresel ürünleri temin edebilirsiniz.” (K7).

“Didim’in geçmişten günümüze çeşitli kültürden insanlara ev sahipliği yapmış olması yiyecek çeşitliliğinin ve kültürünün varlığını işaret etmektedir. Bugüne kadar yapılan arkeolojik çalışmalar, yöreyi ilk iskân edenlerin, yerleşim yeri olarak Neolitik Çağ’da (M.Ö.7000-5000) Stephania Tepeleri, Killiktepe ve Saplı Ada’yı seçtiklerine dair somut veriler bulunmaktadır. Bununla birlikte son yıllarda Peschlow-Bindokat’ın Didim’e yaklaşık 30km mesafedeki Latmos’ta (Beşparamak Dağları) yapmış olduğu çalışmalarda tespit edilen ve kutsal bir önem taşıdığı düşünülen mağara-kaya resimleri, bölgenin Prehistorik Çağlarındaki yaşam izleri olarak yorumlanmaktadır (Peschlow-Bindokat, 2005). Kalkolitik Çağlardaki kültür izleri ise en erken Miletos’ta Tiyatro Limanı yakınlarındaki mimari kalıntılardan anlaşılmaktadır. Ayrıca izleyen dönemlerde Altınkum Plajı ve Mersimdere buluntuları ise yörenin bu dönemlerden itibaren ticaret merkezi olmaya başladığını düşündürmektedir.” (K13).

“Tunç Çağında Didim ve çevresinin özellikle Myken ve Minos kültürlerine yoğun olarak ev sahipliği yaptığı söylenebilir (K14).

“Arkaik Dönemde ise Didim, İon kültürünün etkisinde olduğu bilinmektedir. Bölge, Miletos gibi pozitif bilimin temelini atıldığı bir okulu bulundurması nedeniyle bilim, zengin liman kentlerine sahip olması nedeniyle ticaret, Apollon Bilicilik Merkezi’nin de bulunması nedeniyle dini amaçlarla dünyanın farklı coğrafyalarından ziyaretçilerin geldiği büyük bir kent özelliği göstermektedir.” (K15).

“M.Ö.494 yılında Lade Savaşı’nda Perslerin egemenliğine girmiş, sonrasında M.Ö.334-31 yılları arasında da Hellenistik kültürün etkisinde kalmıştır. M.Ö. 31 ve M.S. 337 yıllarında Roma Uygarlığı, M.S. 395-1261 yıllarında Bizans Uygarlığı yörede yaşamışlardır. Yörede yaşayan insanlar 1261 yılında da Türk-Müslüman kültürü olan Menteşeoğlu Beyliği ile de İslamiyetle tanışmıştır.” (K4).

“Yoran Köyü’ne Yunanistan’ın Selanik iline bağlı, Kavala kentine bağlı köylerden; Drama Livası Pravişte Kazası, Koçkar Köyü (Elehori) ve Devekıran (Melisa) köylerindendi. Yesirli, Samaklı, Mestanlı, Podahor, Kınalı köylerinden aileler de bulunmasına rağmen çoğunluk Koçkarlı ve Devekıranlı ailelerden oluşmaktaydı. Didim Yoran toplumunun tamamı Rumeli Mübadili ve Balkan Göçmenidir.” (K12)

“Yunanistan’dan ve adalardan gelen Aka’lar tarafından M.Ö 14. ve 13. yüzyıllarda kurulduğu var sayılan (Bilgin, 2013) Didim; İyonlar, Persler, Romalılar ve Bizanslılardan sonra ve Türklere ev sahipliği yapmaktadır.” (K16)

Didim’in gastronomik kimliğinin oluşumunda çevresel yapısı incelendiğinde coğrafya ve iklimin ve yöreye ait ürünlerin gelişiminde etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. Didim’in coğrafi konumu, iklim özellikleri ve bunun bitki çeşitliliği ve bitkilerin verimliliği üzerindeki etkileri K3 ve K6 kodlu kaynakta şu şekilde aktarılmıştır:

“Herodotos, fazla soğuk ve yağışlı ya da fazla sıcak ve kurak olarak değerlendirdiği kuzey ve güney bölgelerinin tersine Didyma’nın da içinde bulunduğu İonia’ya çok güzel bir iklim bahsedildiğini gözlemlemiştir. Hippokrates de İonia’nın suyu bol, ormanlık ve bol hasadı ve sağlıklı sürüleriyle çok bereketli olduğunu belirtmektedir. Yazların sıcak ve kurak, kışların ılıman ve yağışlı olduğu Akdeniz kara iklimi, Türkiye’nin Ege Bölgesi’nde Yunanistan’da olduğundan daha belirgindir. Bölgenin kurak yaz

mevsiminde hemen hemen hiç yağmur yağmaz fakat toplam yağışın yüzde 70'i Kasım ile Mart arasında düşer.” (K3).

“Aydın sınırları içinde yer alan Didim, Kuşadası’ndan 70, Bodrum’dan 110 km uzaklıkta önemli bir turizm merkezidir. Güllük Körfezi’ni çevreleyen iki yarımadadan biri (diğeri Bodrum yarımadası) üzerinde yer alan Didim, 90 kilometrelik sahil şeridinin üzerinde hemen hepsi kumsal olan onlarca koya sahiptir... Didim, doğuda Muğla il sınırı, batıda ve güneyde Ege Denizi, kuzeyde Bafa Gölü ve Menderes Nehri ile sınırlanmış bir yarımada şeklindedir... Didim; havada ki nem oranının çok az olması ve coğrafi yapısı gereği Astım hastalığına iyi gelen dünyadaki iki bölgeden biridir. 90 km sahil şeridine sahip olan Didim oldukça sıcak bir iklim kuşağında olmasına karşın, düşük nem oranı yazın bunaltıcı sıcaklardan şikayet edenter için iyi bir seçenek oluşturmaktadır. Didim Akdeniz İklim tipine uygunluk gösteren bir ilçedir. Bu iklime göre yaz ayları sıcak ve kurak, kış ayları ise ılık ve yağışlıdır. Akdeniz ikliminin hüküm sürmesinin etkisiyle bölgede maki gibi küçük çalılıklar oluşmuştur. Bu şartlar altında ilçede meyve ve sebze de yetişmektedir.” (K6).

Didim’in coğrafya ve ikliminin tarım uygulamalarının genellikle bahçe tarımı şeklinde uygulanması üzerinde etkili olduğu K3, K7, K9 ve K18 kodlu kaynakta şu şekilde aktarılmıştır:

“Didim’ de turizm faaliyetleri başlayıncaya kadar, halkın en önemli geçim kaynağı ve uğraşısı tarım olmuştur. Mübadele öncesi buranın sakinleri olan Rumlar ı.amanında bağ ve bahçe tarımı ön planda iken, burasının tanına dayalı yoğun bir ticaret merkezi olduğu bilinmektedir. Özellikle bağcılık faaliyeti neticesi şarapçılığının çok geliştiği ve ihraç üiünü olduğu, köydeki eski tesis ve gümiik binasından anlaşılmaktadır.” (K7).

“Akdeniz üçlüsü olarak adlandırılan buğday, zeytin ve üzüm üretimi, dönemin diğer Yunan polislerinde olduğu gibi Milesia ve çevresinde de tarımın, ekonominin ve toplumun merkezinde yer almıştır. Bu üçlünün her bir ögesi tarımsal takvimin farklı noktalarında hasat edildiğinden ya da toplandığından, buğday, üzüm ve zeytin üçlüsü ideal bir birleşim oluşturmıştır.” (K3).

“Didim, doğa ile tarihin birleştiği, Aydın’ın turizm alanındaki iki büyük ilçesinden birisidir. Gerek doğa ve tarihi güzelliği, gerekse turizm zenginlikleri nedeniyle yılın her ayı yerli ve yabancı turistler tarafından ziyaret edilmektedir. 1960 lı yıllarda küçük bir yerleşim yeri olan Didim 1991 yılında ilçe olmuştur ve Didim turizme verilen önemle birlikte büyük bir gelişme ve nüfus artışı göstermiştir. İlçe ekonomisi tarıma ve turizme dayalıdır. Didim’in turizm kenti olması yanında tarım faaliyetleri yapılabilen tarım arazileri de mevcuttur. Tarım arazileri içinde 35.000 dekar pamuk, 42.500 dekar hububat ve 1.000.000 zeytin ağacı bulunuyor. Her türlü tarım faaliyetinin yapılabildiği ilçemizde günlük bağ bahçe üretimi de ekonomik olarak önemli bir yer tutmaktadır.” (K9).

“Milet Müzesi tarafından yapılan 1992-1999 yılları arası araştırmalar esnasında bölgede zeytinyağı işletmeciliği ile ilgili önemli bulgulara rastlanmıştır. Bundan da anlaşılacağı üzere zeytincilik tarımı ilk çağlarda da bölgemizin ekonomik geçim kaynağı olarak görülmektedir. Geçmiş yıllarda bölgemizde zaman zaman çeşitli ürünler üretilse de (tütün, badem vb.) zeyincilik tarımı varlığını hep korumuştur.” (K18).

Didim’in gastronomik kimliğinin oluşumunda etkili olan çevresel faktörler arasında son olarak yöreye ait ürünler olduğu belirlenmiştir. Araştırmada yörede yetiştirilen tarım ürünleri ile yapılan yemekler Didim’in yerel mutfağında kullanılan ürünler ve yemeklere ilişkin bulgular Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3. Didim Yerel Mutfağı İle İlgili Ürünler ve Yemekler

	Tür	Örnekler	Alıntı Yapılan Kaynak
Yöreye Ait Yerel Ürünler	Tahıllar	Buğday	K9, K18
	Hayvancılık ve hayvansal ürünler	Siğır, Koyun, Keçi, Kanatlı, Arı	K3, K9
	Balıkçılık	Levrek, çipura, karagöz, mırmır, barbun, sinarit, karides, yengeç, ahtapot, kaya balığı, istavrit, sübye	K9, K18
	Sebze ve meyveler	Zeytin, incir, Şeftali-Nektarin, Domates, Karpuz, Kavun, Salatalık, Patlıcan, Biber	K2, K3, K4, K9, K18
	Otlar ve bitkiler	Gelincik, pazı, radika, ığnelik, pırasa, kömürge (yabani pırasa), ısırgan (dalğan), arapsaçı, ebeğümesi, turp otu, şevketi bostan, hardal otu, börülce, sarmaşık, lapata, kereviz, biberiye, melisa, kekik, ıtır, okaliptüs	K2, K4, K10
Yöreye Ait Yerel Yemekler	Çorbalar	Bulamaç, Ekşili Kekik Çorbası, Sütü Erişte Çorbası, Banma, Tarhana, Kulubara	K4, K10
	Hamur işleri	Yoğurt Böreği, Pırınç Böreği, Tavuk Böreği, Balkabağı Böreği, Fincan Böreği, Lalanga, Pırasa Böreği, Dalğan Gözlemesi, Kabakçiçeği Çöreği, Cızmanak, Çobantete, Dızmana Böreği, Lokma, Keçi Tırnağı, Yoğurt Pidesi, Kabak Çiçeği Çöreği	K4, K10
	Yemekler	Kabakçiçeği Dolması, Manca, Mücver, Nohutlu Şevketi Bostan, Bakla Yemeği, Kabak kızartma, Ebeğümeci Kavurması, Sarmaşık/Kedirgen kavurması, Arapsaçı kavurması, Kapama, Kaşa, Kaşopita, Papara, Gornik, Yaprak sarma	K4, K10
	Mezeler/Salatalar	Turp Otu Salatası, Semizotu Salatası, Zeytinyağlı börülce haşlaması, Kuru biber taratoru, Pava, Ekşileme,	K4, K10
	Tatlılar	Zerde, Kaşık helvası, Mandagursa, Gelineli (Mamalinga), Susamlı baklava, Susam Helvası, Kulumuştı, Sabuni	K4, K10

Tablo 3 incelendiğinde gastronomik kimliğin çevresel faktörler altında yer alan yöreye ait ürünler ve yemekler yer almaktadır. Didim yöresine ait yemeklerin ana maddelerin bu ürünler olduğu düşünüldüğünde yerel gastronomik ürünlerin incelenmesinde yarar vardır. Didim’e ait yerel gastronomik ürünler tahıllar, hayvancılık ve hayvansal ürünler, balıkçılık, sebze ve meyveler, otlar ve bitkiler olmak üzere beşe ayrılmıştır. Yöreye ait yemekler ise çorbalar, hamur işleri, yemekler, mezeler/salatalar ve tatlılar olmak üzere beş grupta incelenmiştir.

Yöreye ait ürünlerle ilgili olarak K18 ve K2 kodlu kaynaktaki şunlar ifade edilmiştir:

“Didim’in turizm kenti olmasının yanında, burada tarım faaliyetleri yapılabilen tarım arazileri de mevcuttur. Bu tarım arazilerimizin içerisinde 35.000 dekar pamuk, 30.000 dekar hububat ve 800.000 ağaç mevcutla zeytin yetiştiriciliği yapılmaktadır. Didim’de Aydın’ın ilçelerinden farklı olarak, üç köyümüzdeki Su Ürünleri Kooperatifleri aracılığı ile Dalyan balıkçılığı ve Tavşanburun mevkiinde kurulacak 23 adet balık çiftliği, 2 adet Türkiye’nin en büyük yavru balık üretim tesisi ve balık paketleme tesisi bulunmaktadır.” (K18).

“Mevsimsel çiçeklerin yanı sıra lavanta, biberiye, defne, melisa, kantaron, nane, kekik, okaliptüs ve delice zeytin yağı gibi tıbbi aromatik yağ üretimi için üretilen bitkilerden elde edilen uçucu yağlar “Didyma” markası ile satışa sunuluyor. Bunların yanı sıra ürünlerden kekik, ada, lavanta, ıtır, zeytin yaprağı ve biberiye çayı yapılmaktadır.” (K2).

Yöreye ait yemeklerle ilgili olarak K3, K5, K10, K12 kodlu kaynaklarda şöyle ifade edilmiştir :

“Didim’de bulunan malzemelerle yeni yorumlar ile çeşitlendirdikleri sebze ve ot yemekleriyle pidelerinden örnekler vermek gerekirse; Bayramlarda ikram edilen soğanlı, zeytinyağlı, tereyağlı pilav üzerine haşlanmış, kemikli, yağlı kuzu, keçi eti veya tavuk eti sıralanan, kaynamış et suyu, tuz karabiber, nane ilave edilerek fırına verilen Kapama mübadil lezzetlerinin en özel kültürel miraslarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Kaynayan suyun içine soğuk su ile özenmiş mısır unu ağır ağır dökülerek, karıştırılarak ve tuz ilave edilerek kaynatılan, tepsiye kesme şekeri büyüklüğünde doğranan ekmeğin üzerine dökülen, üzerine çiğ zeytinyağı gezdirilerek yenen Kaşa ise yine mübadil torunlarının gelecek kuşaklara aktaracakları bir lezzet olarak literatürdeki yerini almıştır.” (K12).

“Yoran’a (Didim) yerleştirilen ilk mübadillerin geleneksel mutfak kültürünün diğer bir ürünü ise taze soğan, dereotu, ısırgan otu, pırasa ve maydanozların harmanlanarak mısır nu, buğday unu ve ufalanmış peynirle karıştırılarak su ilave edilmesinden sonra elde edilen hamurun fırınlanması ile pişirilen bir yemek olan Kaşopita’dır...Tatlı çeşitlerinden; Yağsız tavada yakılan şekere başka bir kapta karıştırılmış su ve nişasta ilave edilmesi ve bu aşamadan sonra elde edilen sabun görünümlü karışımın bir kaba yayılması ve üzerinin badem veya ceviz ile süslenmesi Sabuni isimli lezzeti sofralara sunmaktadır...” (K5).

“Bu yıl 3.sü düzenlenen Uluslararası Didim Zeytin Festivali etkinlikleri dahilinde gerçekleştirmiş olduğumuz, Didim ve çevresinde zeytin/zeytinyağından elde edilen geleneksel yiyecekleri ortaya çıkarma çalışması sonucunda, yöre insanlarından katılımcıların verdiği bilgiler doğrultusunda, festivalin sembol yemeği olarak “Kaşopita” belirlenmiştir. Kaşopita, yerel halk arasında kaşo; karıştırmak, pita; ekmek anlamlarına gelen iki kelimenin bir araya gelmesi sonucunda “Kaşopita” adını almış geleneksel bir yiyecektir. Kaşopita, 1924’lü yıllarda Selanik bölgesinden (Kuçkar Köyü) mübadele sonucunda Yoran’a (Didim) yerleştirilen ilk iskancıların geleneksel mutfak kültürünün ürünüdür.” (K3).

Yukarıda verilen alıntılar dışında Kalkan ve Çulha (2017) tarafından yapılan çalışmada Didim’de zeytin ve zeytinyağı kullanılarak hazırlanan kuru biber taratoru, pava, papara, ot kavurmaları, çobantete, manca, kapama, şevketi bostan, dızlama, kaşopita, tavuk böreği, yoğurt böreği, mandagursa gibi 48 farklı yemek olduğu belirlenmiştir. Özkan ve Çitil (2023) tarafından Didim’in yerleşik toplumu ve Yoran köyü mübadilleri ilişkilerinde yemek kültürünün incelendiği çalışmada ise papara, ekşileme, manca, yoğurtlu pancar, nohutlu şevketibostan, gornik, pava çorbası, umaç çorbası, ekşili kekik çorbası, kabak çiçeği çöreği, mamalinga, susam helvası gibi yöresel yemeklerin olduğu tespit edilmiştir.

Didim’e ait gastronomi turizmi ürünlerinin kent kimliği oluşumunda kullanılma durumuna ilişkin literatür incelendiğinde yerel yemeklerin festivallerde yer aldığı, ancak Didim’deki çoğu restorantta yöresel gastronomik ürünlere yer verilmediği görülmüştür. Didim’in yerli halkına ait restoranlarda ve Didim Belediyesi’nin işletmesini yaptığı balık restoranlarında Didim’in yerel mutfak ile ilgili ürün ve yemeklerin yer aldığı belirlenmiştir. Bunlar ağırlıklı olarak yöreye ait otlarla yapılmış mezeler ve salatalar şeklinde restoran menülerinde yer almaktadır. Bununla birlikte Didim’in kıyı kenti olması Didim’de restoran menülerinde balık ürünlerinin sıklıkla yer almasında etkili olduğu söylenebilmektedir.

Didim Vegan Festivali, yöreye ait otların ve bu otlardan yapılan yemeklerin, mezelerin ve salataların yer aldığı festivaldir. Bu festivalde Didim Belediyesi tarafından kurulan Didim’de Hayat Var Standı’nda yöredeki otlar kullanılarak üretilen aromatik yağların kullanım alanları, ekşi maya ekmek atölyesi, sirke yapım atölyesi, turşu yapım atölyesi, ata tohumları atölyesi hakkında katılımcılara bilgi verilirken aynı zamanda Didim’in simgesi olan Apollon Tapınağına atıfta bulunularak Apollon Ateşinde Vegan Lezzetler mutfak atölyesi etkinlikleri gerçekleştirilmiştir. Festival programında yarışmalar, söyleşiler ve workshoplar düzenlenerek yöreye ait gastronomik ürünler öne çıkarılmış ve bu etkinliklerin Didim’in kentsel kimliğinin oluşmasında etkili olabileceği ifade edilebilir.

Kent kimliğinin oluşmasında yöreye ait ürünlerin patentlerinin alınması oldukça önemlidir. Türk Patent Enstitüsü 2023 yılı kayıtları incelendiğinde Didim’in herhangi bir gastronomik ürün için coğrafi işaret başvurusunun olmadığı görülmüş olsa da ilçe tanıtımında zeytin ve zeytinyağının sıklıkla kullanıldığı söylenebilmektedir.

Görsel 1. Medusa Logolu Şişelerde Didim'deki Anıt Ağaçlardan Üretilen Zeytinyağı



Kaynak: Didim Ziraat Odası, 2021

Bununla ilgili olarak Didim Kaymakamlığı, Aydın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Didim Ziraat Odası Başkanlığı ve Milet Müze Müdürlüğü tarafından yürütülen ortak bir çalışmayla Apollon Tapınağı ve Milet Ören yeriyle ilgili farkındalığı artırmak ve tarih ile doğayı bütünleştirmek için anıt ağaçlarda yetişen zeytinlerden soğuk sıkım olarak hazırlanan zeytinyağları Didim'in simgesi olan Medusa logolu şişelerde sunulmaya hazırlanmıştır (Görsel 1).

Kent kimliğinin oluşmasında öne çıkan girişimlerden biri de 8-9 Eylül 2023 tarihlerinde ikincisi düzenlenen Uluslararası Dünya Didim'i Seviyor Kültür Festivalidir. Bu festival kapsamında 75 farklı ülkeden insanın yaşadığı Didim'de, festival kapsamında kentte yaşayan yabancılar yaptıkları zeytinyağlı yemeklerle yarışmıştır. Bu festival kentte yaşayan yabancıların yörenin zeytinyağlı yemeklerini deneyimleme fırsatı buldukları bir festival olmuştur. Böyle festivaller ve etkinlikler kenti gastronomi turizmi açısından da öne çıkararak kent marka kimliğinin oluşmasında etkili olabilmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kent kimliğinin oluşması sürecinde gastronomik ürünlerin katkı sağladığı pek çok araştırma tarafından desteklenmiştir (Kaya ve Çakır-Keleş, 2019 ; Karakulak, 2016 ; Kılıçhan ve Köşker, 2015; Şahin ve Ünver, 2015; Aslan vd., 2014; Hashimoto ve Telfer, 2006). İtalya, Fransa ve Tayland gibi marka destinasyonların gastronomi zenginlikleri de turistlerin buraları ziyaret etme nedenleri arasındadır (Karim ve Chi, 2010: 540). Özellikle mutfaklarının iyi bilinmesi bu destinasyonlara olan ilgiyi arttırmaktadır.

Araştırma bulguları Didim'in yerel mutfağının kent kimliğinin oluşmasında önemli bir faktör olduğunu göstermektedir. Gastronomik kimliği oluşturan unsurların turizm amaçlı kullanılmasının Didim'in kent kimliğinin oluşum sürecinde katkı sağlayacağı söylenebilmektedir. Bununla birlikte Didim'i diğer destinasyonlardan farklı kılan yerel mutfak ürünlerinin turizmde kullanılması hususunda birtakım eksikliklerin varlığı söz konusudur. Örneğin, Didim'in sahip olduğu gastronomik ürünler festivaller, projeler, pazarlar, yemek atölyeleri gibi alanlarda kendine yer bulsa da bu ürünlerin taklit edilmesine engel olmak için patent işlemlerinin gerçekleştirilmediği anlaşılmaktadır.

Büyük bir potansiyele sahip olan ancak diğer turizm merkezlerine göre hak ettiği ilgiyi göremeyen Didim'de son dönemde yöresel yemeklerin ön plana çıkarılmasına yönelik çabalar (Zeytin Festivali, Vegan Festivali) olmasına rağmen, Mutfak konusunda araştırma faaliyetlerinin ve derinlemesine tanıtımın yapıldığı söylenebilir. Kültür yeterince yoğunlaşmamıştır. Yerel yönetimlerin, yöresel yemeklere özgün tarifler

bulmak için Adnan Menderes Üniversitesi Didim Meslek Yüksekokulu öğretim üyelerini ve yerel halkı araştırma yapmaya ve/veya yapılacak araştırmalara destek vermeye teşvik etmesi gerekmektedir. Tüfekçi ve diğerleri (2016) göre, gelecekte bölgenin kendine özgü özelliklerini ve ürünlerini bulmaya yönelik yapılacak çalışmalar, bölgeye özgü marka kimliği unsurlarının tanımlanmasına, bölgenin kalıtsal hafızasının oluşmasına ve gastronomi bilgisinin gelecek nesillere aktarılmasına olanak sağlayacaktır. Türk Patent Enstitüsü (2023) verileri incelendiğinde Didim'in yerel gastronomik ürünleriyle ilgili herhangi bir başvurusunun olmadığı görülmüştür. Bu durum yerel gelişim aşamasında olan Didim'in kent kimliği oluşum sürecinde gastronomi turizmden başlangıç seviyesinde yararlandığı ifade edilebilmektedir.

Araştırmada Didim'in tarihsel süreç içerisinde aldığı göçler sonucunda Rum ve Pers kültürlerine ev sahipliği yaptığı ve yöresel yemeklerin bu bu kültürlerden etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır. Hashimoto ve Telfer (2006) tarafından yapılan çalışmada gastronomi turizmi kapsamında Kanada'nın dünyanın dört bir yanından gelen göçmenlerle birlikte mutfak geleneklerinin zenginleştiği ve bu durumun kent kimliği üzerinde olumlu etkilerinin olduğu belirlenmiştir. Aynı çalışmada Kanada'ya özgü gastronomik ürünlerin restoranlarda, festivallerde, özel etkinliklerde sergilendiği ve bölgesel bir marka altında küresel göçten etkilenen ulusal kimliğe dayalı alt markaların da geliştirilebileceği öne sürülmüştür. Karakulak (2016) tarafından coğrafi işaretleme yoluyla gastronomik kimlik oluşturma ve kimliğin destinasyon pazarlamasındaki rolünün incelendiği çalışmada Trakya yöresine özgü gastronomik ürünlerin coğrafi işaret almış olmasının; ürünü gelecek nesillerin de tanınmasında, ürünün bölgeye özgü olduğunu tanımlamada ve yöreye olan gastronomik amaçlı ziyaretleri artırmada önemli olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca çalışmada yöreye özgü gastronomik ürünlerin coğrafi işaret almış olmalarının kent kimliğine ilişkin gastronomik kimlik oluşturma açısından etkili olduğu belirlenmiştir. Aslan ve diğerleri (2014) tarafından yapılan çalışmada Nevşehir'in marka kimliğinin oluşması sürecinde yöresel mutfağın rolü incelenmiştir. Araştırma sonucunda Nevşehir'in tarihsel süreçte pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış olması mutfak kültürünün de zenginleşmesine katkı sağladığı belirlenmiştir. Ayrıca Nevşehir'in doğal güzellikleri, kültürel zenginliği ve yöresel mutfak kültürünün çeşitliliğiyle bütünleştirilmesinin yörenin marka kimliğine önemli katkıları olduğu ortaya konmuştur. Kılıçhan ve Köşker (2015) tarafından yapılan araştırmada Van ilinin önemli bir gastronomik ürünü olan Van kahvaltısının, destinasyon marka kimliği oluşturma sürecinde mevcut potansiyelini turistlerin gözünden ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda gastronomik ürün olarak Van kahvaltısının popüler ve tanınmış olması ile kahvaltı salonlarına ulaşımın kolay olmasının önemli olduğu belirlenmiştir. Şahin ve Ünver (2015) tarafından yapılan çalışmada destinasyonların markalaşma ve pazarlama sürecinde gastronomi turizminin rolü İstanbul özelinde incelenmiş ve araştırma sonucunda İstanbul'un güçlü bir imaj ve marka olma sürecinde gastronomi turizminin diğer turizm türleriyle entegre edildiğinde önemli bir rolünün olduğu belirlenmiştir. Kaya ve Çakır-Keleş (2019) tarafından yapılan çalışmada Bafra ilçesinin gastronomik ürünlerin kentin marka kimliğinin ortaya çıkmasındaki rolünü değerlendirmek amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda Bafra'da mevcut gastronomik ürünlerin gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyelinin olduğu ve bu potansiyelin kentin markalaşmasında katkısının bulunduğu tespit edilmiştir. Son olarak Selwood (2003) tarafından yapılan çalışmada yerel mutfağın destinasyonların farklılaşarak destinasyon kimliğinde etkili bir unsur olabileceğini, farklı yörelerin mutfak kültürlerinin bireylerin diğer kültürleri tanıması adına fırsat olduğunu ve dolayısıyla turistler için gastronominin seyahat deneyimlerinin merkezinde olduğu ortaya konmuştur. Gastronomi, son yıllardaki gelişiminin de gösterdiği gibi, açıkça ortaya çıkan ve belli bir öneme sahip bir üründür. Bu konuda Armesto ve Gomez (2004) "ağırlıklı olarak mutfak kaynaklarına dayalı turizm ürünlerinin ortaya çıkmasını ve yemek servisi yapan işletmelerin (restoran, bar vb.) sayısında istikrarlı bir artış olduğunu" ifade etmektedir. Yazarların belirttiği gibi bu artış, ülkenin coğrafi ve kültürel çeşitliliği sayesinde geniş bir yiyecek türü ve tarifi yelpazesi sağlayan gastronomik kaynakların zenginliğine dayanmaktadır.

Araştırma bulgularından yola çıkarak şu öneriler getirilebilir :

- Didim'in yerel gastronomik ürünlerinin coğrafi işaretleme çalışmalarına ağırlık verilmelidir.

- Gastronomi turizmi kapsamında turistlerin yalnızca Didim’de tüketebilecekleri ürünler değil, aynı zamanda ülkelerine de götürebilecekleri gastronomik ürünler üzerine çalışmalar yapılmalıdır.
- Kamu ve özel sektörün birlikte hareket ederek yöresel yemeklerin menülere dahil edilmesi ve tanıtılması durumunda Didim’in kent kimliğinin oluşmasında ve turizm markasının geliştirilmesindeki başarı düzeyinin artması beklenebilir.
- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’ne danışılarak yöresel yemeklerin tanıtımına yönelik bir strateji belirlenebilir. Bölgede faaliyet gösteren turizm firmalarıyla ortak projeler geliştirilebilir.
- Yöresel yemeklerin özgün tariflerini bulmak için araştırmalar yapılabilir. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü danışmanlığında Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Didim Meslek Yüksekokulu Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü yardımıyla özgün tarifler bulmaya yönelik araştırmalar yapılabilir.
- Yöresel yemekleri tanıtan kitap ve dergiler basılabilir, broşürler ve web siteleri hazırlanabilir.

Tüm bu çalışmaların gastronomi turizmüne katkı sağlayıp Didim’in kent kimliğinin oluşmasında önemli etkisinin katkısı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akgöz, E., (2003). Turizm işletmelerindeki Türk gecelerinin Türk kültürünü tanıtmaya katkıları. Selçuk Üniversitesi, *Yüksek Lisans Tezi*, Konya.
- Alabala, K. (2003). *Food in early modern Europe*. Greenwood Press.
- Altinel, H., (2014). *Menü yönetimi ve menü planlama*, Detay Publishing, Ankara
- Amerine, M. A. & Singleton, V. L. (1977). *Wine: An introduction*. Sydney : Australia and New Zealand Book Co.
- Armesto, X.A. & Gómez, B. (2004). Quality food products, tourism and local development: the case of Priorat. *Cuadernos Geográficos*, 34, 83-94.
- Aslan, Z., Güneren, E. & Çoban, G. (2014). Destinasyon markalaşma sürecinde yöresel mutfağın rolü:Nevşehir örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 3-13.
- Atkins, P. & Bowler, I. (2001). *Food in Society: Economy, culture, geography*. Oxford University Press, Inc.
- Babolian-Hendijani R. & Boo, H. C. (2020). Profiling gastronomes from their food experience journey. *J Hosp Tour Res.*, 44, 931–50.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.
- Çağlı, I. B., (2012). Türkiye’de yerel kültürün turizm odaklı kalkınmadaki rolü: Gastronomi turizmi örneği, İstanbul Technical University, Institute of Science and Technology, Department of Urban and Region Planning, Region Planning, *MA Thesis*, İstanbul.
- Danhi, R. (2003). What is your country’s culinary identity? *Culinology Currents*, Winter 2003: 4-5.
- Didim Belediyesi. (2024). *Didim*. <https://www.didim.bel.tr/sayfa/4135/didim>
- Didim Belediyesi (2024). *Tıbbi Aromatik Bilgiler ve Süs Bitkileri Fidanlığı*. <https://www.didim.bel.tr/proje/4963/akkoy-tibbi-aromatik-bitkiler-ve-sus-bitkileri-uretim-fidanligi>
- Didim Belediyesi (2024). *Apollon Tapınağı*. <https://www.didim.bel.tr/sayfa/4137/apollon-tapinagi>
- Didim Ziraat Odası. (2024). *Didim ziraat odası hakkımızda*. <http://didim.ziraatodasi.org.tr/hakkimizda>
- Dixit, S. K. (2019). Gastronomic tourism: a theoretical construct. In: *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. England: Routledge.
- Dougherty, D. (1997). Organizing for innovation. In S.R. Clegg, C. Hardy & W.R. Nord (Eds.), *Handbook of organization studies* (pp. 424-439). Sage Publications Inc.

- Efendi, M. (2020). Rekreatyonel balıkçılık turizmi: Didim ve Didim/Akbük örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2164-2179.
- Erdoğan, G. & Çorbacıoğlu-Akay, S. (2018). Denizli’de kent kimliği bileşenleri. *Kent Akademisi*, 11(3), 459-473.
- Farjoun, M. (2002). Towards an organic perspective on strategy. *Strategic Management Journal*, 23, 561-594.
- Gheorghe, G., Tudorache, P. & Nistoreanu P. (2014) Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism. *Cact Tour J.* 9:12-21.
- Gökdemir, B. (2013). Didim’de tarım. Didim Ticaret Odası Dergisi, (1), https://didimto.org.tr/dergiler/didimto_dergi_1sayi.pdf
- Graeve, V.V. (2002). Antik çağdan günümüze Milet. *I. Uluslararası Aşağı Menderes Havzası Tarih, Arkeoloji ve Sanat Tarihi Sempozyumu* 15-16 Kasım 2001 içinde (s. 205-210). Söke.
- Greaves, A.M. (2003). *Bir Tarih: Miletos*. (H. Ç. Öztürk, çev.) Homer Kitabevi, İstanbul.
- Green, G.P. & Dougherty, M.L. (2008). Local ising link ages for food and tourism: culinary tourism as a community development strategy. *Community Development*, 39(3); 148-158.
- Hall, M.C., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. & Cambourne, B., (2003). *Food tourism around the world: development, management and markets*, Butterworth-Heinemann: Elsevier.
- Hall, M. & Mitchell, R., (2005). *Gastronomic tourism: comparing food and wine tourism experiences*, İçinde M. Novelli (Editor), Niche Tourism, Contemporary Issues, Trends and Cases, ss. 89-100.
- 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.
- Hashimoto, A. & Telfer, D.J. (2006). Selling Canadian culinary tourism: Branding the global and the regional product. *Tourism Geographies*, 8 (1), 31-55.
- Kalkan, A. (2019). Didim ve çevresinin tarihine geleneksel mutfak kültürü açısından bakış: zeytin/zeytinyağından elde edilen yiyecekler ve unutulmakta olan bir tat: Kaşopita. *Adnan Menderes Üniversitesi MYO*, 1-13.
- Kalkan, A. & Çulhan, O. (2017). “Ölmez Ağacın” ölümsüz lezzetleri: Didim’de zeytin ve zeytinyağından hazırlanan yöresel yiyecekler. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (52), 252-286. <https://doi.org/10.16992/ASOS.12635>
- Karakulak, Ç. (2016). Coğrafi işaretleme yoluyla gastronomik kimlik oluşturma ve gastronomik kimliğin destinasyon pazarlamasındaki rolü: Trakya örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
- Karim, S. A. & Chi, C. G. (2010). Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of destinations' food image. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 19,531-555.
- Kaya, M. & Çakır-Keleş, M. (2019). Destinasyon markalaşmasında gastronomik ürünlerin rolü: Bafra ilçesi örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 28 (2), 227-240.
- Kılıçhan, R. & Köşker, H. (2015). Destinasyon markalaşmasında gastronominin önemi:Van hahvaltısı örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (3), 102-115.
- Kiper, P. (2016). Kent kimliğinin korunmasında planlamanın rolü, <http://21inciuyuzilicinplanlama.org/wp-content/uploads/2016/08/Perihan-Kiper-02.06.2016.pdf> Erişim: Temmuz 2024.
- Lynch, K. (1961). *The image of the city*. Cambridge, MA: MIT Press
- Öğünç, B. (2017). *Mübadil Lezzetler Didim*. Didim Belediyesi, Didim.
- Örer, G. (1993). İstanbul’un Kentsel Kimliği ve Değişimi. *Yüksek Lisans Tezi*, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Özgüç, N. (1994). Didim ve çevresinde turizm ile ilgili mekansal değişimler. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul Üniversitesi.
- Özkan, Ö. & Çitil, E. (2023). Levi-Strauss’un eksik iletişim yaklaşımı temelinde didim yoran köyü mübadilleri ve didim’in yerleşik toplumu ilişkilerinde yemek kültürü. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(2), 783-801. <https://doi.org/10.11616/asbi.1211895>

- Privitera, D., Nedelcu, A. & Nicula, V. (2018). Gastronomic and food tourism as an economic local resource: case studies from Romania and Italy. *GeoJ Tour Geosites*. 21:143–57.
- Poyraz, E. (2018). *Dünden Bugüne Didim*. İstanbul: İleri Yayınları.
- Rao, H., Monin, P. & Durand, R. (2003). Institutional change in toque ville: Nouvelle cuisine as an identity movement in French Gastronomy. *American Journal of Sociology*, 108(4), 795–843. <https://doi.org/10.1086/367917>
- Richards G. (2003). An overview of food and tourism trends and policies. In: *Food and the Tourism Experience: The OECD-Korea Workshop*. Paris: The OECD Tourism Studies.
- Selwood, J. (2003). *The lure of food: food as an attraction in destination marketing*. <http://pcag.uwinnipeg.ca/PrairiePerspectives/PP-Vol04/Selwood.pdf>
- Şahin, G. G. & Ünver, G. (2015). Destinasyon pazarlama aracı olarak “gastronomi turizmi”: İstanbul’un gastronomi turizmi potansiyeli üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Toker, A. (2019). Tarihsel süreçte Didim’de yaşanan göçlerin yarattığı değişimin turizm ekseninde incelenmesi. *Doktora Tezi*. Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Tüfekci, Ö.K., Kalkan, G. & Tüfekci, N. (2016). Eğirdir destinasyonunun marka kimlik unsurlarının incelenmesi: Gastronomi kimliğine yönelik bir çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4 (1), 200-214.
- Türkantoz, K. (2002). İyonya liman kentlerinde ticaret din ilişkisi, Miletos örneği. *I. Uluslararası Aşağı Menderes Havzası Tarih, Arkeoloji ve Sanat Tarihi Sempozyumu* 15-16 Kasım 2001 içinde (s. 211-221). Söke.
- Ulutaş, O. (2024). *Didim’in renkleri Didim’in insanları*. Didim Belediyesi, Didim.
- Uzuner, Y. (1999). *Niteliksel araştırma yaklaşımı*. Ünite 9 175-190. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1081, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 601.
- Yalçın, G. Z. (2018). *Bir öyküdür Yoran*. Didim Belediyesi, Didim.
- Yalçın, K. (2017). *Emanet çeyiz mübadele insanları*. Birzamanlar Yayıncılık, İstanbul.

GASTRONOMİ TURİZMİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK: YEŞİL RESTORANLAR

Yalçın GÜÇER

Dr.Öğr.Üyesi, Ankara Üniversitesi, Beypazarı Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Ankara, Türkiye
e-posta : ygucer@ankara.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7280-584X>

Muhammet Nimet ÇAVUŞ

Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Didim Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü,
Didim/Aydın, Türkiye.
e-posta: mncavus@adu.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0860-7643>
*Sorumlu Yazar

GİRİŞ

Gastronomi turizmi, son yıllarda küresel turizm endüstrisinin hızla büyüyen alanlarından biri haline gelmiştir. İnsanlar, seyahat ederken sadece yeni yerler görmekle kalmıyor, aynı zamanda o yerlerin kültürel ve gastronomik zenginliklerini de deneyimlemek istemektedirler. Bu bağlamda, gastronomi turizmi, yerel mutfakların tanıtılması, gastronomik etkinliklerin düzenlenmesi ve gastronomi merkezli turların düzenlenmesi gibi faaliyetlerle önemli bir ekonomik değer yaratmaktadır (Küçükkömürler vd., 2018). Ancak, artan turizm faaliyetleri, çevresel sürdürülebilirlik konusunda önemli sorunları da beraberinde getirmektedir. Özellikle restoranlar, gıda israfı, enerji tüketimi ve atık yönetimi gibi konularda çevresel etkiler yaratmaktadır. Bu noktada, "yeşil restoranlar" kavramı, sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda çevresel etkileri minimize etmeyi amaçlayan bir çözüm olarak karşımıza çıkmaktadır (Özdemir ve Altınar, 2019).

Yeşil restoranlar, enerji verimliliği, su tasarrufu, atık azaltımı ve yerel, organik gıda kullanımı gibi sürdürülebilir uygulamaları benimseyerek hem çevresel hem de ekonomik açıdan olumlu sonuçlar elde etmektedir. Bu tür uygulamalar, sadece çevreye duyarlı bir işletme modeli oluşturmakla kalmayıp, aynı zamanda gastronomi turistleri için de çekici bir unsur haline gelmektedir. Günümüzde, birçok turist, seyahat ederken sürdürülebilirlik ilkelerine uygun restoranları tercih etmekte ve bu restoranların sunduğu deneyimleri ön planda tutmaktadır (Daturvedi vd., 2024; Keşkekci ve Genç, 2023).

Bu çalışma, gastronomi turizmi bağlamında yeşil restoranların rolünü ve önemini incelemeyi amaçlamaktadır. İlk olarak, gastronomi turizminin genel bir değerlendirmesi yapılmış, ardından yeşil restoranların sürdürülebilirlik açısından sağladığı katkılar ele alınmıştır. Ayrıca, yeşil restoranların gastronomi turistleri üzerindeki etkileri ve bu tür restoranların tercih edilme nedenleri de analiz edilmiştir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Gastronomi turizmi, turistik destinasyonlarda yerel mutfakların ve gastronomik kültürlerin keşfedilmesine odaklanan kültür turizminin bir alt alanıdır. Bu bağlamda gastronomi turizmi, destinasyonların ekonomik kalkınmasına önemli bir katkı sağlarken aynı zamanda kültürel kimliklerini de güçlendirmektedir (Küçükkömürler vd., 2018). Gastronomi temelli turizmdeki büyüme, turizm sektöründe çevresel sürdürülebilirliğin gerekliliğini vurgulamıştır. Bu nedenle sürdürülebilirlik kavramının ekonomik, çevresel ve sosyal boyutları kapsayan kapsamlı bir yaklaşım olarak ele alınması gerekmektedir. Özellikle çevresel sürdürülebilirlik, doğal kaynakların korunması ve gelecek nesillere aktarılması açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu çalışmada ele alınan "yeşil restoran" kavramı da çevresel sürdürülebilirlik ilkelerini benimseyen bir iş modeli olarak öne çıkmaktadır (Gedik, 2020).

Sürdürülebilirlik kavramı, çevrenin korunması ve doğal kaynak tüketiminin azaltılması ilkeleri üzerine kuruludur. Bu bağlamda "yeşil restoran" terimi, enerji verimliliği, su tasarrufu, atık yönetimi, karbon ayak izinin azaltılması ve yerel, organik ürünlerin kullanımı gibi sürdürülebilir uygulamaları benimseyen işletmeleri tanımlamak için kullanılmaktadır (Kirchherr vd., 2023; Gössling ve Hall, 2021). Bu tür uygulamalar, restoranların çevresel etkilerinin azaltılmasına yardımcı olurken aynı zamanda ekonomik

faydalar da sağlamaktadır. Sürdürülebilirliğin teorik çerçevesi içinde yeşil restoranlar, çevresel etkilerini en aza indirerek kaynakların verimli bir şekilde kullanılmasını kolaylaştırmakta ve böylece sürdürülebilir gastronomi turizminin ilerlemesini desteklemektedir (Yazıcıoğlu ve Aydın, 2018).

Gastronomi turizmi kavramı, turistlerin seyahatleri sırasında gastronomik deneyimler yaşama arzusu üzerine kurulmuştur. Bu teori, yerel mutfakların, yiyecek ve içecek kültürlerinin ve gastronomik etkinliklerin destinasyonların cazibesini artıran vazgeçilmez unsurlar olduğunu öne sürmektedir. Gastronomi turizmi kavramı, yerel gastronomik değerlerin tanımlanması ve bunlardan yararlanılarak turistik ürün ve deneyimlere dönüştürülmesi sürecini kapsamaktadır (Zulkefli vd., 2024). Bu bağlamda yeşil restoranlar, kültürel zenginlik sunarak yerel mutfakları tanıtmının yanı sıra sürdürülebilir gastronomi deneyimleriyle de turistlerin ilgisini çekmektedir. Turistler, seyahatleri sırasında çevre dostu ve sürdürülebilir uygulamaları benimseyen restoranları tercih ederek bu işletmelerin turistik değerinin artmasına katkıda bulunmaktadır (Liberato vd., 2020).

Tüketici davranışı alanı, bireylerin mal ve hizmetlere ilişkin satın alma kararlarını şekillendiren motivasyonları incelemektedir. Bu teori, özellikle sürdürülebilirlik kaygılarına ilişkin artan farkındalık ışığında, tüketici davranışlarında kayda değer değişimler yaşandığını öne sürmektedir. Çevre bilincine sahip turistler seyahatleri sırasında sürdürülebilir seçenekleri tercih etme eğilimindedir ve bu eğilim gastronomi turizmi için de geçerlidir. Yeşil restoranlar, sürdürülebilirlik ilkeleriyle uyumları ile çevre bilincine sahip turistler için cazip bir seçenek haline gelmektedir (Ahmmadi vd., 2021). Tüketicilerin sürdürülebilir restoranları tercih etme nedenleri arasında öne çıkan faktörler arasında çevreye duyarlılık, sağlıklı ve organik ürünlere erişim ve sosyal sorumluluk bilinci yer almaktadır.

Tüketici davranışı teorisinin ilkelerine uygun olarak, yeşil restoranların yaygınlığı turistler arasında artan çevre bilinci ve sürdürülebilirlik bilinci ile doğrudan ilişkilidir. Çevre bilincine sahip olanlar, tüketim kararlarını verirken etik ve sürdürülebilirlik gibi değerleri göz önünde bulundurmaktadır (Alagarsamy vd., 2021).

Yeşil restoranlar, enerji tasarrufu, su kullanımının optimizasyonu, atık yönetimi ve yerel tedarikçilerden organik gıda temini gibi sürdürülebilirlik ilkelerinin uygulanması yoluyla çevreye duyarlı bir iş modeli geliştirmektedir. Bu işletmeler sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında yerel ekonomiye katkıda bulunurken aynı zamanda çevresel etkileri azaltmakta ve küresel sürdürülebilirlik hedeflerini desteklemektedir. Tüketici davranışı teorisine göre, bu tür restoranlar tüketici taleplerini karşılamakta ve sürdürülebilir ürün ve hizmetler arayan turistler için tercih edilen seçenekler haline gelmektedir. Gastronomi turizmi teorisi, bu restoranların yerel kültürel değerleri koruma ve sürdürülebilir turizm destinasyonlarının gelişimine katkıda bulunma potansiyeline sahip olduğunu öne sürmektedir (Chaturvedi vd., 2024).

YÖNTEM

Araştırma, dünya çapındaki yeşil restoran örneklerini incelemeyi hedeflemekte olup bu çerçevede nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Uzuner (1999), araştırma sorularını yanıtlarken tümevarım veya tümdengelim yöntemlerinin seçilmesinin önemine dikkat çekmektedir. Bu çalışmada, daha önce önerilen modellerin incelenmesi ve elde edilen verilerin yorumlanması amaçlandığından tümdengelim yöntemi tercih edilmiştir. Gastronomi turizmi ve yeşil restoranlar konularında nitel araştırma yönteminin uygun olduğu düşünülmektedir.

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan doküman incelemesi kullanılmıştır. Bu yöntem, gastronomi turizmi, yeşil restoranlar ve sürdürülebilirlik konularının ele alındığı kitaplar, makaleler, akademik çalışmalar, haber siteleri ve tanıtım broşürlerinin sistematik olarak incelenmesini kapsamaktadır. Bowen (2009) doküman analizini, basılı ve/veya elektronik materyallerin gözden geçirilmesi veya değerlendirilmesi için kullanılan sistematik bir prosedür olarak tanımlamaktadır. Bu nedenle, doküman incelemesi yöntemi kullanılarak yapılan araştırmada etik kurul iznine ihtiyaç duyulmamıştır.

Ayrıca, literatür taraması yöntemi, araştırma sonuçlarının farklı kaynaklarda yer alan sonuçlarla karşılaştırılmasına ve elde edilen bulgularla temel kavramlar hakkında detaylı bilgi sağlanmasına olanak tanımaktadır. Sürdürülebilirlik kapsamında yeşil restoran uygulamalarının mevcut durumunu belirlemek amacıyla yapılan literatür taraması, araştırmanın konusuna uygun diğer çalışmalarla desteklenmiş ve elde edilen bilgiler bir araya getirilerek yorumlanmıştır (Keşkekci ve Genç, 2023).

BULGULAR ve TARTIŞMA

Çevre dostu ve sürdürülebilir ilkeleri benimseyen yeşil restoranların sayısı Türkiye'de ve dünya genelinde istikrarlı bir şekilde artmaktadır. Türkiye'de, özellikle büyük şehirlerde, çevresel sürdürülebilirliğe öncelik veren restoranlar giderek yaygınlaşmakta ve bu işletmeler çevresel etkilerini azaltarak gastronomi turizmi için cazip destinasyonlara dönüşmektedir. İstanbul, Ankara ve İzmir gibi şehirler enerji verimliliğini artıran, atık yönetim sistemleri uygulayan, yerel ve organik malzemeleri kullanan restoranlara ev sahipliği yapmaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa ülkeleri küresel ölçekte yeşil restoran hareketinin öncüsü olmuştur. Amerika Birleşik Devletleri'nde Yeşil Restoran Derneği, restoranları enerji tüketimi, su tüketimi, atık yönetimi, kimyasal kullanımı, kirliliğin azaltılması ve sürdürülebilir gıda, yapı malzemeleri ve mobilya kullanımı gibi ana başlıklar altında toplanan 95 farklı kriterde sürdürülebilirlik standartlarına uygunluklarına göre işletmeleri izlemekte ve sertifikalandırmaktadır (İpar vd., 2020; Şimşek ve Akdağ, 2017).

2020 yılı itibarıyla Türkiye'de yedi işletme, gerekli çevresel sürdürülebilirlik kriterlerini karşılayıp sertifika alarak Yeşil Restoran Hareketi'ne katılmıştır. Bu restoranlar arasında Kitchenette, Fenix, Tom's Kitchen, Frankie, Sunset Grill & Bar, La Mancha ve Tadında Anadolu sayılabilir (Şahingöz ve Güleç, 2019). Ayrıca, ülkemizde faaliyet gösteren TURK Fatih Tutak, 7 Mehmet, Neolokal, Casa Lavanda, Muutto Anatolian Tapas Bar, Od Urla, Terurar Urla ve Amavi Seafood & Cocktail gibi diğer işletmeler de karbon ayak izlerini azaltmak amacıyla sıfır atık yaklaşım ve uygulamalarını kullanarak sürdürülebilir gastronomi açısından önem taşımaktadır.

Küresel ölçekte, bir dizi önemli restoran 2010 yılından bu yana Yeşil Restoranlar Birliği tarafından belirlenen standartlara uygun olarak faaliyet göstermektedir. Bunlar arasında Chez Panisse, Azurmendi Vizcaya, Geranium, Manoir aux Quat'Saisons, Brae, Noma ve Mil-Maras gibi tanınmış kuruluşlar bulunmaktadır (Şimşek ve Akdağ, 2017; Keşkekci ve Genç, 2023).

Dünyanın en saygın yeşil restoranlarından biri olarak gösterilen Noma (Kopenhag, Danimarka), sürdürülebilir bir gastronomi felsefesini benimsemekte, yerel ve mevsimlik malzemelerle hazırlanmış ustaca yemekler sunmaktadır. Restoran, 2025 yılına kadar kapsamlı bir gıda inovasyon laboratuvarına dönüşmeyi hedeflemektedir (Anonim, 2024a).

Chez Panisse (Berkeley, Kaliforniya), ünlü şef Alice Waters tarafından kurulan, yerel ve organik tarımı destekleyen öncü bir restorandır ve Amerika'daki çiftlikten sofraya hareketinin en önemli temsilcilerinden biridir (Anonim, 2024b).

Londra'da bulunan Roganic, yerel ve organik ürünlerle hazırlanan menüleri ve sıfır atık politikası nedeniyle Michelin Yeşil Yıldızı ile ödüllendirilmiştir (Anonim, 2024c).

Dünyanın en iyi restoranları arasında gösterilen ve üç Michelin yıldızına sahip olan Geranium (Kopenhag, Danimarka), mevsimsel ve yerel malzemelerden yapılan ince ayrıntılarla gastronomik deneyimler sunan sürdürülebilirlik odaklı yaratıcı menüleriyle tanınmaktadır (Anonim, 2024d).

New York'taki Blue Hill at Stone Barns, kendi organik çiftliğinde yetiştirilen ürünlerle sürdürülebilir bir gastronomi deneyimi sunan, çiftlikten sofraya hareketinin önde gelen bir savunucusudur (Anonim, 2024e).

Şef Dan Hunter yönetimindeki Brae (Melbourne, Avustralya), sürdürülebilir tarım uygulamalarını ve çevreye duyarlı gastronomiyi benimseyen önemli bir kuruluştur. Menüleri, kendi organik çiftliklerinden temin edilen yerel ve mevsimlik malzemelerin kullanımıyla öne çıkmaktadır (Anonim, 2024f).

İtalya'nın Modena kentinde ünlü şef Massimo Bottura yönetimindeki Osteria Francescana, sanatsal mutfağı ve sürdürülebilir gıda tedariki ve gıda israfının azaltılmasına yönelik girişimleriyle öne çıkmaktadır (Anonim, 2024g).

Mil (Maras, Peru) And Dağları'nda yüksek rakımlarda yer alan bir restorandır. Yerel çiftçilerle birlikte geleneksel Peru tarım tekniklerini ve yerel kaynaklı malzemeleri kullanarak sürdürülebilirliği ve kültürel mirası vurgulamaktadır (Anonim, 2024h).

İspanya'nın Larrabetzu bölgesinde yer alan Azurmendi Vizcaya, yağmur suyu için geri dönüşüm programı ve kendi enerjisini üretmesiyle Avrupa'nın en sürdürülebilir restoranlarından biri olarak kabul edilmektedir (Anonim, 2024i).

Kaliforniya'daki SingleThread sıfır atık politikasını benimsemiştir ve kendi organik çiftliğinde yetiştirilen ürünleri kullanarak yerel ekosistemleri korumak için çaba sarf etmektedir (Anonim, 2024j).

Le Manoir aux Quat'Saisons (Oxford, Birleşik Krallık) ünlü şef Raymond Blanc'a ait iki Michelin yıldızlı bir restoran ve lüks otel kompleksidir. Sürdürülebilir tarım uygulamaları ve zarif, mevsimsel mutfağıyla öne çıkmaktadır (Anonim, 2024k).

Son olarak, Fransa'nın Menton kentindeki Mirazur, mutfak dünyasında çevreye duyarlı bir yaklaşım benimsemiş olup bunu Akdeniz'in doğal kaynaklarının sürdürülebilir kullanımı ve restoranın kendi bahçesinde yetiştirilen ürünlerin kullanımı ile kanıtlanmaktadır (Anonim, 2024).

Global ölçekte tanınırlıkları yüksek olan restoranlar sürdürülebilirlik konusunda sarsılmaz bir kararlılık sergilerken aynı zamanda çağdaş gastronomik yeniliklerin öncüsü olmaya devam etmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmamız ile gastronomi turizminin sürdürülebilirliği destekleyen yeşil restoranların ortaya çıkışıyla önemli bir dönüşüm yaşadığını gözlemlenmiştir. Gastronomi turizmi, yerel kültürel değerlerin tanıtımı ve ekonomik kalkınmaya katkısı açısından önemli bir turizm türü olarak değerlendirilebilir. Ancak, artan turizm faaliyetlerinin çevresel etkileri, sürdürülebilirlik ihtiyacını zorunlu hale getirmiştir. Bu bağlamda, çevresel sürdürülebilirliği önceliklendiren yeşil restoranlar, enerji tasarrufu, su kullanımı, atık yönetimi ve yerel kaynakların etkin kullanımı gibi uygulamalarla bu ihtiyaca yanıt vermektedir.

Yeşil restoranlar, turistlerin çevreye duyarlı davranışlarına ve sürdürülebilir ürün ve hizmet arayışlarına uyum sağladıkları için gastronomi turizminde tercih edilen kuruluşlar haline gelmiştir. Sürdürülebilirlik uygulamalarının hayata geçirilmesi çevresel etkileri azaltmanın yanı sıra işletmelere ekonomik avantajlar da sağlamaktadır. Yerel ve organik gıda kullanımı, sıfır atık politikaları ve enerji tasarrufu uygulamaları, tüketicilere daha sağlıklı ve sürdürülebilir deneyimler sunarken restoran maliyetlerini düşürmeye yardımcı olmaktadır.

Araştırma bulguları ışığında, yeşil restoranların daha geniş bir kitleye hitap etmesini sağlamak ve sürdürülebilir turizm destinasyonlarının gelişimine katkıda bulunmak için bir dizi öneri ortaya konulabilir. İlk olarak, gastronomi turizmine ilgi duyan turistler ve yerel halk arasında sürdürülebilirlik konusunda farkındalık yaratılması büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, yeşil restoranların faydalarını vurgulamak ve çevre dostu tercihlerin artmasını teşvik etmek için eğitim ve farkındalık programları uygulanmalıdır. Ayrıca, sürdürülebilirlik kriterlerini karşılayan restoranların yaygın bir şekilde sertifikalandırılması, bu tür işletmelerin tercih edilmesini kolaylaştıracaktır. Devletin bu alanda faaliyet gösteren işletmelere daha fazla destek sağlaması da tavsiye edilmektedir. Bu, çevresel sürdürülebilirliği teşvik eden restoranlar için vergi indirimleri, mali teşvikler ve ücretsiz danışmanlık hizmetleri şeklinde olabilir. Ayrıca, yeşil restoranlar için sürdürülebilir, yerel, organik ve mevsimsel ürünlere erişimi kolaylaştıran tedarik zincirlerinin

geliştirilmesi, restoranların sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmalarına destek olurken yerel ekonomiye de katkı sağlayacaktır. Son olarak, gastronomi turizmi ve yeşil restoranlarla ilgili akademik çalışmaların teşvik edilmesi, bu alanda yenilikçi ve etkili çözümlerin geliştirilmesini sağlayacak ve bilgi birikimine katkıda bulunacaktır.

Sonuç olarak, gastronomi turizminin sürdürülebilir geleceği, çevresel sorumluluk ve sürdürülebilirlik ilkelerine dayalı yeşil restoranların çoğalmasına bağlıdır. Bu bağlamda, yeşil restoranların desteklenmesi çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşılmasını kolaylaştıracak ve turizm sektöründe kalıcı, olumlu bir dönüşüm yaratacaktır.

KAYNAKÇA

- Ahmmadi, P., Rahimian, M., & Movahed, R. G. (2021). Theory of planned behavior to predict consumer behavior in using products irrigated with purified wastewater in Iran consumer. *Journal of Cleaner Production*, 296, 126359.
- Alagarsamy, S., Mehroliya, S., & Mathew, S. (2021). How green consumption value affects green consumer behaviour: The mediating role of consumer attitudes towards sustainable food logistics practices. *Vision*, 25(1), 65-76.
- Anonim. (2024a). <https://noma.dk/> Erişim Tarihi: 15.08.2024
- Anonim. (2024b). <https://www.chezpanisse.com/1/> Erişim Tarihi: 15.08.2024
- Anonim. (2024c). <https://www.simonrogan.co.uk/restaurants#roganic-hk> Erişim Tarihi: 15.08.2024
- Anonim. (2024d). <https://www.geranium.dk/en/> Erişim Tarihi: 15.08.2024
- Anonim. (2024e). <https://www.bluehillfarm.com/> Erişim Tarihi: 16.08.2024
- Anonim. (2024f). <https://braerestaurant.com/> Erişim Tarihi: 16.08.2024
- Anonim. (2024g). <https://osteriafrancescana.it/> Erişim Tarihi: 17.08.2024
- Anonim. (2024h). <https://milcentro.pe/> Erişim Tarihi: 17.08.2024
- Anonim. (2024i). <https://azurmendi.restaurant/en/> Erişim Tarihi: 17.08.2024
- Anonim. (2024j). <https://singlethreadfarms.com/> Erişim Tarihi: 17.08.2024
- Anonim. (2024k). https://www.belmond.com/hotels/europe/uk/oxfordshire/belmond-le-manoir-aux-quatre-saisons/?utm_source=local_search&utm_medium=link&utm_campaign=google_business Erişim Tarihi: 17.08.2024
- Anonim. (2024l). <https://www.mirazur.fr/> Erişim Tarihi: 18.08.2024
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.
- Chaturvedi, P., Kulshreshtha, K., Tripathi, V., & Agnihotri, D. (2024). Investigating the impact of restaurants' sustainable practices on consumers' satisfaction and revisit intentions: a study on leading green restaurants. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 16(1), 41-62.
- Gedik, Y. (2020). Sosyal, ekonomik ve çevresel boyutlarla sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma. *Uluslararası Ekonomi Siyaset İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 3(3), 196-215.
- Gössling, S., & Hall, C. M. (2021). The sustainable chef: The environment in culinary arts, restaurants, and hospitality. Routledge.
- İpar, M. S., Babaç, E. ve Alperen, K. (2020). Yeşil restoranlara yönelik müşteri yorumlarının içerik analizi ile değerlendirilmesi. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3(2), 260-269.

- Keşkekci, D., & Gençer, K. (2023). Sürdürülebilirlik Kapsamında Yeşil Restoran Uygulamaları. *Journal of Silk Road Tourism Research*, 3(1), 17-25.
- Kirchherr, J., Yang, N. H. N., Schulze-Spüntrup, F., Heerink, M. J., & Hartley, K. (2023). Conceptualizing the circular economy (revisited): an analysis of 221 definitions. *Resources, Conservation and Recycling*, 194, 107001.
- Küçükkömürler, S., Şırvan, N. B., & Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye’de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 78-85.
- Liberato, P., Mendes, T., & Liberato, D. (2020). Culinary tourism and food trends. In *Advances in Tourism, Technology and Smart Systems: Proceedings of ICOTTS 2019* (pp. 517-526). Springer Singapore.
- Özdemir, G., & Altınar, D. D. (2019). Gastronomi kavramları ve gastronomi turizmi üzerine bir inceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- Şahingöz, S. A. ve Güleç, E. (2019). Restoran mutfaklarında yeşil nesil restoran hareketi: “La Mancha Restoran” örneği. *Journal of Tourism Theory and Research*, 5(2), 292-300.
- Şimşek, N. ve Akdağ, G. (2017). Investigation of green genetic restaurants wiyhin content of sustainable gastronomy tourism, *Journal of Academic Social Science Studies*, (60), 351-368.
- Türkiye'nin En İyi Sürdürülebilir Restoranları. (2003). <https://www.alem.com.tr/gurme/turkiyenin-en-iyi-surdurulebilir-restoranlari-1080787> Erişim Tarihi: 15.08.2024
- Uzuner, Y. (1999). *Niteliksel araştırma yaklaşımı*. Ünite 9 175-190. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1081, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 601.
- Yazıcıoğlu, İ., & Aydın, A. (2018). Yeşil restoran uygulamaları üzerine nitel bir araştırma: İstanbul örneği. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (1), 55-79.
- Zulkefli, N. S., Saidin, S. S., Nasir, M. N. M., & Awang, Z. (2024). Exploration of the Travel Motivations of Gastronomy Tourism: A Case Study in East Region Area. In *The AI Revolution: Driving Business Innovation and Research: Volume 1* (pp. 865-876). Cham: Springer Nature Switzerland.

YILAN BALIĞININ GASTRONOMİK YOLCULUĞU: KÜLTÜREL MİRAS VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BAĞLAMINDA DOĞU-BATI SENTEZİ

Okan Umut ŞİMŞEK

Öğr. Gör., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
okan.simsek@adu.edu.tr

Erdem BAYDENİZ

Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
ORCID: 0000-0003-1003-0521, erdembydeniz@gmail.com

Osman Nuri ÖZDOĞAN

Prof. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
ORCID: 0000-0002-8624-5206, onozdogan@adu.edu.tr

GİRİŞ

Yılan balığı hem doğu hem de batı mutfaklarında kendine has yer edinmiş, tarihsel süreç içerisinde kültürel kimlik ve ekonomik değerleriyle ön plana çıkmıştır. (Davidson, 2014; FAO, 2018). Yılan balığı, yüzyıllar boyunca gastronomi dünyasında dikkat çeken ve lezzetiyle damakları şenlendiren bir deniz ürünü olmuştur. Özellikle Avrupa, Japonya ve Kuzey Amerika gibi bölgelerde mutfak kültürünün ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Cordova-Buiza vd., 2021). Tarih boyunca birçok kültürde prestijli bir yiyecek olarak kabul edilen yılan balığı, çeşitli mutfaklarda özgün tariflerle yerini almıştır (Dekker, 2003). Ancak, son yıllarda yılan balığı popülasyonlarında gözlemlenen azalma, bu balığın gelecekteki gastronomik rolünü ve sürdürülebilirliğini sorgulamamıza neden olmuştur (Martin-Rios, 2020). Bu bağlamda, yılan balığının gastronomik kullanımı ve kültürel etkilerini daha iyi anlamak amacıyla geniş kapsamlı bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir.

Yılan balığının gastronomi dünyasındaki yerini, sadece lezzet unsuru olarak değil, aynı zamanda kültürel ve ekonomik bir miras olarak değerlendirmektedir. Geleneksel tarifler, yerel mutfak uygulamaları ve bölgesel gastronomik pratikler, yılan balığının toplumsal hafızadaki yerini belirlemede önemli bir rol oynamaktadır (Davidson, 2014). Örneğin, yerel pazarlarda ve turistik bölgelerde yılan balığı ürünlerinin ticari değeri, hem kültürel mirasın korunması hem de ekonomik kalkınma açısından stratejik bir öneme sahiptir (Pérez-Lloréns vd., 2021). Bu bölümde, yılan balığının üretiminden tüketimine kadar geçen süreçte karşılaşılan ekonomik zorluklar ve ekolojik dengeyi koruma gereksinimi tartışılacaktır. Böylece, gastronomik uygulamalar ile yerel ekonomik kalkınma arasında kurulması gereken ilişki, çalışmanın sonraki bölümünde sürdürülebilirlik perspektifiyle ilişkilendirilecektir.

Bu çalışmada, yılan balığının gastronomik değeri, kültürel önemi ve sürdürülebilirlik bağlamında incelenmesi hedeflenmektedir. Çalışmanın temel amaçlarından biri, sürdürülebilir balıkçılık uygulamalarını ve yılan balığı popülasyonlarını koruma stratejilerini değerlendirmektir. Bu çalışmada ayrıca, farklı kültürlerde yılan balığına dair tariflerin ve tüketim alışkanlıklarının derinlemesine incelenmesi üzerinde durulmaktadır. Avrupa'nın ünlü mutfaklarında, Japonya'nın geleneksel yemeklerinde ve Kuzey Amerika'daki modern gastronomi akımlarında yılan balığının nasıl kullanıldığını ve hangi yöntemlerle pişirildiğini anlamak için kapsamlı bir inceleme yapılmıştır (Kiple & Ornelas, 2000). Ayrıca, yılan balığının tarih boyunca nasıl bir statü sembolü haline geldiği ve çeşitli kültürel ritüellerde nasıl yer aldığı da detaylandırılmıştır (Action, 2020).

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Yılan balıkları, tarih boyunca hem bilim dünyasının hem de halkın ilgisini çeken, benzersiz yaşam döngüleri ve ekosistemlerdeki kritik rollerinden ötürü özel bir yere sahip canlılardır. Bu ilgi, yılan balıklarının biyolojisinin karmaşıklığından, üreme süreçlerinin halen tam olarak anlaşılamamasından ve ekolojik dengeye katkılarının kaynaklanmaktadır (Zonn vd., 2021). Bilim insanları, yılan balıklarının yaşam

döngüsünü ve göç davranışlarını araştırırken, halk arasında ise bu balıkların gastronomik değeri ve ekonomik getirileri öne çıkmaktadır (Coates, 2021; Moriarty, 2003). Bu literatür incelemesinde, yılan balıklarının temel biyolojik özellikleri, yaşam döngüsü, ekolojik işlevleri, üretim ve ticaret verileri, kültürel ve ekonomik önemi ile ülkemizdeki potansiyel yetiştiricilik uygulamaları detaylı olarak ele alınacaktır. İncelenen literatür, yılan balıklarının çok yönlü doğasını ortaya koyarken, gelecekteki araştırma ve uygulama alanlarına ışık tutmayı hedeflemektedir.

Yılan balıkları, Anguillidae ailesine mensup olup, dünya genelinde çeşitli türlerle temsil edilmektedir. En yaygın ve bilinen türler arasında Avrupa yılan balığı (*Anguilla anguilla*), Japon yılan balığı (*Anguilla japonica*) ve Amerikan Yılan Balığı (*Anguilla rostrata*) yer almaktadır (Giannetti, 2012). Bu türlerin biyolojik yapısı, vücut morfolojileri, metabolizma hızları ve ekolojik adaptasyonları, onların farklı habitatlarda hayatta kalmalarına olanak sağlamaktadır (Coates, 2021). Örneğin, Avrupa yılan balığının vücut yapısı, tatlı su ve deniz suyu arasındaki geçişlere uyum sağlayacak biçimde evrilmiştir; bu durum, türün ekolojik esnekliğinin önemli bir göstergesidir (Dekker, 2003).

Yılan balıklarının en dikkat çekici özelliklerinden biri, katadromous yaşam tarzıdır. Bu balıklar, yaşamlarının büyük bölümünü tatlı sularda geçirirken, üreme dönemlerinde denizlere göç ederek yumurtlama işlemini gerçekleştirirler. Sargasso Denizi gibi belirli deniz bölgeleri, yılan balıklarının yumurtlama alanı olarak kritik bir öneme sahiptir. Bu süreç, yalnızca biyolojik bir fenomen olarak değil, aynı zamanda ekosistemler arası enerji ve madde akışının düzenlenmesinde de rol oynamaktadır (Moriarty, 2003). Ekolojik açıdan bakıldığında, yılan balıkları, besin zincirinin önemli bir halkasını oluşturarak hem avcı hem de av olarak görev yaparlar. Bu durum, ekosistemlerde biyolojik çeşitliliğin korunması ve enerji transferlerinin dengelenmesi açısından hayati bir öneme sahiptir (Bowles, 2013).

Yılan balıklarının ekosistem işlevlerine yönelik yapılan çalışmalar, bu türlerin özellikle tatlı su ve deniz ekosistemleri arasındaki bağlantının sağlanmasında kritik rol oynadığını göstermektedir. Örneğin, yetişkin yılan balıkları tatlı sularda beslenirken, larva dönemindeki *leptocephalus* evreleri okyanuslarda geçirmekte ve bu sayede farklı habitatlar arasında genetik akışın sağlanmasına katkıda bulunmaktadır. Bu durum, yılan balıklarının ekolojik dayanıklılığını artıran bir faktör olarak değerlendirilmektedir (Knights, 2003). Ayrıca, bu canlıların doğal yaşam alanlarının bozulması ve kirlilik gibi çevresel tehditlerle karşı karşıya kalması, ekolojik dengeyi olumsuz yönde etkileyebileceği için, sürdürülebilir yönetim stratejilerinin geliştirilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Yaşam Döngüsü ve Üreme Stratejileri

Yılan balıklarının yaşam döngüsü, doğası gereği benzersiz ve karmaşıktır (Coates, 2021). Üreme dönemlerinde denizlere göç eden bu balıklar, yumurtlama aşamasını Sargasso Denizi gibi sıcak ve tuzlu su bölgelerinde gerçekleştirirler (Rapp, 1955). Yumurtadan çıkan *leptocephalus* larvaları, okyanusu geçerek tatlı suya ulaşır ve burada büyüyüp yetişkin hale gelirler. Bu uzun mesafeli göç hareketleri, yılan balıklarının genetik çeşitliliğini koruma ve türler arası etkileşimi artırma gibi önemli işlevler üstlenmesine olanak tanımaktadır (Moriarty, 2003; Dekker, 2003).

Araştırmalar, yılan balıklarının yumurtlama ve yavrilama süreçlerinin halen tam olarak anlaşılamadığını göstermektedir. Yumurtalı veya karnında yavru bulunan bireylere nadiren rastlanması, bu canlıların üreme stratejileri konusunda çeşitli hipotezlerin ortaya atılmasına neden olmuştur (McCormick & Prokes, 2009; Kormann da Silva vd., 2015). Bilim insanları, yılan balıklarının yumurtlama döneminde karşılaştıkları çevresel faktörlerin ve genetik yapıların, yavru balık temini üzerinde belirleyici bir etkisi olduğunu ileri sürmektedir. Bu süreçte, deniz ve tatlı su ekosistemleri arasındaki geçiş, yılan balıklarının adaptif stratejilerinin bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Örneğin, okyanus akıntılarının *leptocephalus* larvalarının dağılımında oynadığı rol hem larvaların hayatta kalması hem de yetişkin bireylerin genetik havuzlarının zenginleşmesinde kritik bir etkidir (Dekker, 2003).

Üreme süreçlerine ilişkin yapılan çalışmalar, yılan balıklarının hormonal düzenlemeleri, çevresel stres faktörleri ve beslenme alışkanlıkları gibi birçok değişkenin üreme verimliliğini etkilediğini ortaya

koymuştur. Bu durum, üreme biyolojisi ve genetik araştırmalar açısından yılan balıklarının cazip bir araştırma konusu haline getirmiştir (Kormann da Silva vd., 2015; Knights, 2003; Moriarty, 2003). Örneğin, deniz suyu sıcaklıkları, tuzluluk oranları ve besin kaynaklarının bolluğu, yumurtlama başarısını doğrudan etkileyen parametreler arasında yer almaktadır. Böylece, yılan balıklarının yaşam döngüsü üzerinde iklim değişikliğinin ve çevresel kirliliğin potansiyel etkileri de giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

Yılan balıklarının üreme stratejileri, sadece biyolojik bir fenomen olarak değil, aynı zamanda ekolojik ve ekonomik boyutları da içerir. Üreme dönemindeki göç hareketleri, hem doğal yaşam döngüsünün sürekliliğini sağlamakta hem de ticari balıkçılık faaliyetlerini etkilemektedir. Bu nedenle, yılan balığı popülasyonlarının sürdürülebilir yönetimi hem türün biyolojik çeşitliliğinin korunması hem de ekonomik getirilerin sürdürülebilirliği açısından hayati bir öneme sahiptir (Knights, 2003).

Üretim Verileri ve Ekonomik Önemi

Dünya genelinde yılan balığı avcılığı ve yetiştiriciliği, su ürünleri sektöründe önemli bir yer tutmaktadır. Avrupa, Japonya, Kuzey Amerika ve Asya ülkelerinde yılan balığı üretimine yönelik yapılan istatistikler, bu canlıların ticari değerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Örneğin, 1990-1991 yılları arasında Avrupa yılan balığı üretiminin 23.950 ton, Japon yılan balığı üretiminin ise 109.100 ton civarında olduğu rapor edilmiştir (Dekker, 2003). Amerikan yılan balığı üretiminin ise aynı dönemde 2.850 ton civarında olduğu belirlenmiştir (Knights, 2003). Bu rakamlar, yılan balıklarının ekonomik potansiyelini ve ticari değeri ortaya koyarken, bölgesel farklılıkların neden olduğu üretim varyasyonlarına da işaret etmektedir.

Yılan balıkları, yüksek pazar değeri sayesinde uluslararası ticarete önemli bir yer tutmaktadır. Avrupa’da özellikle yılan balığı fumesi, gastronomi dünyasında lezzetli ve prestijli bir ürün olarak kabul edilirken, Asya ülkelerinde çeşitli soslar ve yemek tariflerinde kullanılarak tüketilmektedir (Coates, 2021). Ekonomik açıdan bakıldığında, yılan balıklarının hem iç piyasada hem de ihracat pazarında yüksek talep görmesi, ilgili ülkelerin döviz girdilerine katkı sağlamaktadır (Moriarty, 2003). Bu durum, su ürünleri sektöründe sürdürülebilir yönetim ve yetiştiricilik teknolojilerinin geliştirilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Türkiye özelinde değerlendirildiğinde, yılan balıkları yerli su kaynaklarından elde edilen önemli bir gıda maddesi olarak dikkat çekmektedir. 1997 verilerine göre, Türkiye’de yaklaşık 400 ton yılan balığı avlanmış olup, bu rakam ülkenin iç piyasasında belirli bir talebin varlığını göstermektedir. Ayrıca, yılan balıklarının yüksek pazar değeri, ülkemize döviz kazandıran önemli ihracat ürünlerinden biri olarak da öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, ekonomik getirilerin yanı sıra, yılan balıkları yerel istihdamı artıran ve kırsal kalkınmaya katkıda bulunan bir sektör olarak da değerlendirilebilir (Giannetti, 2012; Starkie, 2003).

Üretim verilerinin incelenmesi, yılan balıklarının uluslararası pazarlarda rekabet gücünü ve ticari stratejilerin belirlenmesinde temel unsurlar arasında yer aldığını ortaya koymaktadır. Ticari avcılık faaliyetlerinin yanı sıra, artan tüketici talepleri ve gastronomik trendler, yılan balıklarına yönelik pazar dinamiklerinin sürekli değiştiğini göstermektedir. Böylece, sürdürülebilir yönetim ve verimli üretim tekniklerinin geliştirilmesi, ekonomik ve çevresel dengelerin sağlanmasında kilit rol oynamaktadır (Dekker, 2003).

Gastronomik ve Kültürel Değerler

Yılan balıkları, sadece biyolojik özellikleri ve ekolojik işlevleriyle değil, aynı zamanda kültürel ve gastronomik açıdan da zengin bir geçmişe sahiptir (Bowles, 2013). Avrupa’da yılan balığı fumesi, yerel mutfakların vazgeçilmez bir unsuru olarak hem lezzeti hem de besin değeriyle öne çıkmaktadır. Geleneksel yemek tariflerinde sıkça kullanılan yılan balığı, bölgesel mutfak kültürlerinin bir parçası olarak kuşaktan kuşağa aktarılmaktadır (Knights, 2003). Bu durum, yılan balığının gastronomik potansiyelini ve kültürel mirasını ortaya koyarken, turizm ve yerel ekonomi açısından da önemli fırsatlar yaratmaktadır (McCormick & Prokes, 2009).

Asya mutfaklarında ise yılan balığı, çeşitli soslarla hazırlanan yemeklerde veya buharda pişirilen tariflerde kendine yer bulmaktadır. Japon, Çin, Kore ve Tayvan gibi ülkelerde yılan balığı tüketiminin yüksek olması,

bu balığın bölgesel gastronomik trendlerle uyumlu olduğunu göstermektedir (Kormann da Silva vd., 2015). Kültürel anlamda, yılan balıklarının tüketimi ve işlenmesi, yerel festivaller, pazarlar ve geleneksel yemek ritüelleri içerisinde kendine özgü bir yer edinmiştir. Bu yönüyle yılan balıkları, yalnızca ekonomik bir kaynak değil, aynı zamanda kültürel kimliğin ve gastronomik mirasın önemli bir parçası olarak değerlendirilebilir (Moriarty, 2003).

Türkiye’de de yılan balıkları, hem geleneksel yemek kültüründe hem de modern gastronomide farklı biçimlerde kullanılmaktadır. Özellikle Ege Bölgesi’nin zengin su kaynakları ve yöresel mutfak kültürü, yılan balığının çeşitli şekillerde değerlendirilmesine olanak tanımaktadır. Aydın ili gibi bölgeler, yılan balığının füme veya çeşitli soslarla hazırlanarak sunulması gibi uygulamalarda önemli bir potansiyele sahiptir. Bu durum, yerel üreticiler ve gastronomi sektöründe faaliyet gösteren işletmeler açısından rekabet avantajı sağlamaktadır. Böylece, yılan balıkları hem ekonomik getiriler hem de kültürel zenginlikler bakımından önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır (Kormann da Silva vd., 2015).

Gastronomik değerin yanı sıra, yılan balıkları üzerinde yapılan kültürel çalışmalar, bu canlıların tarihsel süreç içerisinde farklı toplumlar tarafından nasıl algılandığına ve kullanıldığına dair önemli ipuçları sunmaktadır (Coates, 2021; Starkie, 2003). Bu bağlamda, yılan balıklarının hem besin maddesi hem de kültürel simge olarak kullanılması, yerel halkın kimliğinin ve yaşam biçiminin oluşumunda etkili bir rol oynamıştır. Geleneksel yemek tariflerinin, yerel hikayelerin ve folklorik unsurların yılan balıkları etrafında şekillenmesi, bu türün kültürel miras açısından da ne kadar değerli olduğunu göstermektedir (Martin-Rios, 2020).

Türkiye’de Yılan Balıkları ve Yetiştiricilik Potansiyeli

Türkiye, zengin su kaynaklarına sahip bir coğrafya olarak, yılan balığı avcılığı açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Ülkemizde yılan balıkları, nehirler, göller ve akarsu sistemleri gibi doğal habitatlardan elde edilmektedir. Ancak, doğal avcılığın yanı sıra, yılan balığı yetiştiriciliği konusunda yapılan çalışmalar henüz başlangıç aşamasındadır. Bu durum, yılan balıklarının üreme biyolojisi, larva temini ve çevresel gereksinimlerinin tam olarak anlaşılamamış olmasından kaynaklanmaktadır (Kara, 2014). Türkiye’de yılan balığı yetiştiriciliğinin geliştirilmesi, hem yerel ekonomiyi canlandırabilecek hem de doğal stokların korunmasına katkı sağlayabilecek stratejiler arasında yer almaktadır (Güven vd., 2002).

Ülkemizde yılan balığı avcılığına ilişkin mevcut veriler, ticari faaliyetlerin bölgesel farklılıklar gösterdiğini ortaya koymaktadır. Özellikle Ege ve Marmara bölgelerinde, yılan balığı tüketimi ve işlenmesi geleneksel mutfak kültürünün bir parçası olarak önem taşımaktadır. Bu bölgelerde gerçekleştirilen yerel avcılık faaliyetleri, aynı zamanda sürdürülebilir su ürünleri yönetimi açısından da örnek teşkil edebilmektedir. Ancak, modern yetiştiricilik tekniklerinin uygulanması ve laboratuvar ortamında üreme süreçlerinin tam olarak kontrol altına alınması, ulusal düzeyde yapılması gereken önemli araştırma konuları arasındadır (Küçük vd., 2018).

Gelecek vaat eden araştırmalar, yılan balığı yetiştiriciliğinde biyoteknoloji uygulamalarının, çevresel etmenlerin ve genetik iyileştirmelerin rolünü ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu çalışmalar, yalnızca üretimin artmasını sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda türün ekolojik dengesinin korunması için gerekli önlemlerin alınmasına da olanak tanıyacaktır (Coates, 2021; Bowles, 2013). Ekonomik olarak değerlendirildiğinde, yılan balıkları yüksek pazar değeri sayesinde ihracat potansiyeli taşıyan, yerli ekonomiye döviz girdisi sağlayan önemli bir ürün olarak görülmektedir. Bu durum, sürdürülebilir yetiştiricilik yöntemlerinin geliştirilmesinin ve yerel yönetimlerle ulusal politikaların entegrasyonunun gerekliliğini açıkça ortaya koymaktadır (Starkie, 2003).

Yetiştiricilik alanında yapılan ön çalışmalar, yılan balıklarının beslenme gereksinimleri, su kalitesi parametreleri ve üreme döngülerinin detaylı bir şekilde anlaşılması gerektiğini vurgulamaktadır (Coates, 2021). Özellikle laboratuvar ortamında gerçekleştirilen deneysel çalışmalar, yılan balığının larva evresinin başarıyla tamamlanmasının, üretimin artırılması açısından kritik bir aşama olduğunu göstermiştir. Bu tür

alışmalar, uluslararası literatürde de benzer sonuçlar vermekte olup, sürdürülebilir balıkçılık politikaları ile uyumlu stratejilerin geliştirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır (Dekker, 2003).

Türkiye’de yılan balığı yetiştiriciliği konusunda atılacak adımlar, hem yerel üretimin artırılması hem de çevresel sürdürülebilirlik açısından stratejik bir önem taşımaktadır. Bu bağlamda, ulusal araştırma kurumları, üniversiteler ve özel sektör arasında kurulacak iş birlikleri, teknolojik altyapının güçlendirilmesi ve inovatif yöntemlerin uygulanması açısından büyük potansiyel barındırmaktadır (Küçük vd., 2018). Yerel su kaynaklarının verimli kullanılması, ekolojik dengenin korunması ve ekonomik getirilerin maksimize edilmesi için yılan balığı yetiştiriciliği alanında yapılacak çalışmalar, hem bilimsel hem de pratik uygulamalar açısından yol gösterici olacaktır (Moriarty, 2003; Knights, 2003).

Yetiştiricilik Uygulamaları ve Sürdürülebilirlik Perspektifi

Yılan balıkları yetiştiriciliğinde karşılaşılan en büyük zorluklardan biri, türün üreme biyolojisinin tam olarak kavranamamış olmasıdır. Doğal popülasyonların azalması, çevresel kirlilik ve habitat tahribatı gibi faktörler, doğal avlanmayı olumsuz etkilerken, yetiştiricilik alanında sürdürülebilir uygulamaların geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır (Knights, 2003). Bilimsel alışmalar, yılan balıklarının beslenme, su kalitesi ve genetik çeşitliliği gibi parametrelerin detaylı olarak izlenmesi gerektiğini ortaya koymuştur (Bowles, 2013; (McCormick & Prokes, 2009; Kormann da Silva vd., 2015). Bu bağlamda, laboratuvar deneyleri ve saha gözlemleri, türün üreme süreçlerinin optimize edilmesi ve yetiştiricilik tekniklerinin geliştirilmesi için önemli veriler sağlamaktadır (Dekker, 2003).

Sürdürülebilirlik açısından, yılan balığı yetiştiriciliğinde çevresel etkilerin minimize edilmesi ve biyolojik çeşitliliğin korunması öncelikli hedefler arasında yer almaktadır. Ekosistem dengesinin bozulmaması için, doğal yaşam alanları ile yetiştiricilik tesisleri arasında uyumlu bir denge kurulması gerekmektedir (McCormick & Prokes, 2009). Bu durum, su kalitesi yönetimi, atık su arıtma sistemleri ve ekolojik tarım uygulamalarının entegrasyonu gibi faktörlerle desteklenebilir. Yetiştiricilik uygulamalarında sürdürülebilir stratejilerin benimsenmesi hem ekonomik getiri hem de çevresel koruma açısından uzun vadeli başarıya ulaşılmasını sağlayacaktır (Knights, 2003).

Özellikle son yıllarda, biyoteknolojik gelişmeler ve çevresel mühendislik uygulamaları, yılan balığı yetiştiriciliğinde verimliliği artıracak yeni yöntemlerin geliştirilmesine olanak tanımaktadır. Bu yaklaşımlar, türün genetik yapı analizleri, beslenme optimizasyonu ve çevresel stres faktörlerinin minimize edilmesine yönelik araştırmalarla desteklenmektedir. Böylece hem üretim maliyetlerinin düşürülmesi hem de doğal stokların korunması için bilimsel temelli uygulamalara ihtiyaç duyulmaktadır. Araştırmacılar, bu alandaki yenilikçi çalışmaların, yılan balığı yetiştiriciliğinin küresel ölçekte rekabet gücünü artıracığına inanmaktadır (Moriarty, 2003; Kormann da Silva vd., 2015).

Geleceğe Yönelik Araştırma Alanları ve Politikalar

Yılan balıkları üzerine yapılan çalışmalar bu türün biyolojik, ekolojik ve ekonomik dinamiklerinin çok boyutlu olduğunu ortaya koymaktadır. Gelecekteki araştırmalar, yılan balıklarının iklim değışikliği, çevresel kirlilik ve habitat kaybı gibi küresel sorunlar karşısında nasıl bir adaptasyon mekanizması geliştirdiğini daha derinlemesine anlamaya yönelik olmalıdır (Bowles, 2013). Özellikle, deniz-su arayüzü bölgelerindeki ekolojik değışikliklerin yılan balığı popülasyonları üzerindeki etkileri, sürdürülebilir yönetim stratejilerinin belirlenmesinde kritik bir rol oynamaktadır. İlgili alışmalar, ekosistem modelleri, biyolojik simülasyonlar ve saha deneyleri gibi multidisipliner yöntemlerle desteklenerek, yılan balığı yetiştiriciliğinde yeni politikaların oluşturulmasına temel oluşturacaktır (Dekker, 2003).

Araştırma alanındaki boşluklar, yılan balıklarının üreme biyolojisi ve larva evreleri üzerinde yoğunlaşan çalışmalarda kendini göstermektedir. Bu doğrultuda, genetik analizlerin, hormonal düzenlemelerin ve çevresel etkenlerin incelenmesi, gelecekte yapılacak olan çalışmalarda öncelikli araştırma konuları olarak öne çıkmaktadır (Coates, 2021). Ayrıca, sürdürülebilir su ürünleri yönetimi politikalarının oluşturulması, yılan balıklarının doğal popülasyonlarının korunması ve yetiştiricilik faaliyetlerinin çevresel etkilerinin minimize edilmesi açısından elzemdir. Bu bağlamda, ulusal ve uluslararası düzeyde iş birliklerinin

artırılması, yılan balığı araştırmalarının daha kapsamlı ve uygulamaya dönük hale getirilmesine olanak tanıyacaktır (Knights, 2003).

Ek olarak, ekonomik ve sosyo-kültürel etkilerin de göz önünde bulundurulduğu politikalar, yerel yönetimlerin desteklediği projelerle entegre edilebilir. Yılan balığı üretiminin artırılması, aynı zamanda kırsal kalkınmaya, turizme ve gastronomik turizme katkı sağlayacak bir sektör olarak değerlendirilebilir (Bowles, 2013). Bu nedenle, devlet destekli Ar-Ge projeleri, yerel üreticilerin finansal desteklenmesi ve sürdürülebilir tarım uygulamalarının teşvik edilmesi, yılan balığı yetiştiriciliğinde uzun vadeli başarı için kritik öneme sahiptir (Moriarty, 2003; Starkie, 2003).

Geleceğe yönelik çalışmaların bir diğer önemli boyutu, teknolojik inovasyonların entegrasyonudur. Dijital izleme sistemleri, veri analizleri ve biyoteknolojik uygulamalar sayesinde, yılan balığı popülasyonlarının daha etkin bir şekilde yönetilmesi mümkün hale gelmektedir. Bu tür teknolojik yaklaşımlar hem doğal stokların korunması hem de üretim verimliliğinin artırılması için stratejik araçlar olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla, politika yapımcılar ve araştırmacılar, teknolojik altyapının güçlendirilmesine yönelik yatırımları artırmalı ve multidisipliner araştırma projelerini teşvik etmelidir (Dekker, 2003).

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, yılan balığı yetiştiriciliği ve gastronomik kullanımına ilişkin mevcut bilgilerin derlenmesi, bu alandaki farklı reçetelerin oluşturulması ve yılan balığı konusundaki bilimsel literatürün tematik analizini yapmaktır. Çalışmamız, yılan balıkları ile ilgili hem pratik hem de akademik perspektifleri birleştirerek kapsamlı bir analiz sunmayı hedeflemektedir.

Araştırmamızın ilk aşaması, yılan balığı yetiştiriciliği, ekonomik değeri ve gastronomik kullanımı konularında mevcut literatürün derlenmesidir. Bu kapsamda veri tabanlarında yer alan ve yılan balıklarıyla ilgili makaleler incelenmiştir. Tematik analiz, bu literatürdeki eğilimleri, atıf ağlarını ve önemli araştırma alanlarını belirlemek amacıyla yapılmıştır.

Çalışmanın ikinci aşamasında, Türkiye’de yılan balığı yetiştiriciliği ve avcılığı üzerine saha gözlemleri gerçekleştirilmiştir. Bu gözlemler, farklı bölgelerde yılan balığı popülasyonlarının yoğunluğu, yetiştiricilik teknikleri ve ekonomik değerlendirmeler üzerine odaklanmıştır. Aydın ve İzmir illerinde yılan balığı avcılığı ve yetiştiriciliği yapılan alanlar ziyaret edilerek gözlem yapılmıştır. Yerel balıkçılar, yetiştiriciler ve sektör temsilcileri ile yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Bu mülakatlar, yılan balığı yetiştiriciliği ve avcılığına dair pratik bilgiler ve ekonomik değerlendirmeler hakkında veri sağlamıştır.

Yılan balığının gastronomik değeri üzerine yapılan bu çalışmada, farklı pişirme yöntemleri ve reçeteler geliştirilmiştir. Farklı kültürlerde yılan balığı kullanılarak yapılan yemek tarifleri incelenmiştir. Geleneksel tarifler üzerinde varyasyonlar yapılarak, yılan balığının farklı tat profillerini ortaya çıkaracak yeni yemek tarifleri oluşturulmuştur. Geliştirilen tarifler, tat, aroma, doku ve genel beğeni kriterlerine göre duysal değerlendirmelere tabi tutulmuştur. Bu değerlendirmeler, çeşitli yaş gruplarından ve damak zevklerinden katılımcılar tarafından gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Saha gözlemleri, yılan balığı yetiştiriciliği ve avcılığının Türkiye’de sınırlı olduğunu ancak önemli bir ekonomik potansiyele sahip olduğunu göstermiştir. Aydın ve İzmir gibi illerde yapılan gözlemler, yılan balığı yetiştiriciliği ve avcılığının genellikle geleneksel yöntemlerle yürütüldüğünü ortaya koymuştur. Yerel balıkçılar ve yetiştiriciler, özellikle yetiştiricilikte karşılaşılan yüksek maliyetler ve teknik zorluklar nedeniyle sınırlı üretim kapasitesine sahip olduklarını belirtmişlerdir. Yılan balıkları, yüksek pazar değerine sahip olup, özellikle Avrupa pazarlarına yönelik önemli bir ihracat ürünü olarak değerlendirilmektedir. Yerel ekonomiye katkısı göz önüne alındığında, yılan balığı yetiştiriciliği ve avcılığının desteklenmesi hem bölgesel kalkınma hem de ulusal döviz gelirleri açısından büyük bir fırsat sunmaktadır.

Gastronomik değerlendirme, yılan balıklarının çeşitli yemek tariflerinde kullanım potansiyelini ortaya koymuştur. Geleneksel yılan balığı tarifleri, özellikle Avrupa ve Asya mutfaklarında yaygın olarak

kullanılmaktadır. Füme yılan balığı, yılan balığı suşı ve marine edilmiş yılan balığı gibi yemekler, bu balığın lezzetli ve çok yönlü bir malzeme olduğunu göstermektedir. Çalışmamızda, bu geleneksel tarifler üzerine yapılan yorumlarla yeni yemek tarifleri geliştirilmiştir. Örneğin, yılan balığı güveç, zeytinyağlı yılan balığı ve baharatlı yılan balığı ızgara gibi Türk mutfağına uyarlanmış tarifler oluşturulmuştur. Yeni tarifler, yapılmış ve genel olarak, yılan balığına karşı olumlu bir beğeni gösterilmiş olup, özellikle baharatlı ve zeytinyağlı tarifler katılımcılar tarafından beğeni toplamıştır. Bu durum, yılan balığının Türk mutfağına daha fazla entegre potansiyelini ortaya koymaktadır.

Yılan balığı yetiştiriciliği, Türkiye için henüz tam anlamıyla keşfedilmemiş bir alan olmasına rağmen, büyük bir ekonomik potansiyel barındırmaktadır. Yetiştiricilik faaliyetlerinin desteklenmesi ve modern tekniklerin benimsenmesi, yılan balığı üretimini artırabilir ve bu balığın iç ve dış pazarlarda daha etkin bir şekilde değerlendirilmesini sağlayabilir. Ayrıca, yerel üreticilerin eğitimi ve altyapının iyileştirilmesi, yılan balığı yetiştiriciliğinin gelişimine katkıda bulunabilir. Yılan balığı, gastronomik açıdan büyük bir çeşitlilik sunar ve farklı mutfaklarda kendine yer bulabilir. Türkiye’de yılan balığının daha yaygın olarak tüketilmesi hem yerel mutfak kültürünün zenginleşmesine hem de ekonomik kazançların artmasına katkıda bulunabilir. Özellikle, geleneksel Türk yemeklerine entegre edilmiş yılan balığı tariflerinin tanıtılması, bu balığın daha geniş kitleler tarafından kabul görmesini sağlayabilir.

Bu çalışmanın bulguları, yılan balıkları üzerine daha fazla araştırma yapılmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Özellikle, yılan balıklarının üreme biyolojisi ve yaşam döngüsü üzerine yapılacak araştırmalar, yetiştiricilikte karşılaşılan zorlukların üstesinden gelmesine yardımcı olabilir. Ayrıca, evresel faktörlerin yılan balığı popülasyonları üzerindeki etkilerini anlamak, sürdürülebilir avcılık ve yetiştiricilik stratejilerinin geliştirilmesine katkıda bulunabilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, yılan balıklarının biyolojik, ekonomik ve gastronomik yönleri detaylı bir şekilde incelenmiş ve elde edilen bulgular, bu türün Türkiye’deki Aydın iline yönelik potansiyeli ortaya koyulmuştur. Yapılan literatür taramasında, yılan balıkları üzerine yapılan araştırmaların son yıllarda önemli ölçüde arttığını göstermektedir. Özellikle yılan balıklarının biyolojisi, yetiştiriciliği ve çevresel etkileri üzerine odaklanan bu araştırmalar, ilgili alandaki bilgi birikimini ve araştırma ağlarını genişletmiştir.

Saha gözlemleri, Aydın ilindeki yılan balığı yetiştiriciliği ve avcılığının büyük ölçüde geleneksel yöntemlerle yapıldığını ve bu alandaki faaliyetlerin sınırlı olduğunu ortaya koymuştur. Yılan balığı yetiştiriciliği, teknik zorluklar ve yüksek maliyetler nedeniyle henüz tam anlamıyla gelişmemiştir. Ancak, yılan balıklarının yüksek pazar değeri, bu türün ekonomik potansiyelini göstermekte ve bu alanda yapılacak yatırımların Türkiye’nin su ürünleri sektörüne önemli katkılar sağlayabileceğini işaret etmektedir. Yılan balıkları, özellikle Avrupa pazarlarına yönelik önemli bir ihracat ürünü olma potansiyeline sahiptir. Bu potansiyelin gerçekleştirilmesi için yılan balığı yetiştiriciliği ve avcılığı üzerine yapılacak eğitim programları ve teknolojik yeniliklerin teşvik edilmesi, yerel üreticilerin kapasitesini artırabilir ve sektördeki verimliliği yükseltebilir.

Gastronomik değerlendirmeler, yılan balıklarının çeşitli pişirme yöntemleri ve tariflerle büyük bir gastronomik çeşitlilik sunduğunu göstermiştir. Ortaya ıkarılan reçeteler, özellikle baharatlı ve zeytinyağlı yılan balığı tariflerinin büyük beğeni toplayabileceğini ortaya koymuştur. Bu, yılan balıklarının Türk mutfağına entegrasyonunun mümkün olduğunu ve bu balığın yerel lezzetlerin bir parçası olarak benimsenebileceğini göstermektedir. Yılan balığının gastronomik potansiyelinin tanıtılması ve bu balığın çeşitli tariflerle daha geniş kitlelere sunulması hem tüketici tercihlerini çeşitlendirebilir hem de ekonomik kazançları artırabilir.

Çevresel sürdürülebilirlik ve yılan balığı popülasyonlarının korunması da bu çalışma açısından önemli bir sonuçtur. Yılan balığı yetiştiriciliği ve avcılığı için sürdürülebilir yöntemlerin benimsenmesi, bu türün uzun vadeli üretim kapasitesini ve ekosistem dengesini korumak açısından kritik öneme sahiptir. Su kirliliği ve iklim değişikliği gibi çevresel faktörlerin yılan balığı popülasyonları üzerindeki etkilerinin derinlemesine incelenmesi, bu alanda etkili yönetim stratejilerinin geliştirilmesine yardımcı olabilir. Sürdürülebilir avcılık

ve yetiştiricilik stratejileri, hem yerel balıkçılık topluluklarının ekonomik refahını artırabilir hem de yılan balıklarının ekosistem içindeki rolünü sürdürmesini sağlayabilir.

Yılan balıkları, Türkiye için büyük bir potansiyel barındırmaktadır. Yılan balığı yetiştiriciliğinin geliştirilmesi, teknolojik yeniliklerin ve eğitim programlarının desteklenmesi, bu türün ekonomik ve gastronomik değerinin artırılmasına yardımcı olabilir. Ayrıca, yılan balığının gastronomik çeşitliliğinin tanıtılması ve bu balığın Türk mutfağına entegrasyonu, yerel lezzetlerin zenginleşmesine katkıda bulunabilir. Bu çalışmanın bulguları ve önerileri, yılan balıkları üzerine yapılacak gelecekteki araştırmalar ve uygulamalar için önemli bir gastronomi yol haritası sunmaktadır.

Gelecekte, yılan balıkları üzerine yapılacak multidisipliner araştırmalar, genetik, ekolojik ve biyoteknolojik yaklaşımların entegrasyonu ile desteklenmelidir. Özellikle, iklim değişikliği ve çevresel kirliliğin yılan balığı popülasyonları üzerindeki etkilerinin incelenmesi, hem türün sürdürülebilir yönetimi hem de ekosistem hizmetlerinin korunması açısından kritik bir öneme sahiptir. Ayrıca, yerel üretim verilerinin ulusal ve uluslararası düzeyde paylaşılması, üretim tekniklerinin optimize edilmesi ve teknolojik inovasyonların uygulanması, yılan balığı yetiştiriciliğinin gelecekteki başarısı için temel stratejiler arasında yer almalıdır.

Sonuç olarak, yılan balıkları üzerine yapılan bu geniş kapsamlı literatür taraması, türün bilimsel, ekonomik ve kültürel boyutlarının anlaşılmasına katkıda bulunurken, aynı zamanda geleceğe yönelik stratejilerin geliştirilmesi için de sağlam bir zemin hazırlamaktadır. Yerel ve uluslararası düzeyde yapılacak ortak araştırma projeleri, politika geliştirme süreçlerine entegre edilerek, yılan balıklarının hem ekosistemlerdeki rolünün hem de ekonomik potansiyelinin sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesine olanak sağlayacaktır. Bu doğrultuda, devlet destekli Ar-Ge projeleri, yerel üreticilerin finansal desteklenmesi ve akademik kurumlar ile iş birliği içerisinde yürütülecek çalışmalar, yılan balıklarının gelecekteki rolünü daha da güçlendirecektir.

KAYNAKÇA

- Action, S. I. (2020). World fisheries and aquaculture. Food and Agriculture Organization, 2020, 1-244.
- Bowles, T. P. (2013). *The year of eating dangerously: a global adventure in search of culinary extremes*. St. Martin's Press.
- Coates, P. A. (2021). Protecting Eurofish: An environmental history of the European eel and its Europeanness. *Greening Europe: environmental protection in the long twentieth century—a handbook*, 101-128.
- Cordova-Buiza, F., Gabriel-Campos, E., Castaño-Prieto, L., & García-García, L. (2021). The gastronomic experience: Motivation and satisfaction of the gastronomic tourist—The case of Puno City (Peru). *Sustainability*, 13(16), 9170.
- Davidson, A. (2014). *The Oxford companion to food*. OUP Oxford.
- Dekker, W. (2003). Status of the European eel stock and fisheries. In *Eel biology* (pp. 237-254). Tokyo: Springer Japan.
- FAO. (2018). *The state of world fisheries and aquaculture 2018: Meeting the sustainable development goals*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Giannetti, L. (2012). Of Eels and Pears: A Sixteenth-Century Debate on Taste, Temperance, and the Pleasures of the Senses. In *Religion and the Senses in Early Modern Europe* (pp. 289-305). Brill.
- Güven, E., Çolak, S., & Çolak, A. (2002). Türkiye'nin Batı Akdeniz ve Ege Kıyılarındaki Bazı İçsulara Avrupa Yılanbalığı (*Anguilla anguilla* L., 1758) Elverlerinin Giriş Dönemlerinin Saptanması. *Ege Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*, 19(3), 329-335.
- Kara, C. (2014). Adıyaman Bölgesi Akarsularında Dikenli Yılan Balığı (*Mastacembelus mastacembelus* Banks&Solander 1794)'nın Dağılımı ve Bazı Morfometrik Özellikleri. *Aquaculture Studies*, 2014(3).
- Kiple, K. F., & Ornelas, K. C. (Eds.). (2000). *The Cambridge world history of food* (Vol. 2). Cambridge University Press.

- Knights, B. (2003). A review of the possible impacts of long-term oceanic and climate changes and fishing mortality on recruitment of anguillid eels of the Northern Hemisphere. *Science of the total Environment*, 310(1-3), 237-244.
- Kormann da Silva, M., Goulart Rocha, F., & Amaral, F. M. (2015). Gastronomic use of fish in restaurants of the south of Brazil. *Journal of culinary science & technology*, 13(2), 159-174.
- Küçük, F., Gülle, İ., & Güçlü, S. S. (2018). Antalya Havzası akarsularındaki yılan balığı göçleri üzerine antropojenik baskılar. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 9(Ek (Suppl.) 1), 285-296.
- Martin-Rios, C. (2020). Sustainable gastronomy: An opportunity for a green recovery. EHL Insights. Retrieved June, 6, 2023
- McCormick, C., & Prokes, S. (2009). Molecular gastronomy: Materials science in the kitchen. *MRS bulletin*, 34(11), 802-803.
- Moriarty, C. (2003). The yellow eel. In *Eel biology* (pp. 89-105). Tokyo: Springer Japan.
- Pérez-Lloréns, J. L., Acosta, Y., & Brun, F. G. (2021). Seafood in Mediterranean countries: a culinary journey through history. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 26, 100437.
- Rapp, A. (1955). The father of western gastronomy. *The Classical Journal*, 51(1), 43-48.
- Starkie, A. (2003). Management issues relating to the European eel, *Anguilla anguilla*. *Fisheries Management and Ecology*, 10(6), 361-364.
- Zonn, I. S., Kostianoy, A. G., Semenov, A. V., Joksimović, A., Đurović, M., Zonn, I. S., ... & Đurović, M. (2021). European Eel (*Anguilla anguilla*). *The Adriatic Sea Encyclopedia*, 124-126.

RESTORAN MÜŞTERİLERİNİN BAKIŞ AÇISIYLA SLOW FOOD HAREKETİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: KUŞADASI ÖRNEĞİ

Kamil YAĞCI

Prof. Dr., Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
E-posta: kyagci@gmail.com, Orcid Numarası: <https://orcid.org/0000-0001-8130-7060>

Mahmut EFENDİ

Doç. Dr., Bağımsız Araştırmacı, E-posta: efendimahmut926@gmail.com
Orcid Numarası: <https://orcid.org/0000-0002-7388-5239>

Süreyya AKÇAY

Doktora Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
E-posta: akcaysureyya@gmail.com, Orcid Numarası: <https://orcid.org/0000-0002-5176-4444>

GİRİŞ

Slow Food (Yavaş yemek) hareketi, son yıllarda toplumun modern ve hızlı yaşam tarzına bir tepki olarak ortaya çıkmıştır (Frost ve Lain, 2013; Şahin, 2022). Bu olgu, Fast Food yiyeceklerine karşın yerel kaynakların kullanıldığı geleneksel ve sürdürülebilir şekilde üretilen yiyeceklerin tadını çıkarmayı teşvik etmek ister (Buiatti, 2011). Farklı deneyimler yaşayarak günlük yaşam stresinden uzaklaşma isteği yerel yiyeceklerin hazırlandığı mutfaklara ilgi duyulmasını sağlamıştır (Güneş ve Sabur, 2023). Bu durum yerel yiyeceklerin korunmasını, geliştirilmesini, yaygınlaştırılmasını da teşvik eden bir anlayışı destekler (Coşkun ve Genç, 2024). Fast Food, kolaylığı ve hızı yüceltirken, yavaş yemek daha çok kaliteye, lezzete ve tüketicilerin yedikleri yiyecekler ile aralarında daha yakın bir bağ geliştirmesine odaklanmaktadır (Güneş ve Sabur, 2023).

Slow Food hareketi yemeklere üstün tat yanında sağlık yararları, kültürel bağlantılar ve çevresel ve sosyal sorumluluk sunarken, maliyet, erişilebilirlik, zaman ve farkındalıklarla ilgili engellerle de karşı karşıya kalmıştır (Dimitrovski, Starčević ve Marinković, 2021; Shumka vd., 2022). Bu dinamikleri anlamak, yavaş gıda hareketini tanıtmak ve daha fazla tüketiciyi ilkelerini benimsemeye teşvik etmek için önemlidir. Bu çalışma ile yavaş gıda konseptinin müşteri bakış açısından değerlendirilmesi ve tercihlerindeki karmaşık etkileşimi ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu çalışma, daha önceki çalışmalarda (Aydemir ve Özdemir, 2014; Huang, Chen ve Ramos, 2022 gibi) değinilen yavaş yemek deneyimlerinin kapsamını genişleterek ve müşterinin bakış açısından slow food olgusunun nasıl algılandığının anlaşılması konusunda daha fazla bilgi sağlamaya katkıda bulunmaktadır. Bu çalışma, yavaş yemek bakış açılarının incelendiği, çeşitli faktörlerin belirlenmesiyle literatür birikimini genişletmekte ve yavaş destinasyonlardaki turizm pazarlamacılarına birtakım tavsiyelerde bulunmaktadır. Konu ile ilgili farkındalık ve eğitim artmaya devam ettikçe, yavaş gıda hareketi tüketici davranışlarını önemli ölçüde yeniden şekillendirme ve daha sürdürülebilir ve bilinçli bir gıda kültürüne katkıda bulunma potansiyeline sahiptir. Bu nedenle bu çalışmada amaç, yavaş yemek algılarının ve tercihlerinin hem yavaş yemek (slow food) hem hızlı yemek (fast food) sunan restoran müşterileri tarafından nasıl şekillendiğinin değerlendirilmesidir. Elde edilen bulgular ışığında slow food tercihlerinin müşteriler gözünden nasıl değerlendirildiğinin anlaşılması ve yerel değerlere, kültüre, paydaşlara katkıları değerlendirilmiş, çeşitli öneriler getirilmiştir.

LİTERATÜR (KAVRAMSAL / KURAMSAL ÇERÇEVE):

Slow food hareketi, 1980'lerde İtalya'da ortaya çıkan fast food zincirlerinin hakimiyetine karşı gıda kültürlerinin homojenleştirilmesine bir tepki olarak ortaya çıkmıştır (Yumusak vd., 2023). Roma'nın kültürel açıdan önemli bir bölgesine 1986 yılında McDonald's bir fast food restoranı açmış ve bu duruma yanıt olarak Carlo Petrini tarafından Slow food hareketi başlatılmıştır (Fusté-Forné ve Jamal, 2020). Bu hareket, yerel gıda geleneklerinin korunması, biyolojik çeşitlilik ve sürdürülebilirliğin önemini vurgular (Dimitrovski, Starčević ve Marinković, 2021). Bu felsefenin merkezinde "iyi, temiz ve adil" gıda tüketme fikri yer alır. "İyi" gıda lezzetli, çeşitli, otantik, doğal ve sağlıklıdır, "temiz" gıda sürdürülebilir şekilde çevreye

zarar vermeden üretilir ve "adil" gıda sosyal eşitlik ve ücretlerde eşit koşulları vurgular (Huang, Chen ve Ramos, 2022). Slow Food ile başlayan bu tepki hareketi daha sonra Citta Slow (Yavaş Şehir) hareketi ile yaygınlaşarak sadece yemeklerle sınırlı kalmayıp yavaş bir yaşam tarzı etrafındaki tüm etkinlikleri destekler niteliktedir (Frost ve Lain, 2013). Slow food deneyimleri pazardaki konumu belirleme, iş rekabeti, kitlesel tüketim gibi hızlandırılmış yaşam tarzlarından ziyade sosyal ve ekolojik refahı teşvik eden, dayanıklılığı, sürdürülebilirliği, sorumlu, dikkatli ilişkilere ve uygulamalara yönelik aktif, bilinçli bir yaşam biçimine olan ihtiyacı da vurgular (Fusté-Forné ve Jamal, 2020) . Bu iki hareketin turizm ve seyahat ile bağlantılı uzantısı ise yavaş turizm (slow tourism) anlayışını geliştirmiştir (Uslu ve Karabulut, 2019; Yurtseven ve Kaya, 2011).

Çeşitli araştırmalar slow food hareketinin bir müşterinin bakış açısından, birkaç önemli kavram ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Örneğin, Huang, Chen ve Ramos (2022) yaptıkları çalışmada, turistlerin yavaş yemek deneyimlerinin yaşamlarını memnuniyet ve yaşam kalitesi yönünden olumlu yönde etkilediğini belirtmiştir. Slow food'un geleneksel yöntemler ve taze, yerel malzemelerle genellikle fast food muadillerinden daha lezzetli ve doyurucu yemekler olarak yapılması müşterilerin bu yemekleri lezzetli ve kaliteli olarak algılamasıyla sonuçlanır (Uslu ve Karabulut, 2019). Slow food, yerel kültür ve mirasa bir bağ oluşturmakta da etkilidir. Yerel kültüre, gelenek ve özgünlüklere değer veren müşteriler, yiyeceklerin ardındaki hikâyelere ve tarihine ilgi duyabilir (Dias, Almeida ve Hemsworth, 2023).

Slow food hareketi müşteri perspektifinden çeşitli zorluklarla da karşı karşıyadır. Çünkü fast food yiyecekler, elle tutulup yenilebilen, paketlenerek götürülebilen, üretilmesi ve sunulmasında hızlı olan, daha ucuz maliyetli yiyeceklerdir (Yılmaz, 2022, s.19). Oysaki maliyet konusunda slow food, daha kaliteli malzemeler ve emek yoğun hazırlama yöntemleri nedeniyle fast food'dan daha pahalı olabilir. Bu nedenle oluşabilecek fiyat farkı, bazı tüketiciler için önemli bir engel olabilir. Örneğin, Shumka vd., (2022) yaptıkları çalışmada araştırma katılımcılarının korunan tarım alanlarından gelen gıda ürünleri için daha yüksek fiyat ödeme konusunda sınırlı hazırlığa sahip olduğunu ayrıca slow food ve kaynak kullanımı hakkında bilgilerinin yetersiz kaldığını bildirmiştir. Ayrıca slow food hakkında farkındalık eksikliği ve eğitim sorunu bulunmaktadır. Yavaş yemeğin faydaları, yerel yemeklerin hazırlanması ve gereken tarımsal faaliyetler için biyoçeşitliliğin korunması hakkında hala farkındalık eksikliği vardır (Shumka vd., 2022). Tüketicileri yavaş yemeğin avantajları ve önemi hakkında eğitmek devam eden bir zorluktur.

Konu ile ilgili bazı araştırmalar ise örneğin; Huang, Chen ve Ramos (2022), yavaş turizm kavramını, turistlerin yavaş yemek deneyimlerini tanımlamak ve turistlerin yavaş yemek deneyimleri ile yaşam kaliteleri (YK) arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bu çalışmadaki bulgular, çevre bilincinin turistlerin yavaş yemek deneyimlerini etkilemediğini, otantikliğin ve yavaşlığın ise turistlerin yavaş yemek deneyimlerini önemli ölçüde etkilediğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, turistlerin YK'si üzerinde yavaş yemek deneyimi olumlu bir etki yaratmaktadır. Dias, Almeida ve Hemsworth (2023), yaptıkları çalışmada, katılımcıların 2027'de yiyeceklerin enerji alımına olan ihtiyaçtan ziyade, bir kişinin sağlığına sağladığı ``İyi" için daha fazla değer göreceğini savunmuştur. Bulgulardan, yemek pişirme, hazırlama ve bilgi paylaşma eyleminin, keyfi artırmak için bir fırsat olabileceğini anlamak mümkündür. Uslu ve Karabulut (2019), yavaş yemek konseptli restoranlarda algılanan marka güveni ve marka imajı ile hizmet kalitesi, marka sadakati ilişkilerini ortaya koymaktadır. Elde ettikleri sonuçlara göre incelenen değişkenler arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişkiler bulunmuştur.

Aydemir ve Özdemir (2014), Türkiye’de, yavaş şehir destinasyonlarından Aydın ili Yenipazar ilçesinde pide ürünü sunarak faaliyet gösteren, yerel yiyecek içecek girişimcileri olan işletmelerin faaliyetlerinde yavaş yemek ilkelerini gözetip gözetmediklerini değerlendirmiş, Yenipazar’da, bu işletmelerin çoğunluğunun, faaliyetlerinde “Yavaş Yemek Hareketi” misyonuna uygun davrandıklarını belirlemiştir. Beşcanlar (2014) amacı, slow food kavramını aşçılık programında okuyan öğrencilerin hangi metaforlar ile açıkladıklarının belirlenmesi olan çalışmasında; mevsimsellik, yöresel ürün, alternatiflik, farklı tat ve lezzet çeşitliliği, sürdürülebilirlik, coğrafi işaret ve gelir kaynağı olarak gruplandırılmış 7 farklı metafor elde edilmiştir. Şahin (2022) amacı sürdürülebilir mutfak uygulaması ile slow food akımı arasındaki ilişkiyi araştırmak olan çalışmasında, Türkiye’deki Sakin Şehirlerden (Cittaslow) biri olan Akyaka’da slow food akımı çerçevesinde

sürdürülebilir mutfak uygulamasına örnek olan ‘Adile teyze’nin ekmekleri’ markalı küçük aile işletmesini incelemiştir. Bu işletmenin yaptığı gibi slow food akımının benimsenmesinin bölgenin alternatif turizm kaynağı olan gastronominin ön plana çıkarılmasına, özgünlüğünü korumasına, yerel ekonomiyi ister turizm ve ister tarım yönünden güçlendirerek katkı sağlayabileceği söylenebilir. Yumusak, Yılmaz, Deligönül ve Çavuşgil (2023) çalışmasında, Türk mutfağının yavaş yemek hareketiyle nasıl örtüştüğünü ve bu hareketin tüketici davranışını nasıl etkilediğini açıklamaya odaklanmaktadır. Katılımcılar, yavaş yemek hareketinin tüketicilerin beş duyusuna hitap ederken ekolojik sisteme karşı sorumluluğu vurgulamaya dayanan işletmeler için güçlü bir marka imajı yarattığını bulmuşlardır. Özgürel ve Avcıkurt (2018), yavaş yemek algısını turist perspektifinden inceledikleri çalışmada, katılımcıların yavaş yemek kavramını; “yerel/yöresel yemekler” ile “geleneksel yemek üretim ve tüketimi” ile ilişkilendirdiğini belirlemiştir. Ayrıca katılımcılar, destinasyon seçimlerinde yavaş yemek uygulamalarının etkili olduğunu, yavaş yemeğin yüksek kaliteli olmasını istediklerini bildirmiştir. Servis açısından fast food (hızlı yemek)’a göre zaman bir sorun olarak görülmemektedir. Konuyla ilgili incelenen çalışmaların bir özeti Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1: Konu ile ilgili literatürde yapılmış çalışmalar

No	Yazar, Yıl, Ülke	Amaç	Yöntem	Bulgular ve Sonuçlar	Sınırlılıklar ve Öneriler
1	Aydemir ve Özdemir (2014)	Aydın ili, Yenipazar ilçesindeki yerel yiyecek-içecek girişimleri olarak pide sunan işletmelerin, yavaş yemek ilkelerini gözetip gözetmediklerinin değerlendirilmesidir.	Nitel Görüşme (8 işletme)	Yenipazar’da, incelenen işletmelerin birçoğunun, faaliyetlerinde “Yavaş Yemek Hareketi” misyonuna uygun davrandıkları belirlenmiştir. Bulgular, “Yavaş Şehir” olarak tescil edilen Yenipazar bölgesinde, yavaş yemek hareketi misyonuna uygun faaliyet gösterilmesinin bu hareketin yiyecek-içecek boyutunun verimli bir şekilde işlediğini göstermektedir.	Bu çalışma “Yavaş Şehir” destinasyonu olarak tescillenmiş Yenipazar bölgesi ile sınırlıdır. Gelecek çalışmalar, diğer bölgelerdeki durumun ortaya konulmasıyla yavaş yemek uygulamalarına yönelik yiyecek-içecek girişimlerinin mevcut durumlarının genelleştirilmesine olanak sağlayacaktır.
2	Beşcanlar (2014)	Amacı, aşçılık programı öğrencilerinin slow food kavramını hangi metaforlar ile açıkladıklarının belirlenmesidir.	Nitel Görüşme(106 öğrenci)	Araştırma sonucunda, mevsimsellik, yöresel ürün, alternatiflik, farklı tat ve lezzet çeşitliliği, sürdürülebilirlik, coğrafi işaret ve gelir kaynağı olarak gruplandırılmış 7 farklı metafor elde edilmiştir.	Bu çalışma önlisans Aşçılık programı öğrencileriyle sınırlandırılmıştır. Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü lisans ve yüksek lisans öğrencilerine yönelik benzer çalışmalar yürütülebilir. Ayrıca ileride turizm ve gastronomi trendlerinin algılanmasına yönelik yapılacak çalışmalar yapılabilir.
3	Özgürel ve Avcıkurt (2018)	Amacı; yavaş yemek turist algısının turist perspektifinden incelenmesidir.	Nitel Görüşme(16 akademisyen)	Katılımcılar için, yavaş yemek kavramı; “yerel/yöresel yemekler” ile “geleneksel yemek üretim ve tüketimi” anlamlarını taşımaktadır. Katılımcılar, yavaş yemek uygulamalarının destinasyon seçimlerinde etkili olduğunu, yavaş yemekte yüksek kalite istediklerini bildirmiştir. Servis açısından ise bu yemeğin fast fooda (hızlı yemek) kıyasla zamanın bir sorun olarak görülmediği belirtilmektedir.	Çalışma, yerli turistler olarak akademisyenler ile sınırlı olduğundan, ülke genelinde yerli veya yabancı turistlere çalışma tekrarlanabilir, bu turistlerin algılarını ölçen araştırmalar geliştirilebilir.
4	Uslu ve Karabulut (2019)	Yavaş yemek (slow food) konseptine uygun faaliyette bulunan restoranlarda, algılanan hizmet kalitesi ile marka sadakati, marka güveni ve marka imajı arasındaki ilişkilerini ortaya koymaktır.	Nicel Anket (210 katılımcı)	Elde edilen sonuçlarına göre algılanan hizmet kalitesi ile marka imajı, marka güveni ve marka sadakati değişkenleri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler olduğu belirlenmiştir.	Çalışma, sadece Muğla Köyceğiz ilçesine gelen yabancı turistler ile sınırlıdır. Gelecek çalışmalarda, , müşteri değeri, Pozitif ağızdan ağza iletişim (WOM) niyeti veya davranışı, marka denkliği ve müşteri memnuniyeti gibi değişkenlerin de dâhil edildiği farklı çalışmalar yapılabilir.

5	Huang, Chen ve Ramos (2022)	Yavaş turizm kavramını, turistlerin yavaş yemek deneyimlerini tanımlamak ve turistlerin yavaş yemek deneyimleri ile yaşam kaliteleri (YK) arasındaki ilişkiyi incelemektir.	Nitel Anket (çevrimiçi, 453 katılımcı)	Bulgular, çevre bilincinin turistlerin yavaş yemek deneyimlerini etkilemediğini, otantikliğin ve yavaşlığın ise turistlerin yavaş yemek deneyimlerini önemli ölçüde etkilediğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, turistlerin YK'si üzerinde yavaş yemek deneyimi olumlu bir etki yaratmaktadır.	Çalışma verileri çevrimiçi bir anket aracılığıyla toplanmıştır. Bu nedenle bulgular, yavaş turizm perspektiflerini ve yavaş yiyecek deneyimlerini açıklamak için yeterli olmayabilir. Gelecekteki araştırmalar yavaş turizm ve destinasyonları hakkında daha fazla veri toplamalı ve nitel ve nicel yaklaşımları içeren karma yöntemler benimseyen çalışmalar yapılmalıdır.
6	Shumka, Berberi, Kulici, Mucaj, Vladi (2022)	Bu çalışma, Arnavutluk'un beş korunan alanında yavaş yemek bilgisini, algısını ve doğanın korunmasına katkısını araştırmaktadır.	Nitel Yapılandırılmış görüşme (363 ziyaretçi)	Analizler, korunan alanlardan gelir elde etmenin yanı sıra, ziyaretçilerin slow food ve kaynak kullanımı hakkında yetersiz bilgiye ve korunan tarım alanlardan gelen gıda ürünleri için daha yüksek bir fiyat ödemeye sınırlı hazırlığa sahip olduğunu göstermiştir.	Bu çalışma ile değerli biyoçeşitliliğin korunmasında kullanılan yerel gıda kaynaklarının rolünü anlamaya yönelik analitik bir yaklaşım özetlenmiştir. Yerel tüketime ve yerel ekonomilere öncelik veren, yer ve kültürde kök salmış yerel kimliklerle bağlantılı kültürel biyoçeşitlilik ve gıdalar üzerinde yürütülecek ampirik çalışmalara ortaya çıkabilir.
7	Şahin (2022)	Çalışmada, Türkiye'deki Sakin Şehirlerden (Cittaslow) biri olan Akyaka'da slow food akımı ile sürdürülebilir mutfak uygulaması arasındaki ilişkiyi araştırmak amaçlanmıştır.	Nitel Görüşme (işletme sahipleri)	İncelenen küçük aile işletmesinin yaptığı gibi slow food akımının benimsenmesi bölgenin alternatif turizm kaynağı olan gastronominin ön plana çıkarılmasında, özgünlüğüne katma değer sağlamasında, yerel ekonomiyi tarım ve turizm bakımından güçlendirerek katkı sağlayabileceği söylenebilir.	Türkiye'nin farklı bölgelerinde bulunan sürdürülebilir mutfak uygulamasını benimseyen işletmelerin durumu nicel ve nitel araştırma yöntemleri kullanılarak ortaya çıkarılabilir.
8	Dias, Almeida ve Hemsworth (2023)	Bu çalışma, slow food ilkelerinden 'İyi' ilkesini ve özellikle Portekiz'deki 'yavaş turizm ve gastronomi' eğilimlerindeki etkisini daha iyi anlamaya katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.	Nitel Delphi yöntemi (24 panelist)	Bulgular katılımcıların 2027'de yiyeceklerin enerji alımına olan ihtiyaçtan ziyade, bir kişinin sağlığına sağladığı 'İyi' için daha fazla değer göreceğini savunmuştur. Bulgulardan, yemek pişirme, hazırlama ve bilgi paylaşma eyleminin, keyfi artırmak için bir fırsat olabileceğini anlamak mümkündür.	Araştırmaya sadece Portekizli uzmanlar yorumlarıyla katıldı. Bu bulguları farklı kültürlerden diğer yabancı uzmanların bakış açılarıyla karşılaştırmak ve 'İyi' ilkesinin SF modelinin bir parçası olarak anlamı nedir ve gastronomi ve turizm hizmetlerinde nasıl somutlaştırılabilir? nicel bir alana odaklanan başka bir araştırma geliştirilebilir. Son olarak, yemenin sosyal ve kültürel yönü hakkında çalışmalar yapılabilir.
9	Yumusak, Yılmaz, Deligönül Ve Çavuşgil (2023)	Çalışma, Türk mutfağının yavaş yemek hareketiyle nasıl örtüştüğünü ve bu hareketin tüketici davranışını nasıl etkilediğini açıklamaya odaklanmaktadır.	Nitel Görüşme (16 akademisyen)	Yazarlar, yavaş yemek hareketinin tüketicilerin beş duyusuna hitap ederken ekolojik sisteme karşı sorumluluğu vurgulamaya dayanan işletmeler için güçlü bir marka imajı yarattığını bulmuşlardır. Tipik hanehalkı ihtiyari gelirinin mütevazı olduğu gelişmekte olan pazarlarda bile büyük bir potansiyel göstermektedir.	Türkiye bağlamındaki araştırma, akademik uzmanların bakış açısından algılar üretmektedir. Gelecekteki çalışmalar, hızlı gıdaya karşı tabandan gelen aktivistlerin kullandığı belirli stratejileri, kaynak seferberliği, kolektif davranış ve toplumsal değişim arasındaki etkileşimi inceleyerek araştırılabilir. Ayrıca, farklı bölgeler ve kültürel konu ile ilgili benzer çalışma yapılabilir.

YÖNTEM:

Bu çalışmanın amacı Aydın ili Kuşadası İlçesi'nde yer alan hem yerel hem fast food (hızlı yemek) restoranlara gelen müşterilerin slow food hareketine (yavaş yemek) ilişkin algılarını ortaya koyarak yemek ve restoran tercihlerinde hangi tür özelliklerin (fast food/slow food) etkisinin olduğunu belirlemeye çalışmaktır. Bu amaç doğrultusunda çalışmanın gerçekleştirilmesi için Kuşadası'nda yer alan restoranlara gelen 18 yaş ve üzeri misafirlerin bakış açısı değerlendirilmiştir. Değerlendirmenin yapılabilmesi ve katılımcıların görüşlerini belirlemek amacıyla nitel araştırma deseni benimsenerek olgu bilim desende

çalışma tasarlanmıştır. Olgu bilim (fenomoloji) çalışmaları, farkında olunup derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olunmayan olguları odağına alarak yürütülmektedir (Büyüköztürk vd., 2015; 91). Bu çalışmada odaklanılan slow food kavramının, alanyazın incelendiğinde, yerel yemekler, otantiklik gibi kavramlarla ilişkilendirildiği görülmüştür (Aydemir ve Özdemir, 2014; Beşcanlar, 2014; Huang, Chen ve Ramos, 2022). Bu nedenle çalışmanın amacına da uygun olarak hem yerel yemek hem fast food (hızlı yemek) sunan restoran müşterileri çalışma kapsamına alınmış, zaman, maliyet, erişilebilirlik gibi kısıtlar nedeniyle örnekleme yoluna gidilmiş, kolayda örnekleme yöntemiyle 15 restoran müşterisinden yarı yapılandırılmış görüşmeler yoluyla elde edilen veriler analiz edilmiştir. Nitel araştırmalarda evrenin büyüklüğünden ziyade örneklemin niteliği daha önemlidir (Baltacı, 2018, s.237). Ayrıca bu örnekleme yönteminde erişilmesi kolay ve ucuz olan vakalar seçilmekte ve ulaşılabilen kişiler çalışmaya dâhil edilmektedir (Yağar ve Dökme, 2018). Belirlenen çerçevede, nitel araştırma yöntemine uygun olarak, konu hakkında derinlemesine bilgi sahibi olmak için araştırma soruları oluşturularak yanıtlar aranmıştır. Nitel araştırmalar açıklamalar, çeşitli örnekler ya da yaşantılar ortaya koyarak bir olgunun daha iyi anlaşılmasını sağlamaya çalışsa da genellemesi mümkün ve kesin olmayan sonuçlar içermektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s.46).

Nitel araştırmada amaçlanan belirlenen bir içerik ile ilgili derinlemesine ve ayrıntılı bilgi sahibi olmaktır (Karagöz, 2017, s. 565). Özellikle gözlem ve görüşme yöntemleri sosyal olguların görelilik ve hareketliliğini bir an için yakalayabilmekte kullanılan araştırmaya katılan bireylerin bakış açılarını sosyal yapılar ve süreç içerisinde ortaya koymak için gerçekleştirilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s.46). Algıların ortaya konulması için araştırmacılar katılımcıların konu ile ilgili algılarını ve deneyimlerini çeşitli sorular ve yüz yüze mülakatlarla anlamaya çalışır (Baş ve Akturan, 2008, s.87; Karagöz, 2017, s. 567). Bu bilgiler ışığında oluşturulan araştırma çalışmanın, amacına hizmet eden dört temel sorusu bulunmaktadır. Birincisi hem yavaş yemek (slow food) hem fast food (hızlı yemek) restoranlarında yemek yiyen müşteriler, genellikle (slow food /fast food) hangi yemek türlerini biliyorlar? İkincisi, restoran müşterilerinin genel yemek tercihlerinde yavaş yemek veya fast food türlerini tercih etme nedenleri neler olabilir? Üçüncü olarak, restoran tercihlerinde yemeklerin hangi özellikleri hakkında restorana gelmeden önce bilgi var mıdır? Dördüncüsü ise, müşterilerin restoran tercihinde hangi özellikler ön plana çıkmaktadır? Bu sorular çerçevesinde yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler ile veriler toplanmış, katılımcılar K1, K2, K3,..., K15 kodları verilerek görüşleri içerik analizi yapılmıştır. İçerik analizi yoluyla incelenen bu verilerin analiz süreci verilerin kodlanarak temaların belirlenmesi, kodlar ve temaların düzenlenmesiyle bulguların tanımlanması ve son olarak yorumlanması adımlarını içermektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s.259). Çalışmanın devam eden bölümünde elde edilen bulgular ve tartışma sunulmuştur.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde katılımcılara ait çeşitli demografik özellikler Tablo 2’de sunulmuş daha sonra katılımcılara yöneltilen sorulara verilen cevaplara ilişkin analiz sonuçları tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler	N	%
Yaş		
30 ve altı	2	%13,3
31-35	1	%6,7
36-40	4	%26,7
41-45	3	%20
46-50	2	%13,3
51 ve üzeri	3	%20
Cinsiyet		
Kadın	5	%33,3
Erkek	10	%66,7
Eğitim Durumu		
İlköğretim	2	%13,3
Lise	3	%20
Önlisans	1	%6,7
Lisans	6	%40
Lisansüstü	3	%20
Gelir Durumu (TL)		
17.000 ve altı		
17.000- 24.000	5	%33,3
25.000- 34.000	3	%20
35.000 -44.000	1	%6,7
45.000- 54.000	4	%26,7
55.000 ve üzeri	2	%13,3
Restoran Ziyaret Sayıları (Aylık)		
Ayda 1	3	%20
1-5	2	%13,3
6-10	3	%20
11-20	5	%33,3
21 ve üzeri	2	%13,3
Milliyet		
Türkiye	14	%93,3
Azerbaycan	1	%6,7

Araştırmaya katılanlar ile ilgili demografikler ve kişisel nitelikler Tablo 2’de sunulmuştur. Tablo 2 incelendiğinde araştırmaya katılımcılarının çoğunluğunun 36-40 yaş aralığında (%26,7), lisans mezunu (%40), daha çok 17.000 TL ve üzeri geliri bulunan, ayda 11-20 kez restoranları ziyaret eden (%33,3) erkek (%66,7) Türk katılımcılardan oluştuğu görülmektedir. Görüşmelerden elde edilen verilerin, analiz edilmesi sonucu 6 ana kategori 9 alt kategoriden oluştuğu görülmektedir. Bu ana kategorilerden “Bilinen fast food türleri” kategorisine ilişkin kategori, alt kategori ve kodlar Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3: “Bilinen fast food türleri” kategorisine ilişkin bulgular

Ana kategori	Alt Kategori	Kodlar	n	%	Örnek Cevaplar
Bilinen fast food türleri	En çok bilinenler	Hamburger	14	%93	“...hamburger, döner, köfte...” (K7)
		Pizza	11	%73	"Genellikle pizza, hamburger, sandviç gibi yiyecekleri fast food olarak biliyorum..." (K14)
		Döner	9	%60	““... pizza, döner, köfte...” (K9)
		Sandviç	6	%40	“... pizza, tantuni, dürüm...” (K8)
		Tost	6	%40	“... tost, döner, hamburger, pizza...” (K13)
	Daha az bilinenler	Kokoreç	5	%33	“... döner, kokoreç, pizza...” (K4)
		Köfte	5	%33	“... köfte, lahmacun, pide...” (K2)
		Dürüm	3	%20	““... hamburger, dürüm, köfte...” (K8)(K5)
		Kızarmış tavuk	3	%20	“...pide, yağda kızaran tavuk ürünleri, pizza, tost, kumru.” (K5)
		Patates kızartması	3	%20	“...patates kızartması, köfte, döner...” (K1)
	Diğer	Pide	2	%13	“...pide, yağda kızaran tavuk ürünleri, pizza, tost, kumru.” (K5)
		Lahmacun	2	%13	“... köfte, lahmacun, pide...” (K2)
		Tantuni	1	%7	“...tost, hamburger, pizza, tantuni, dürüm, kokoreç vs..” (K8)
		Makarna	1	%7	“... pizza, makarna, hamburger...” (K12)
		Çiğköfte	1	%7	“... pizza, çiğköfte, tost...” (K11)
		Kumru	1	%7	“...pide, yağda kızaran tavuk ürünleri, pizza, tost, kumru.” (K5)

Tablo 3 incelendiğinde hem fast food hem slow food restoranına gelen katılımcıların bildikleri fast food (hızlı yemek) türleri ile ilgili görüşleri incelendiğinde “Bilinen fast food türleri” teması oluşturulmuş; bu temanın en çok bilinen, daha az bilinen ve diğer kategorilerini içeren üç alt kategori ile onaltı koddan oluştuğu görülmektedir. Bulgulara göre katılımcıların fast food (hızlı yemek) türleri ile ilgili çeşitli görüşleri bulunmaktadır. Örneğin; hamburger, pizza, döner, sandiç, tost en çok bilinen fast food türleri arasındadır (Tablo 3). Ayrıca bulgular incelendiğinde pide’ nin de fast food olarak belirtildiği görülmüştür. Oysaki Aydemir ve Özdemir (2014) yaptıkları çalışmada pidenin yöreye özgü çeşitlerinin olduğunu ve yöreye ait pidenin yavaş yemek kapsamında değerlendirilmesinden festival ile tanıtılmasının öneminden ve üretim süreçlerinin de tanıtılmasının öneminden söz eder. Bu durumda slow food uygulamaları ile yapım süreçlerinin ve bu yemeklerin bilinirliğinin artırılması için daha çok etkinlik, çeşitli tanıtım günleri, festivaller düzenlenmelidir. Araştırmaya katılanların “Fast food tercih nedenleri” kategorisine ilişkin bulguları Tablo 4’te sunulmaktadır.

Tablo 4: “Fast food tercih nedenleri” kategorisine ilişkin bulgular

Ti	Alt Kategori	Kodlar	n	%	Örnek Cevaplar
Fast food tercih nedenleri	Genel	Kısa hazırlanma süresi	12	%93	“... yoğun olduğum zamanlarda, hızlıca bir şeyler yemek zorunda kaldığımda fast food kaçınılmaz oluyor.” (K15)
		Tadının Hitap Etmesi	6	%40	“Tadı bana hitap ettiği için tercih ederim.” (K3)
		Sevdiğim İçin	6	%40	“Sevdiğim için fast food yerim” (K9)
		Kokusunun Hitap Etmesi	3	%20	“Kokusu bana hitap ediyor” (K8)
		Sunum	3	%20	“...temiz hazırlanışı hijyenli sunumu önemlidir.” (K6)
		Düşük fiyat	5	%33	“düşük fiyatlıdır (K2)
	Sağlık	Sağlıksız bulma	5	%33	“Fast food’u sağlıksız buluyorum.” (K10)
		Sağlıklı bulma	2	%13	“...fast food'un sağlık açısından riskli olduğunu da biliyorum.”(K14)
		Diğer	1	%7	“Sağlıksız gibi görünse dahi tümü öyle değildir.” (K1)

Tablo 4 incelendiğinde hem fast food hem slow food restoranına gelen katılımcıların bildikleri fast food (hızlı yemek) tercih nedenleri ile ilgili görüşleri incelendiğinde “Fast food tercih nedenleri” teması oluşturulmuş; bu temanın genel ve sağlık kategorilerini içeren iki alt kategori ile dokuz koddan oluştuğu görülmektedir. Bulgulara göre katılımcılar, fast food (hızlı yemek)’ği en çok kısa hazırlanma süresi nedeniyle tercih ettiklerini bildirmişlerdir. Özgürel ve Avcıkurt (2018) ise yavaş yemek algısını turist perspektifinden inceledikleri çalışmasında, katılımcıların servis açısından fast food (hızlı yemek)’a göre zaman açısından bir sorun olarak görülmediği için slow food tercih edildiğini bildirmiştir. Bu bulgular, yemek tercihlerinin farklı motivasyonlardan etkilenen karmaşık yapısını ortaya koymaktadır. Kısıtlı zamana sahip bireyler için fast food daha cazip seçenekler sunarken slow food daha çok deneyime dayanan bir alternatif olarak karşımıza çıkmaktadır (Dias, Almeida ve Hemsworth, 2023). Katılımcıların, ayrıca fast food yemeğin tadının kendilerine hitap etmesi ve bu yiyecekleri sevdiğikleri için tercih ettikleri görülmektedir (Tablo 4). Ayrıca bulgular incelendiğinde fast food’un sağlıksız olarak belirtildiği oran yüksek olsa da bazı katılımcılar sağlıklı bulmaktadır. Bu bulgular ışığında fast food tercihlerinin bireylerin zaman, tat, koku, sunum, fiyat, sağlık gibi çeşitli faktörlerden etkilendiği söylenebilir. Araştırmaya katılanların “Bilinen yavaş yemek türleri” kategorisine ilişkin bulguları Tablo 5’te sunulmaktadır.

Tablo 5: “Bilinen yavaş yemek türleri” kategorisine ilişkin bulgular

Ana kategori	Kodlar	n	%	Örnek Cevaplar
Bilinen yavaş yemek türleri	Keşkek	9	%60	“... kavurma, keşkek...” (K4)
	Zeytinyağlılar	5	%33	“...zeytinyağlı enginar, keşkek, salçasız nohut...” (K5)
	Karniyarik	4	%40	“Kuru fasulye, nohut, karniyarik...” (K13)
	Kavurma	4	%27	“Keşkek, köfte, kavurma...” (K12)
	Kuru Fasulye	4	%27	“...kuru fasulye, nohut...” (K8)
	Nohut	4	%27	“...keşkek, salçasız nohut...” (K5)
	Sarma	3	%20	“...keşkek, sarma...” (K7)
	Mantı	3	%20	“mantı, köfte...”(K10)
	Tandır	2	%13	“...kuru fasulye, nohut, tandır...” (K8)
	Köfte	2	%13	“Keşkek, köfte, kavurma...” (K12)

Tablo 5 incelendiğinde hem fast food hem slow food restoranına gelen katılımcıların bildikleri slow food (yavaş yemek) türleri ile ilgili görüşleri incelendiğinde “Bilinen slow food türleri” teması oluşturulmuş; bu temanın en çok bilinen on yemek kodları görülmektedir. Bulgulara göre katılımcıların slow food (yavaş yemek) türleri ile ilgili çeşitli görüşleri bulunmaktadır. Örneğin; keşkek, zeytinyağlılar en çok bilinen slow food türleri arasında yer almakta, en az bilinenler arasında ise köfte bulunmaktadır (Tablo 5). Ayrıca bulgular incelendiğinde köfte’ nin hem fast food hem slow food olarak belirtildiği görülmüştür. Bu bulgu, köfte’nin ya da yemeklerin farklı bağlamlarda değerlendirilmesi nedeniyle slow food’un bireyler tarafından bilinirliği, algılanması ve tanıtılması üzerine çaba gösterilmesinin önemini göstermektedir. Bu durumda slow food uygulamaları ile yiyeceklerin yapım süreçlerinin ve özelliklerinin tanıtılması yararlı olacaktır. Araştırmaya katılanların “Slow food tercih nedenleri” kategorisine ilişkin bulguları Tablo 6’da sunulmaktadır.

Tablo 6: “Yavaş yemek tercih nedenleri” kategorisine ilişkin bulgular” kategorisine ilişkin bulgular

Ana kategori	Alt Kategori	Kodlar	n	%	Örnek Cevaplar
Yavaş yemek tercih nedenleri	Genel	Tadının hitap etmesi	13	%87	“... tadı bana hitap ettiği için tercih ederim.” (K12)
		Sağlıklı bulma	13	%87	“Yerel yemekleri sağlıklı bulurum.” (K3)
		Taze yerel malzemelerin kullanımı	11	%73	“Yerel yemekler taze yerli malzemelerle yapılır” (K2)
		Sevdiğim için	11	%73	“Yerel yemekleri seviyorum” (K9)
		Sunum	8	%53	“...temiz hazırlanışı hijyenli sunumu önemlidir.” (K6)
		Kokusunun hitap etmesi	5	%33	“...kokusu bana hitap ediyö.”(K11)
		Korunan tarım alanlarından malzemesi temin edildiği için	4	%27	“Yerel yemeklerde malzemelerin korunan alanlardan temin edilmesi...(K6)
		Kısa hazırlanma süresi	3	%20	“hazırlık süresi kısa olduğu için...”(K2)
		Düşük fiyat	2	%13	“düşük fiyatlıdır (K2)
	Kültürel	Otantiklik	8	%53	“otantik buluyorum.” (K9)
		Yöreyle ait olması	7	%47	“... seçme nedenlerim genellikle lezzet ve otantiklik oluyor.”(K14)
		Geleneksel yemek olması	5	%33	“Genellikle yerel yemeklerde geleneksel olması tercih nedenidir.” (K15)

Tablo 6 incelendiğinde katılımcıların bildikleri slow food (yavaş yemek) tercih nedenleri ile ilgili görüşleri incelendiğinde “Slow food tercih nedenleri” teması oluşturulmuş; bu temanın genel ve kültürel kategorilerini içeren iki alt kategori ile oniki koddan oluştuğu görülmektedir. Bulgulara göre katılımcılar, slow food (yavaş yemek)’ği en çok tadının hitap etmesi ve sağlıklı bulmaları nedeniyle tercih ettiklerini bildirmişlerdir. Bu bulgular slow food’un tat gibi hoş bir deneyimin yanı sıra sağlık için de önemli bir besin kaynağı olarak tercih edildiğini göstermektedir. Hatta devam eden süreçte yiyeceklerin ihtiyaçtan çok bir kişinin sağlığına katkıda bulunan besinler olarak daha fazla değeri göreceği tartışılmaktadır (Dias, Almeida ve Hemsworth, 2023). Katılımcılar için ayrıca slow food yemeğinin tercih nedenleri arasında otantiklik, yöreye ait olma ve geleneksel yemekler olması gibi kültürel özellikler de yer almaktadır. Benzer olarak Huang, Chen ve Ramos (2022) de çalışmasında turistlerin yavaş yemek deneyimlerini önemli ölçüde otantiklikten etkilediğini belirtmiştir. Tablo 5 ve 6’daki bilinen slow food ve tercih nedenlerine bakıldığında slow food yiyeceklerin Türk mutfakı ile örtüştüğü söylenebilir (Yumusak, Yılmaz, Deligönül ve Çavuşgil, 2023). Araştırmaya katılanların restoranlara gitmeden önce “Yemeklerin özellikleri hakkında önceden bilgi sahibi olma” kategorisine ilişkin bulguları Tablo 7’de sunulmaktadır.

Tablo 7: “Yemeklerin özellikleri hakkında önceden bilgi sahibi olma” kategorisine ilişkin bulgular

Ana kategori	Kodlar	n	%	Örnek Yorumlar
Önceden bilgi sahibi olma	Evet, bilgim var	15	%100	“Genelde bildiğim yemekleri yerim.” (K13) “Büyük oranda biliyorum” (K12)
	Hayır, yok	0	%0	

Tablo 7 incelendiğinde katılımcılar, slow food (yavaş yemek) ve fast food yemekleri hakkında restorana gitmeden önce bilgi sahibi olduklarını bildirmişlerdir. Bu yemeklerin restorana gelmeden önce önemli görülen özellikleri de katılımcılara sorulmuş ve elde edilen bulgulara göre “Restoran tercihinde restorana gelmeden önce yemeklerin önemli görülen özellikleri” kategorisine ait bulgular Tablo 8’de sunulmuştur.

Tablo 8: “Restoran tercihinde restorana gelmeden önce yemeklerin önemli görülen özellikleri” kategorisine ilişkin bulgular

Ana kategori	Alt Kategori	Kodlar	n	%	Örnek Cevaplar
Restoran tercihinde önemli görülen özellikler	Yemek ile ilgili özellikler	Hazırlanışı	4	%27	“...yemeklerin hazırlanış şekli ve kullanılan malzemeler benim için önemli.” (K14)
		Taze malzemeler	4	%27	“Hazırlanışı, hijyen, temiz malzeme....” (K3)
		Kalite	2	%13	“Temizlik, kalite, güler yüz, anlayış...” (K2)
		Lezzet	2	%13	“ Yemeğin lezzetli olması benim için birinci sırada ” (K15)
		Sunum	2	%13	“...temiz hazırlanışı hijyenli sunumu önemlidir.” (K6)
		Organik malzemeler	1	%7	“Özenle hazırlanması, organik malzemeler, sunuş şekli... (K4)
		Diğer	1	%7	“Sevdiğim sebze ve meyvelerden yapılmışsa tercih ederim” (K3)
	Restoran ile ilgili özellikler	Temizlik / Hijyen	5	%33	“Temizlik, hijyen, sunum, kaliteli malzeme kullanımı...” (K9)
		Sunum sırası olumlu davranışlar	5	%33	“Temizlik, kalite, güler yüz, anlayış...” (K2)

Tablo 8 incelendiğinde katılımcıların restorana gelmeden önce edindikleri ve tercihlerinde etkili olduğu söylenebilecek özellikler “Restoran tercihinde önemli görülen özellikler” ana teması altında yemeklerle ilgili ve restoran ile ilgili özellikler olarak iki alt kategori ve dokuz alt kod oluşturularak değerlendirilebilir. Bulgulara göre katılımcılar, restoran tercihinde sunulan slow food (yavaş yemek)’ğin en çok hazırlanışı ve taze malzemelerin kullanılması özelliklerinden dolayı tercih ettiklerini bildirmişlerdir. Ayrıca restoran tercihinde temizlik/hijyen ile sunum sırasında gösterilen olumlu davranışlar da etkili olmaktadır. Bu bulgular daha iyi bir slow food deneyimin yaşanması için restoranların temizlik ve hijyen konularına dikkat etmeleri, güler yüzlü, kaliteli yemeklerin sunulduğu bir ortam sağlanmasının önemini ortaya koymaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma ile elde edilen bulgular slow food ve fast food ile ilgili algıların müşteriler gözünden değerlendirilerek restoranlarda slow food tercihlerinin nelerden etkilendiğini ortaya koymak için tasarlanmıştır. Bulgular incelendiğinde, slow food ve fast food ile ilgili çeşitli görüşler bildirilmiş, özellikle restoran tercihinde yemeklerin hazırlanış şekli, taze, kaliteli ve lezzetli malzemelerin kullanılması ön plana çıkmaktadır. Diğer yandan slow food olarak değerlendirilen yiyeceklerin sağlıklı bulunması da slow food felsefesinin lezzetli, çeşitli, otantik, doğal, sağlıklı “iyi” gıda ve “temiz” gıda felsefesiyle uyumludur. Bu durumda slow food yanında fast food ürünler de sunan restoranlara gelen katılımcıların görüşlerinin daha çok slow food felsefesiyle örtüştüğü söylenebilir. Bu durumda, slow food akımına sakin şehir bölgelerinin dışında da yerel değerlerin, otantikliğin, sağlığın ön planda olduğu girişimlerde daha fazla yer verilmelidir.

Katılımcılar, fast food'u yüksek oranda sağlıksız olarak belirtse de bazı katılımcılar sağlıklı bulmaktadır. Bu bulgular, slow food ve fast food tercihlerinin bireylerin zaman, tat, koku, sunum, fiyat, sağlık gibi çeşitli faktörlerden etkilendiğini göstermektedir. Bu nedenle bu çalışmanın kapsamı genişletilerek çeşitli katılımcı gruplarıyla tercihler ve diğer faktörler (çevre bilinci, yaşam kalitesi, değer...vb.) ile nasıl şekillendiği araştırılabilir. Katılımcıların slow food (yavaş yemek) türleri ile ilgili çeşitli görüşleri incelendiğinde, keşkek, zeytinyağlılar en çok bilinen slow food türleri arasında yer aldığı görülmektedir. Bu durum, slow food bilirliliğinin bir avatajı olarak planlanan yeni girişimlerde müşterilerin tercih etmeleri için kullanılabilir. Ayrıca katılımcıların köfte' nin hem fast food hem slow food olarak bildirmesi ilişkin bulgular köfte'nin ya da yemeklerin farklı bağlamlarda değerlendirilmesi nedeniyle slow food'un bireyler tarafından algılanması ve tanıtılması üzerine daha fazla çaba gösterilmesinin önemini vurgular (Tablo 5).

Çalışmadan elde edilen sonuçlar slow food hareketini benimseyen mevcut restoranlar ile yeni girişimlere fikir verecektir. Bu hareketi benimsemek isteyen yerel yönetimler için konuyla ilgili müşteri görüşlerin uygulanabilirliği konusunda araştırma yapılan yerelerin de bir bakış açısı kazanmasına katkıda bulunabilir. Slow food çerçevesinde yerel değerlerin korunması, tanıtılması ve geliştirilmesi ve ekonomik değere dönüştürülmesi için yerel yönetimler konuya ilişkin festival, tanıtım günleri ve yeni girişimlere destek vermelidir. Bu çalışma, yavaş yemek uzantılı yavaş şehir bölgesi dışındaki durumu ortaya koymakta ve böylece yavaş yemek uygulamalarına yönelik yiyecek-içecek girişimcilerinin mevcut durumlarının değerlendirilmesine olanak sağlaması için de yararlı olacaktır (Aydemir ve Özdemir, 2014). Bu girişimler ile slow food bilincinin ve talebinin artması sağlanarak ekonomik değer katılan yerel/geleneksel ürünlerin sürdürülebilirliği sağlanmış olacaktır. Slow food gibi bir alternatif turizm kaynağı kullanılarak girişim yapılan bölgenin gastronomi turizmi ön plana çıkarılarak geliştirilebilir. Ayrıca slow food hareketi bilinci, tanıtımı ve yeni girişimlerle uygulama alanlarının genişletilmesi ile o bölgelerin yerel değerlerinin, geleneksel yemeklerinin korunması ve gelecek nesillere aktarılması, yerel ekonomiyi canlandırabilecek turizm faaliyetleri ile korunan tarım alanlarının artması sağlanabilir.

Ayrıca konu ile ilgilenen araştırmacılara da çeşitli öneriler sınırlılıklar da belirtilerek sunulmuştur. Bu çalışma ile Aydın ili Kuşadası ilçesinde slow food hareketine ilişkin hem fast food hem de slow food sunan restoran müşterilerinin bakış açıları ile sınırlıdır. Bu nedenle benzer bir çalışma farklı örneklem grupları ile farklı bölgelerde tekrarlanarak sonuçları değerlendirilebilir. Slow Food hareketi ile ortaya çıkacak olan yerel yiyeceklerin üretiminden (tarım, tedarik zinciri vb.) sunum aşamasına (yerel restoranların varlığı, desteklenmesi, sayılarının artması, hizmet kaliteleri, markalaşma stratejileri gibi) pek çok alanda bu hareketin katkılarının değerlendirildiği çeşitli çalışmalar yapılabilir. Nitel bir yöntemle hazırlanmış bu çalışmadan farklı olarak nicel yöntemlerle daha geniş gruplardan toplanan veriler slow food hareketi hakkında daha geniş katkılar sunacaktır.

KAYNAKÇA

- Aydemir, B., & Özdemir, S. S. (2014). Yerel yiyecek-içecek girişimcilerinin yavaş yemek hareketi açısından değerlendirilmesi: Aydın Yenipazar örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9(2), 323-336. <https://hdl.handle.net/20.500.12428/1319>.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Baş, T., & Akturan, U. (2008). *Nitel araştırma yöntemleri-NVivo 7.0 ile nitel veri analizi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Beşcanlar, S. (2014). Aşçılık programı öğrencilerinin "Slow Food" kavramına ilişkin algılarının metaforlar yöntemi ile belirlenmesi. *NEUGastro*, 3(1), Sayfa 62-74. <https://www.researchgate.net/publication/382077207>.
- Buiatti, S. (2011). Food and tourism: the role of the "Slow Food" association. K.L. Sidali et al. (eds.), *In Food, agriculture and tourism: Linking local gastronomy and rural tourism: Interdisciplinary perspectives*, (pp. 92-101). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-11361-1_6.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri (Geliştirilmiş 19. Baskı)*. Ankara: Pagem akademi yayınları.

- Coşkun, C., & Gençer, K. (2024). Slow food konusunda yazılan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Journal of Silk Road Tourism Research*, 4(1), 23-34. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12594422>.
- Dias, R. R., Almeida, A. L., & Hemsworth, K. (2023). Slow tourism and food: The 'Good' principle as Portuguese trend. *Revista Turismo & Desenvolvimento (RT&D)/Journal of Tourism & Development*, (42), 99-117. <https://doi.org/10.34624/rtd.v43i0.33001>.
- Dimitrovski, D., Starčević, S., & Marinković, V. (2021). Which attributes are the most important in the context of the slow food festival?. *Leisure Sciences*, 46(3), 340-358. <https://doi.org/10.1080/01490400.2021.1967234>.
- Frost, W., & Laing, J. (2013). Communicating persuasive messages through slow food festivals. *Journal of Vacation Marketing*, 19(1), 67-74. <https://doi.org/10.1177/1356766712461403>.
- Fusté-Forné, F., & Jamal, T. (2020). Slow food tourism: An ethical microtrend for the Anthropocene. *Journal of Tourism Futures*, 6(3), 227-232. <https://doi.org/10.1108/JTF-10-2019-0120>.
- Güneş, S. G., & Sabur, D. G. (2023). Yerel lezzet turları örneğinde slow food hareketi. *Toros University Journal of Food, Nutrition and Gastronomy*, 2(1), 105-123. <https://doi.org/10.58625/jfng-2090>.
- Huang, T. Y., Chen, J., & Ramos, W. (2022). Food experiences and quality of life: A slow tourism study. *2022 TTRA International Conference*. <https://hdl.handle.net/20.500.14394/49427>.
- Karagöz, Y. (2017). *SPSS ve AMOS uygulamalı nitel- nicel- karma bilimsel araştırma yöntemleri ve yayın etiği*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Özgürel, G., & Avcıkurt, C. (2018). Yavaş Yemek (Slow Food) Hareketinin yerli turistler (akademisyenler) tarafından algılanışı (perception of Slow Food Movement by indigenous tourists-‘academicians’). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(4), 568-587. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.324>.
- Shumka, S., Berberi, E., Kulici, M., Muçaj, S., & Vladi, F. (2022). Assessing the relationship between biodiversity conservation and slow food culture in selected protected areas in Albania. *Biodiversitas: Journal of Biological Diversity*, 23(3), 1319-1326. <https://doi.org/10.13057/biodiv/d230316>.
- Şahin, S. K. (2022). Sakin şehir Akyaka’da slow food akımı kapsamında sürdürülebilir mutfak uygulamasına bir örnek: Adile Teyze’nin Ekşi Mayalı Soğuk Fermente Ekmekleri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(3), 1622-1640. <https://doi.org/10.21325/jotags.2022.1059>.
- Uslu, A., & Karabulut, A. N. (2019). Slow food konseptine uygun restoranlarda, algılanan hizmet kalitesinin, markaya yönelik imaj, güven ve sadakate etkisi: Köyceğiz İlçesini ziyaret eden yabancı turistler üzerinde bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(72), 2166-2181. <https://doi.org/10.17755/esosder.541327>.
- Yağar, F., & Dökme, S. (2018). Niteliksel araştırmaların planlanması: Araştırma soruları, örneklem seçimi, geçerlik ve güvenirlik. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(3), 1-9.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (9. Bs). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, T. (2022). *Küreselleşme, yemek kültüründe değişim ve slow food hareketi: Hatay örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
- Yumusak, T. T., Yılmaz, K. G., Deligonul, S. Z., & Cavusgil, T. (2023). Slow food and the slow food movement: a case study of consumer activism in Türkiye. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 2024, <https://doi.org/10.1108/JHTI-06-2023-0441>.
- Yurtseven, H. R., & Kaya, O. (2011). Slow tourists: A comparative research based on Cittaslow principles. *American International Journal of Contemporary Research*, 1(2), 91-98. <https://doi.org/10.30845/aijcr>.

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE GIDA İSRAFINA YÖNELİK BİR İNCELEME

Ozan ESEN

Dr., Milli Eğitim Bakanlığı

E-posta: ozan.esen@adu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1410-6282

Özet

Gıda israfı, sosyal, ekonomik ve çevresel açıdan geniş kapsamlı sonuçları olan bir sorun olarak nitelendirilmektedir. Misafirlerine yiyecek hizmeti sunan konaklama endüstrisinin de başta gıda atığı olmak üzere önemli miktarda atıktan sorumlu olduğu ortaya konulmuştur. Bu kapsamda araştırma, konaklama işletmelerinde gıda israfı süreçlerinin daha iyi anlaşılmasını sağlamanın yanı sıra gıda israfını en aza indirme fırsatlarını vurgulamayı amaçlamaktadır. Araştırmanın evrenini Kuşadası'nda faaliyet gösteren 5 yıldızlı konaklama işletmelerinin mutfak bölümünün üst yöneticileri (executive ve sous chefler) oluşturmaktadır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşmeler 01 Temmuz-19 Eylül 2024 tarihleri arasında yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, katılımcıların rızası alınarak kayıt altına alınmış ve sonrasında içerik analizi yapılmak üzere deşifre edilmiştir. İçerik analizi sonucunda, konaklama işletmelerinde gıda israfının oluşmasında, uygulanan herşey dahil ve açık büfe sisteminin etkili olduğu tespit edilmiş, gıda israfının genel olarak tüketici kaynaklı olduğu ortaya konulmuştur. Araştırmanın sonuçları doğrultusunda sektöre birtakım öneriler getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Gıda İsrafı, Konaklama İşletmeleri

Abstract

Food waste is described as a problem with far-reaching social, economic and environmental consequences. It has been revealed that the hospitality industry, which provides food services to its guests, is also responsible for a significant amount of waste, especially food waste. In this context, the research aims to provide a better understanding of food waste processes in hospitality businesses as well as highlighting opportunities to minimise food waste. The population of the study consists of the executive and sous chefs of 5-star hospitality businesses operating in Kuşadası. Semi-structured interview technique, one of the qualitative research methods, was used in the study. Interviews were conducted face-to-face between 01 July-19 September, 2024. The interviews were recorded with the consent of the participants and then transcribed for content analysis. As a result of the content analysis, it was revealed that there is an all-inclusive system applied to food waste in hospitality businesses and that food waste is generally consumer-related. In line with the results of the research, some suggestions have been made to the sector.

Keywords: Sustainability, Food Waste, Hospitality Businesses

1.GİRİŞ

Toplumların çevresel konulara yönelik ilgisi arttıkça ülkeler sürdürülebilirlik konularını ele alma ve bu endişeleri gidermek amacıyla davranışlarını değiştirme çabalarını genişletmiştir. Demirbaş (2018), Birleşmiş Milletler (BM)'in ulaşmak istediği sekiz ana hedeften birinin, açlığın giderilmesi ve gıda güvencesinin sağlanması olduğunu vurgulamıştır. Dünya nüfusunun sağlıklı olarak beslenebilmesi için sınırlı olan kaynakların etkin ve verimli bir şekilde kullanılması amacı doğrultusunda tüketim çağında yaşanan gıda israf ve kayıplarının önlenmesi, gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkeleri tehdit eden önemli bir küresel sorun haline gelmiştir (Akmeşe ve İlyasov, 2022; Ekincik ve Şenol, 2023).

Gıda israfı, dünya çapında yetersiz beslenen milyonlarca insan için gıda ve beslenme güvenliğinin sağlanmasının önünde bir engel olarak görülmektedir (Bagherzedah, 2014). Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), dünyada üretilen toplam gıda miktarının %25-33'ünün israf edildiğini ve ekonomik değerinin toplam 990

milyar dolara karşılık geldiğini bildirmektedir. Türkiye İsrar Raporu 2018 yılı verilerine göre, ülkemizde her yıl 26 milyon ton gıda israf olmakta, maddi karşılığı 555 milyar TL'ni geçmekte ve milli gelirinin %15'ine karşılık gelmektedir (Tekiner vd., 2021). Scherhauser vd. (2018) ise Avrupa Birliği'nde her yıl yaklaşık 88 milyon ton gıda israf edildiğini ifade etmişlerdir. Bu ölçüde gıda israfı gerçekleşirken dünya çapında 7,5 milyar insandan 795 milyonunun aç yaşadığı; bu da her dokuz kişiden birinin kronik yetersiz beslenmeden muzdarip olduğu anlamına gelmektedir (Dünya Açlık Haberleri, 2016). FAO'nun Dünya Gıda Güvenliği ve Beslenme Durumu (SOFI) hakkındaki son raporuna göre, açlıktan etkilenen insan sayısı 2020'den bu yana yaklaşık 46 milyon, 2019'dan bu yana ise 150 milyon artarak 2021'de 828 milyona yükselmiştir. Toplamda 3,1 milyar insanın sağlıklı beslenmeye erişimi olmadığı tahmin edilmektedir (FAO, 2022). Kibler vd., (2018) dünyanın her yerinde üretilen gıdaların çoğunun israf edildiğini ve israf edilen gıdalarda kaynak etkisinin büyük olduğunu ifade etmiştir. Her gün büyük miktarda yiyecek çöpe atılırken dünyada açlık sorununun olması ciddi bir çelişki olarak görünmektedir. Bu endişe verici bir konudur; bu nedenle gıda israfının daha iyi bir yaklaşımla ele alınması gerekmektedir (Nguyen, 2018).

2. LİTERATÜR TARAMASI

Gıda atıklarının nasıl tanımlanabileceği ve kategorize edilebileceği konusunda da süregelen bir tartışma bulunmaktadır. Literatürde iki ana terim sıklıkla birbirinin yerine kullanılmaktadır; gıda kaybı ve gıda israfı. FAO (2011) gıda kaybını 'insan tüketimine yönelik, sonuçta insanlar tarafından yenmeyen, besin değeri, ekonomik değeri veya gıda güvenliğine yansıyan kalitesinde bir azalmaya maruz kalan gıdanın miktarında veya kalitesinde azalma' olarak tanımlamaktadır. FAO (2011) gıda israfını "insan tüketimine uygun olan gıdanın, ihmal sonucu bozulmaya veya son kullanma tarihi geçtikten sonra, tercihe göre atılması veya alternatif (gıda dışı) kullanımı" olarak tanımlamıştır. Flimonau ve Delysia (2019) 'Gıda kaybı' ve 'gıda israfı' terimleri arasındaki temel farkı, gıda kaybı büyük ölçüde kasıtsız bir olayla karakterize edilirken gıda israfı hem kasıtsız hem de kasıtlı insan eylemleri nedeniyle ortaya çıkması olarak nitelendirilmiştir. Genel olarak gıda israfı, gıda tedarik zincirindeki bazı yanlış yönetimler veya yenilebilir öğelerin bilinçli olarak imha edilme kararı nedeniyle ortaya çıkmaktadır. Gıda israfı, büyük ölçüde önlenemez gıda kaybı olarak görülmektedir (Kibler vd., 2018). Bununla birlikte, gıda atıkları genellikle kaliteli ve tüketime uygun olan, ancak çöpe atıldığı için tüketilmeyen gıdalardır. Gıda israfı, genellikle, gıda değer zincirinde perakende ve tüketim aşamalarında gerçekleşmektedir. Bunun nedeni, ihmal veya bilinçli olarak yiyecekleri çöpe atma kararı olabilmektedir (Nguyen, 2018).

Gıda israfının önemli derecede ekonomik, çevresel ve sosyal etkileri bulunmaktadır. Bagherzedah, Inamura ve Jeong (2014), gıda israfının azaltılmasının gıda tedarik zincirinin verimliliğini artırabileceğini ve işletmeler için daha düşük maliyetler ve tüketiciler için daha düşük fiyatlar dahil olmak üzere ekonomik faydalar sağlayabileceğini ifade etmiştir. Sosyal açıdan incelendiğinde FAO'nun Gıda ve Tarım Durumu (2019) raporu, dünyadaki gıdanın yaklaşık %14'ünün (yıllık değeri 400 milyar dolar) hasat edildikten sonra ve mağazalara ulaşmadan önce kaybolmaya devam ettiği; UNEP'in Gıda İsrarı Endeksi Raporu, gıdamızın %17'sinin perakende satış esnasında ve özellikle evlerdeki tüketiciler tarafından israf edildiğini göstermektedir. FAO'nun tahminlerine göre, kaybolan ve israf edilen gıdaların her yıl 1,26 milyar aç insanı doyurabileceği belirtilmektedir (FAO, 2022).

Küresel gıda israfı sorununun büyüklüğü ve karmaşıklığı, onu çevre gündeminin de ön sıralarına taşımıştır (Papargyropoulou vd., 2016). Çevre üzerindeki etkisi açısından değerlendirildiğinde gıda atıkları yalnızca toprak, su ve hava açısından çevreye zarar vermekle kalmaz aynı zamanda sera gazları üretirek iklim değişikliğine de katkıda bulunur ve pestisit ile sızıntı suyundan kaynaklanan toksisiteyi açığa çıkarmaktadır. İklim değişikliği, yeryüzündeki tüm canlıları ve insanlığın geleceğini doğrudan olumsuz etkilediğinden, buna bağlı tüm zararların önüne geçebilmek için öncelikle gıda israfının önlenmesi ve atıkların azaltılması gerekmektedir (Nguyen, 2018; Okumuş, 2024). Kilibarda, Djokovic ve Suzic (2020) ise üretilen gıdanın üçte biri israf olduğundan, toplam ekilebilir alanın üçte biri gereksiz yere yoğun tarıma maruz kalarak toprağın bozulmasına yol açtığını ifade etmektedir. Ayrıca gübre üretiminden, üretilen gıdanın taşınmasına kadar gıda üretiminin hiçbir aşaması fosil yakıt (petrol) kullanılmadan gerçekleşmeyeceği için gıda israfı iklim değişikliğini de etkilemektedir.

Yukarıda belirtilen etkiler düşünülüğünde, gıda israfının nedenleri, birçok araştırmacı tarafından dikkat çekici bir konu olarak görülmüştür. Girgin vd., (2022) Gökçeada'da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde gerçekleştirdiği araştırmada gıda israfının nedenleri arasında en büyük etkenin tüketicilerin tutum ve davranışları olduğunu vurgulamıştır. Nguyen (2018), gıda üretiminin tahminlerindeki hatalar, bileşen alımının yanlış tahmin edilmesi, aşırı satış, müşteri davranışları ve gıda güvenliği kurallarının, gıda israfının önemli sebepleri arasında yer aldığını belirtmiştir. Amicarelli vd., (2020) ise konaklama işletmelerinde yiyecek israfının, müşterilerin belirli yiyecek maddelerinin nasıl yenileceği konusundaki bilgi eksikliğine ve belirli yiyecek hazırlama türlerine aşına olmamalarına önemli ölçüde bağlı olduğunu ifade etmiştir.

Gıda israfının etkilerinin büyüklüğü düşünülüğünde, gıda israfını azaltma ve önlemeye yönelik stratejilerin geliştirilmesi zorunluluk olmuştur. Etkin bir azaltım için, sektör profesyonellerinin konaklama gıda israfı sorununu çözmenin faydalarını anlaması ve azaltımı engelleyebilecek zorlukları kavraması gereklidir (Flimonau ve Delysia, 2019). Gıda israfını önlemeye yönelik uygulama ve önerilerin oluşturulabilmesi için gıda atıklarının sınıflandırılması esastır. Gıdanın dengesiz üretimi ve bu sektörde iş yürütmenin spesifik ve çeşitli yolları göz önüne alındığında özellikle konaklama sektöründe bu o kadar da basit görülmemektedir. Kesin olan şey, gıda atık yönetiminin, konaklama sektöründeki yönetimin ayrılmaz bir parçası olması gerektiğidir; çünkü öncelikle etkili bir gıda güvenliği yönetim sistemi hem güvenli nihai ürüne hem de gıda atıklarının azaltılmasını sağlayan uygulamaların çoğunun uygulanması için başlangıç noktasıdır (Kilibarda, Djokovic ve Suzic, 2020). Nguyen, (2020) ise gıda israfının daha iyi önlenmesi ve azaltılmasına yönelik önerileri arasında, gıda israfı ölçüm sisteminin uygulanması ve düzenli gıda planı incelemesi, çalışanlar ve müşteriler arasında farkındalığın artırılması, personel eğitimi ve akıllı gıda atıklarının yeniden kullanılması, geri dönüştürülmesi ve kompostlaştırılması gibi farklı yöntemler yer aldığını ortaya koymuştur.

Gıda israfını azaltma konusunda önemli bir unsur ise teknolojidir. Nitekim otelcilik sektöründe teknolojiye yer vermenin önemi göz önüne alındığında birimlerin hem finansman hem de danışmanlık açısından ulusal otoritelerden daha fazla destek alması gerekmektedir. Konuk sayısına ve uyruklarına göre gerekli ham maddelerin miktarlarını tahmin edebilen özel yazılımın tanıtılması önemlidir. Tüketilmeyen gıda ihtiyaçlarının miktarının geleneksel analizlerden daha fazla sınırlandırılması ve dijitalleşme bu konuda gerçek bir çözüm olabilir (Amicarelli vd., 2020). İleri teknolojilerin yaygınlaşması, konaklama sektörü mutfaklarında gıda atıklarının miktarının belirlenmesi, sınıflandırılması, içeriğinin karakterize edilmesi, azaltım önlemlerinin tasarlanmasını kolaylaştıran çeşitli akıllı telefon uygulamalarının geliştirilmesini sağlamıştır (Kilibarda, Djokovic ve Suzic, 2020; Flimonau ve Delysia, 2019). Nguyen (2018) araştırmasında görüşülen kişilerden birinin, ResQ adlı uygulamayı, fazla gıdayı geri kazanmanın ve atılmasını önlemenin yeni potansiyel yollarından biri olarak değerlendirdiğini ifade etmiştir. ResQ, Finlandiya'da gıda atıklarının geri kazanılmasına yönelik yeni bir web tabanlı ve mobil platformdur. ResQ Club, müşterilerin restoran ve kafelerden kalan yiyecekleri satın almalarına yardımcı olan bir aracı olma fikrini ortaya attı. ResQ'nun web sitesi ve mobil uygulaması, müşterilerin gelip atık olabilecek yiyecekleri kurtarabilecekleri yerleri göstermek amacıyla oluşturuldu. Yiyecekleri saklamak için bu çok parlak bir fikirdir çünkü yiyecekler iyi kalitede ve ihtiyacı olan insanlara ucuz fiyatlarla sunulmakta ve bu doğrultuda gıda israfını azaltma anlamda önemli rol oynamaktadır.

Konaklama sektöründeki gıda atıkları, önemli bir toplumsal sorunu temsil etmektedir. Amicarelli vd., (2020) konaklama endüstrisinin, üçte birinden fazlası gıda atığı olmak üzere önemli miktarda atıktan sorumlu olduğunu ifade etmiştir. Konaklama sektöründeki gıda israfı, azaltılması birden fazla paydaşın kararlılığını gerektiren, giderek büyüyen küresel bir sorundur. Siyasi, sosyo-ekonomik ve çevresel önemine rağmen, konaklama sektöründeki gıda israfı konusu, özellikle endüstri profesyonellerinin bakış açısıyla, akademik olarak yeterince incelenmemektedir. Bu durum, politika yapıcılar, uygulayıcılar, akademisyenler ve tüketiciler tarafından konaklama gıda israfı sorununun gerçek boyutunun anlaşılmasını engellemekte ve etkili azaltım önlemlerinin tasarlanmasını engellemektedir (Filimonau ve Delysia, 2019). Bu nedenle konaklama sektöründeki yönetimin, bu israfı önleyecek veya azaltacak uygulama ve prosedürleri

oluşturmak ve sağlamak için gıda israfının oluşma nedenlerini belirlemesi ve tanımlaması önemlidir (Kilibarda, Djokovic ve Suzic, 2020).

Gıda israfının azaltılması önemli bir sürdürülebilirlik ve ekonomik sorunu temsil etmekte ve dünya çapındaki araştırmacılar, kuruluşlar ve hükümetler tarafından etkin bir şekilde incelenmektedir (Alsuwaidi, Eid ve Agag, 2020). Modern toplumun sorunu haline gelen gıda israfı sorununu çözmenin tek yolu, gıda zincirinin her yerinde ortaya çıkmasının nedenlerini anlamak, belirlemek ve oluşumuna katkıda bulunan spesifik sektörleri belirlemektir (Kilibarda, Djokovic ve Suzic, 2020). Bu kapsamda araştırmanın amacı konaklama işletmelerinde gıda israfı süreçlerini detaylı bir şekilde inceleyerek, gıda israfını önlemek için gerekli stratejileri ortaya koymaktır.

3.YÖNTEM

Bu çalışmanın keşifsel amacı göz önüne alındığında, araştırmada nitel bir çerçeve benimsenmiştir. Temel amaç, konaklama işletmelerinde gıda üretim süreci sorumluluğunun verildiği executive ve sous cheflerin perspektifinden gıda israfına ait bilgileri ortaya çıkarmaktır (Goh, 2019).

3.1. Çalışma Grubu

Nitel araştırmalarda çalışmaların uygunluğunu değerlendirmek için önceden belirlenmiş bir örneklem büyüklüğü yoktur. Örneklem büyüklüğü için temel koşul, elde edilen verilerde doyuma ulaşmaktır (Baltacı, 2018). Çalışma grubu, olasılıksız örnekleme yönteminden, amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak seçilmiştir. Bu yöntemde, araştırmacının hedefleri doğrultusunda en üst düzeyde bilgiye ulaşmak için evrenden seçim yapılarak örneklem belirlenmektedir (Şimşek, 2018). Mutfak şefleri gıda israfı savaş alanında ön saflarda yer aldığından, gıda israfının nedenlerini onların merceğinden incelemek önemlidir. Bu doğrultuda, araştırmanın çalışma grubunu konaklama işletmelerinde çalışan 5 executive ve sous chef oluşturmaktadır.

3.2. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmanın verileri, nitel araştırma yöntemlerinden en sık kullanılan görüşme tekniğiyle toplanmıştır. Araştırma soruları mevcut literatür taraması sonucunda belirlenmiştir. Katılımcılara sorulan sorular 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik ve mesleki deneyimlerini içeren sorular, ikinci bölümde ise Nguyen, (2018), Ocal (2021); Girgin, Üzümlü, Yılmaz ve Sünnetçioğlu (2022)'nin araştırmalarında kullandığı sorulardan yararlanılmıştır:

1-Gıda israfı neden olmaktadır?

2-Gıda israfına yönelik herhangi bir sayısal veri tutuyormusunuz?

3-Hangi süreçte gıda israfı daha çok olmakta? (tedarik- hazırlık ya da tüketici sonrası)

4-Hangi öğünde gıda israfı daha fazla olmaktadır? Neden?

5-En çok hangi ürünlerde gıda israfı olmaktadır? Neden?

6-Gıda israfını önlemek için yapılan uygulamalar nelerdir?

7-Geri dönüşümü yapılan ürünler hangileridir? Geri dönüştüremeyen yemek atıklarınızı nasıl bertaraf ediyorsunuz?

Görüşmeler 1 Temmuz 2024 – 19 Eylül 2024 tarihleri arasında gerçekleşmiştir. Katılımcılardan öncesinde randevu alınmış ve belirlenen zamanda yüz yüze görüşülmüştür. Görüşmeler ortalama 15 dakika sürmüştür. Görüşmeler katılımcıların bilgisi dahilinde kayıt altına alınmış ve sonrasında deşifre edilmek üzere Word programına aktarılmıştır. Verilerin analizi için içerik analizi uygulanmıştır.

Çalışmada geçerlilik ve güvenilirliği sağlamak amacı ile amaçlı örnekleme ve derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş, görüşme sonrasında katılımcı teyitleri yapılmış ve katılımcılardan doğrudan alıntılar

sunulmuş, kodlamalar farklı araştırmacılarla yapılarak karşılaştırılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Bununla birlikte çalışmanın bazı sınırlılıkları mevcuttur. Bu çalışma yalnızca Kuşadası ilçesinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı konaklama işletmeleri ve mutfak şeflerinin görüşleri ile sınırlandırılmıştır.

4.BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu araştırmanın amacı konaklama işletmelerinde, gıda üretimi sürecinin sorumlusu olarak nitelendirilen executive ve sous cheflerinin (aşçıbaşı ve aşçıbaşı yardımcısı) görüşleri doğrultusunda gıda israfının sebeplerini tespit ederek, gıda israfını önlemeye yönelik stratejileri ortaya koymaktır. Bu kapsamda, Kuşadası'nda 5-yıldızlı 5 otelin executive ve sous chefleri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın bu bölümünde gıda israfı süreçlerine ilişkin görüşmelerden elde edilen bulgular sunulmuştur.

Araştırmanın amaçları doğrultusunda konaklama işletmelerinde üç öğünde toplamda yaklaşık olarak 350-360 farklı yiyeceğin müşterilere sunulduğu belirlenmiştir. Öğle ve akşam yemeklerine nispeten kahvaltı büfesinde daha az yiyecek sunulduğu tespit edilmiştir. Uygulanan her şey dahil sisteminin kahvaltı, öğle ve akşam öğünlerinin çeşitliliğinin artırılmasının sebebi olduğu belirtilmektedir. Özellikle akşam yemeğinde büfede sunulan yiyeceklerinin zenginleştirilmesinin müşteri memnuniyetinde önemli rol oynadığı belirtilmektedir.

Araştırmada, gıda israfının genellikle tüketici kaynaklı olduğu ortaya konulmuştur. Tüketicilerin bilinçsizliği ve doyumsuzluğu gıda israfının en önemli belirleyicileri olarak nitelendirilmiştir. Her şey dahil sistemi müşterilerin gıda israfını tetikleyen önemli bir etken olarak dile getirilmektedir. Müşteri memnuniyeti doğrultusunda her şey dahil sisteminde nicelik açısından birçok ürün koyma zorunluluğu olduğunu ve bu durumun gıda israfının meydana gelmesine yol açtığı vurgulanmıştır. Bu veriyle bağlantılı olarak gıda israfının en çok tüketici sonrası sürecinde olduğu ortaya konulmuştur.

Araştırmanın gerçekleştirildiği konaklama işletmelerinin bazılarında gıda atığına ilişkin sayısal veri kayıtları tutulurken, bazı konaklama işletmelerinde gıda atığına ilişkin sayısal verilerin kaydedilmediği bulgusuna ulaşılmıştır. Gıda atıklarına ilişkin kayıt tutulan konaklama işletmelerinde sayısal veriler, kalite departmanları sorumluluğunda ortaya konulmuştur. Bu doğrultuda, sayısal veriler incelendiğinde konaklama işletmelerinin ciddi miktarda gıda atığı ürettiği belirlenmiştir.

Gıda israfı öğünler açısından değerlendirildiğinde en çok israfın akşam yemekleri sonrasında olduğu tespit edilmiştir. Bunun nedeninin ise sayısal olarak en fazla yiyeceğin akşam yemeğinde sunulması ile bağlantılı olduğu belirtilmektedir. Mutfak departmanı üst yöneticiler, akşam yemeğinde sunulan yiyeceklerin müşterilerinin memnuniyeti açısından önemli olduğunu vurgulamışlardır. Akşam yemeği içeriğinin zengin olmaması halinde müşteri memnuniyetsizliğinin olduğu ve bu duruma bağlı olarak yönetimsel sorunların ortaya çıktığı belirtilmiştir.

Araştırma kapsamında en çok israf edilen ürünler değerlendirildiğinde büfede yer alan meze ve salata türü yiyeceklerin ön sıralarda yer aldığı görülmektedir. Müşterilerin yiyeceklerle ilgili bilgi sahibi olmamasının yukarıda ifade edilen yiyeceklerle ilgili israfın oluşmasında etkili olduğu ifade edilmektedir. En az israf olan yiyeceklerin ise kırmızı et ve beyaz et türü yiyeceklerin olduğu görülmektedir.

Konaklama işletmelerinin gıda israfını önleme konusunda farklı uygulamalar gerçekleştirdikleri görülmektedir. Yemeklerin ustalar tarafından misafirlere dağıtılması bunlardan biridir. Bu kapsamda her büfede bir personelin müşterilere hizmet vermesinin gıda israfını azaltacağını ancak çalışan yetersizliği sebebiyle bu uygulamayı yapamadıkları tespit edilmiştir. Bu kapsamda uygulanan diğer stratejiler ise atıkların ayrıştırılması, servis tabakların ve porsiyonlarının küçültülmesi, ön büro departmanından gelen forecast raporlarına bağlı olarak yiyecek üretiminin planlanması, geri dönüşüm yoluyla farklı ürünler geliştirme, personel ve tüketicilere yönelik bilgilendirmeler yapılması, kalan yiyeceklerin özellikle gece shiftinde çalışanlara verilmesidir.

Gıda israfını azaltmanın önemli araçlarından birisi geri dönüşüm uygulamalarıdır. Buna istinaden, konaklama işletmelerinin uyguladıkları yöntemler bulunmaktadır. Bu kapsamda en çok kullanılan

ürünlerin kırmızı ve beyaz etler ile bayat ekmekler olduğu bildirilmiştir. Ancak, kırmızı ve beyaz etlerin soslu sunulması halinde geri dönüşüm olanaklarının azaldığı ortaya koyulmuştur. Bununla birlikte bayat ekmeklerin kruton ekmeklere dönüştürülerek çorbalarda, tatlılarda kullanıldığı belirtilmiştir. Bayat ekmekler, aynı zamanda galeta ununa dönüştürülerek et ürünlerinde paneleme harcı olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca, sulu yemek ve meze türü yiyeceklerin dönüştürülemediği tespit edilmiştir. Geri dönüştürülemeyen ürünler, ayrıştırılarak hayvan barınaklarına gönderilmekte veya kompost makinesinde gübreye dönüştürülmeye çalışılmaktadır.

5.SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma, konaklama sektöründe sürdürülebilir tüketimi teşvik etmeyi planlayan uygulayıcılar ve turizm yönetiminden sorumlu yetkililer için bazı önemli çıkarımlar sunmaktadır. Bu doğrultuda, konaklama sektöründeki gıda israfının araştırılmasına yönelik kavramsal bir çerçeve önermektedir. Kavramsal çerçeve, gıda israfı oluşum süreçlerinin açıklanmasına ve bunun ana etkenlerinin belirlenmesine yardımcı olabilir. Çalışmanın, mutfak departmanı üst yöneticilerinin perspektifinden yürütülmesinin konaklama işletmelerinde gıda israfının altında yatan nedenleri anlamaya yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında, tüketiciler, gıda israfının önemli unsuru olarak değerlendirilmektedir. “Müşteri her zaman haklıdır” düşüncesinin yol açtığı hizmet odaklı yaklaşım ve her şey dahil sistemi gıda israfı açısından olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Bu doğrultuda, sayısal çok fazla ürünün açık büfede müşterilere sunulmasının doğal olarak gıda israfını tetiklediği vurgulanmaktadır. Mutfak departmanı üst yöneticileri gıda israfını önlemek için a la carte sistemine geçmenin gerekliliğini belirtmektedir. Kilibarda, Djokovic & Suzic (2019), konaklama sektöründe atılan yiyecek miktarının, hizmet türüne veya restoranın türüne bağlı olduğunu ve gereksiz yiyeceklerin büyük bir kısmının a la carte restoranlardan ziyade büfe tarzı restoranlarda olduğuna dair araştırmalar bulunduğunu ortaya koymuştur.

Tüketicilerin gıda israfını etkileyen önemli bir faktör olarak görülmesi, gıda israfına ilişkin tüketicilerin farkındalıklarının artırılması çalışmalarına yoğunlaşılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Alsuwaidi Eid ve Agag (2020) çalışmasında israfın azaltılmasına ilişkin kişisel normların, konukların gıda israfını azaltma davranışının önemli bir belirleyicisi olduğunu tespit etmiştir. Bu doğrultuda yöneticilerin, yiyecek israfının etik açıdan yanlış olduğunu misafirlerin zihnine kazımak için reklam kampanyalarından yararlanabileceklerini vurgulamışlardır. Ayrıca yöneticilerin ahlaki norm mesajı içeren kartlar oluşturmak ve bunları misafirlerin odalarına, web sitelerine koymak ve sosyal ağları aracılığıyla yaymak gibi çeşitli stratejilerin de kullanılabileceği belirtilmektedir. (Örneğin, “Enerji tasarrufu ve gıda israfının azaltılması yapılacak doğru şeydir”)

Gıda israfından etkilenen diğer bir paydaş ise personeldir. Otel çalışanları, her gün daha fazla yiyecek israfına tanık olmaktadır. Daha fazla yiyeceğe olan iştah çoğu zaman daha fazla yemek artıklarıyla sonuçlanmaktadır. Sonuçlar, otel çalışanlarının daha iyi müşteri memnuniyeti sağlamak için daha taze malzemeler kullanmak ile yiyecekleri çöpe atmak arasında etik ikilemlerle karşı karşıya olduğunu göstermektedir (Goh, 2019). Gıda israfının azaltılması personel üzerinde olumlu bir etki yaratabilir. Gerçekten de etkileşimli pazarlama yoluyla çalışanlar, konaklamadaki yiyecek israfına ilişkin kamuoyunun farkındalığını artırmak, tüketicileri daha sorumlu yiyecek seçimi konusunda ve önleyici davranışları teşvik etmek için tüketicilerle diyalog kurma konusunda daha iyi bir konumdadır. Gıda israfının en aza indirilmesine yönelik bu operasyonel uygulamaların önemi konusunda eğitim almayan çalışanlar, katılım konusunda isteksiz olabilir (Flimonau, 2019).

Konaklama işletmelerinde gıda israfının genel olarak salata ve meze türü yiyeceklerde yoğunlaştığı görülmektedir. Mezenin, farklı ürünlerden bir araya getirilmesi sebebiyle geri dönüşümü de mümkün olmamaktadır. Buna karşılık, araştırmada, kırmızı ve beyaz etin ise en az israf edilen yiyecekler olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, kırmızı ve beyaz etin geri dönüşümü yapılabilir. Burada dikkat edilmesi gereken en önemli husus ise sostur. Çünkü soslu olarak yapılan kırmızı ve beyaz et tekrar kullanılamamaktadır. Kilibarda, Djokovic & Suzic (2020) sonrası (tabak) gıda atıkların genellikle salata gibi

garnitürlerden (eşliklerden) ve patates, pirinç, makarna ve ekmek gibi nişastalı yiyeceklerden oluştuğunu; ana yemek artıklarının ise nadir olduğunu ortaya koymuştur.

Bu çalışmanın bazı kısıtlılıkları bulunmaktadır. Araştırmanın sadece Kuşadası'nda gerçekleştirilmiş olması önemli bir sınırlılık olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca, bu çalışma, konaklama işletmelerinde gıda israfını mutfak departmanı üst yöneticilerinin perspektifinden incelemektedir. 5 yıldızlı otellerde görev yapan diğer çalışanların örneklem olarak dahil edilmemesi çalışmanın kapsamını sınırlamaktadır. Araştırmada olguları derinlemesine incelemeye olanak sağlaması sebebiyle nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Gıda israfını inceleyecek yeni çalışmalar genelleştirilebilir, sonuçlar üretmek için nicel yöntemleri içerecek araştırmalar yürütülebilir. Ayrıca gelecekteki araştırmalar gıda israfını müşterilerin perspektifinden de incelemeyi düşünebilirler. Gıda israfı ve atıklarına ilişkin istatistiksel verilerin konaklama işletmelerinin kalite departmanlarının sorumluluğunda olması sebebiyle örneklem olarak kalite departmanları yöneticileri ve çalışanları seçilebilir.

KAYNAKÇA

- Akmese, H., & İlyasov, A. K. (2022). Açık büfe servis sisteminde gıda israfı: Rus misafirler üzerine bir inceleme. *Journal of Global Tourism and Technology Research*, 3(1), 1-14.
- Amicarelli, V., Aluculesei, A. C., Lagioia, G., Pamfilie, R., & Bux, C. (2022). How to manage and minimize food waste in the hotel industry: An exploratory research. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 16(1), 152-167.
- Alsuwaidi, M., Eid, R., & Agag, G. (2022). Tackling the complexity of guests' food waste reduction behaviour in the hospitality industry. *Tourism Management Perspectives*, 42, 100963.
- Baltacı, A. (2018). Nitel Araştırmalarda Örneklem Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 239-262.
- Bagherzadeh, M., Inamura, M., & Jeong, H. (2014). Food waste along the food chain.
- Demirbaş, N. (2018). Dünyada ve Türkiye'de gıda israfını önleme çalışmalarının değerlendirilmesi. *VIII. IBANESS Kongreler Serisi, Plovdiv, Bulgaristan*, 21(22), 521-526.
- Ekincek, S., & Şenol, G. (2023). Gastronomi ve mutfak sanatları bölümlerindeki gıda israfı eğitiminin değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(3), 501-520.
- FAO Global Food Losses, and Food Waste. "Study Conducted for the International Congress SAVE FOOD at Interpack2011 Düsseldorf, Germany." *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (2011).
- Filimonau, V., & Delysia, A. (2019). Food waste management in hospitality operations: A critical review. *Tourism management*, 71, 234-245.
- Girgin, C. A., Üzümlü, Ş. N., Yılmaz, E., & Sünnetçioğlu, A. (2022). Yiyecek içecek işletmelerinde gıda israfı. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 744-764.
- Goh, E., & Jie, F. (2019). To waste or not to waste: Exploring motivational factors of Generation Z hospitality employees towards food wastage in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 80, 126-135.
- Kibler, K. M., Reinhart, D., Hawkins, C., Motlagh, A. M., & Wright, J. (2018). Food waste and the food-energy-water nexus: A review of food waste management alternatives. *Waste management*, 74, 52-62.
- Kilibarda, N., Djokovic, F., & Suzic, R. (2019). Food waste management-reducing and managing food waste in hospitality. *Scientific journal "Meat Technology"*, 60(2), 134-142.
- Nguyen, L. (2018). Food waste management in the hospitality industry: case study: Clarion Hotel Helsinki.
- Okumuş, E. (2024). Gıda Atıklarının Yönetimi Ve Değerlendirilmesi. *Journal Of Agriculture, Food And Ecology*, 1(1), 27-32.
- Öcal, D. (2021). *Yiyecek-içecek işletmelerinde gıda israfı üzerine bir araştırma: Kırıkkale örneği* (Master's thesis, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi).

- Papargyropoulou, E., Wright, N., Lozano, R., Steinberger, J., Padfield, R., & Ujang, Z. (2016). Conceptual framework for the study of food waste generation and prevention in the hospitality sector. *Waste management*, 49, 326-336.
- Pirani, S. I., & Arafat, H. A. (2014). Solid waste management in the hospitality industry: A review. *Journal of environmental management*, 146, 320-336.
- Scherhaufer, S., Moates, G., Hartikainen, H., Waldron, K., & Obersteiner, G. (2018). Environmental impacts of food waste in Europe. *Waste management*, 77, 98-113.
- Tekiner, İ. H., Mercan, N. N., Kahraman, A., & Özel, M. (2021). Dünya ve Türkiye’de gıda israfı ve kaybına genel bir bakış. *İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 123-128.

İnternet Kaynakları

<https://www.worldhunger.org/climate-change/> Erişim tarihi: 06/07/2024

<https://www.fao.org/newsroom/detail/FAO-UNEP-agriculture-environment-food-loss-waste-day-2022/en> Erişim tarihi: 19/06/2024

GASTRONOMİ TURİZMİ KONUSUNDA TR DİZİN VERİ TABANINDA YAYINLANAN ARAŞTIRMALARIN ANALİZİ

Özkan DEMİR

Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Türkiye.
ozkan.demir@balikesir.edu.tr Orcid: 0000-0002-7994-2564

İbrahim AKÇA

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Türkiye.
ibrahim.akca@dpu.edu.tr Orcid: 0000-0002-8863-4213

Nur ERTÜRK

Beykoz Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Türkiye. nurerturk@beykoz.edu.tr
Orcid: 0000-0002-3825-3324

Özet

Bu araştırmada 2020-2024 yılları arasında TR Dizin veri tabanında yayınlanan ‘gastronomi turizmi konulu makalelerin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda TR Dizin veri tabanı gelişmiş arama motorunun başlık arama alanına ‘Gastronomi Turizmi’ (Gastronomi AND Turizmi) yazılarak 2020-2024 yılları arasındaki araştırmalar filtrelenmiştir. Araştırmada veriler doküman inceleme yoluyla toplanmış olup, içerik analizi yoluyla analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda 2020-2024 yılları arasında TR Dizin veri tabanında yayınlanmış olan 42 adet gastronomi turizmi konulu araştırmaların 21’inin (%50) Journal of Tourism and Gastronomy Studies dergisinde yayınlandığı, araştırmanın 35’inin araştırma makalesi, 7’sinin ise derleme olduğu belirlenmiştir. Araştırmaların %50’sinin (21 adet) iki yazarlı, %21,4’ünün (9 adet) tek yazarlı olduğu, araştırmalarda kullanılan yöntemin çoğunlukla (%85,7) nitel yöntem olduğu belirlenmiştir. İncelenen araştırmalarda en çok kullanılan anahtar kelimelerin gastronomi turizmi, devamında ise gastronomi olduğu da ulaşılan sonuçlardandır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Turizm, Gastronomi Turizmi, TR Dizin

Analysis Of Research Published In The TR Index Database On Gastronomy Tourism

Abstract

This research aims to examine the articles on gastronomy tourism published in the TR Index database between 2020-2024. For this purpose, research between 2020-2024 was filtered by typing ‘Gastronomy Tourism’ (Gastronomy AND Tourism) in the title search field of the TR Index database advanced search engine. In the research, data were collected through document review and analyzed through content analysis. As a result of the analysis, it was determined that 21 (50%) of the 42 studies on gastronomy tourism published in the TR Index database between 2020 and 2024 were published in the Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 35 of the studies were research articles and 7 were compilations. . It was determined that 50% (21) of the studies had two authors, 21.4% (9) had one author, and the method used in the studies was mostly (85.7%) qualitative. One of the results obtained in the studies examined is that the most used keywords are gastronomy tourism, followed by gastronomy.

Keywords: Gastronomy, Tourism, Gastronomy Tourism, TR Index

1. GİRİŞ

Farklılaşan turizm talepleriyle birlikte farklı turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır. Bu turizm çeşitlerinden biri de gastronomi turizmidir. Gastronomi turizmi hem iç turizm hem de dış turizm kapsamında oldukça önemli bir unsur haline gelmiş ve birçok ülkede acentaların kataloglarında yerini almıştır (Kurnaz, Özdoğan ve Kurnaz, 2017: 112). Turizm ile gastronomi arasındaki bağlantıyı ifade eden gastronomi turizmi (Özdemir ve

Altiner, 2019: 5), turistlerin tatil süreçleri boyunca yerel ve kültürel tatları, kokuları ve dokuları tanımalarına ve yaşamalarına olanak sunup, turistlere benzersiz bir yiyecek içecek deneyimi sağlayan bir turizm çeşididir (Çalışkan, 2013: 41). Gastronomi turizmi, gastronomi ile ilişkili etkinlikleri keşfetmeyi, denemeyi ve bu etkinliklerden keyif almayı amaç edinerek gastronominin kapsamında olan her çeşit bilgiyi öğrenmek ve deneyim kazanmak için belli bir yere yolculuk yapmaktır (Çam ve Çılgınoğlu, 2024: 109). Farklı amaçlarla gidilen destinasyonda herhangi bir işletmede yiyecek içecek tüketimi gastronomi turizmi için yeterli görülmemektedir. Gastronomi turizminde turistlerin birincil veya diğer seyahat amaçları içinde gastronomi etkinliklerinin yer alması ve söz konusu destinasyona ulaşımın ardından bu gastronomi etkinliklerinin bir parçası olmaları ön koşuldur (Çuhadar ve Morçin, 2020: 94). Son yıllarda dünyada hızlı bir gelişim gösteren gastronomi turizmi, turistler için oldukça önemli bir seyahat motivasyonu ve destinasyon tercih sebebi haline gelmiştir. Bu gelişmeler turizm alanındaki araştırmacıların son yıllarda gastronomi turizmi konusuna daha fazla yönelmesine neden olduğu gözlemlenmektedir (Ercan, 2020: 1060).

Bu araştırmada 2020-2024 yılları arasında TR Dizin veri tabanında gastronomi turizmi ile ilgili yayınlanmış araştırmaların incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda TR Dizin veri tabanı arama motorunda 'gastronomi turizmi' aranarak 2020-2024 yılları arasında yayınlanmış olan araştırmalar filtrelenmiştir. Belirlenen gastronomi turizmi konulu makalelerin yayın yılları, yayınlandığı dergiler, yazar sayıları, kullanılan yöntem, anahtar kelimeler açısından nasıl bir dağılım gösterdiği tespit belirlenmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Seyahat deneyiminin vazgeçilmez bir parçası olarak değerlendirilen gastronomi (Sánchez-Cañizares ve López-Guzmán, 2012: 229), içinde barındırdığı bütün bilimsel ve sanatsal unsurlarla yiyecek-içeceklerin tarihsel gelişim süreçlerinden başlayıp bütün özelliklerinin detaylı bir şekilde anlaşılması, uygulanması ve günümüz şartlarına uyarlanması süreçlerini kapsamaktadır (Deveci, Türkmen ve Avcıkurt, 2013: 30; Aksoy ve Sezgi, 2015: 80). Farklı kültürlerin, toplumların ve ülkelerin yemek anlayışlarını, benzerliklerini ve farklılıklarını bir arada görmeye imkan veren gastronomi, aynı zamanda bir bölge veya bir ülkenin yemeklerinin belli bir grup tarafından tüketilmesiyle oluşan deneyimlerin çeşitli faktörlerle tanıtılmasıyla da ilgilenmektedir (Ölmez, Zurnacı ve Bozok, 2017: 398). Moulin (2000: 20), gastronomiyi bir toplumu karakterize eden unsurlardan biri şekline tanımlayıp, gastronominin bir turistik bölgenin çekiciliğinde önemli bir anahtar özelliği temsil ettiğini belirtmiştir.

Yiyecek ve içecek faaliyetlerinin zorunlu ihtiyaçları olması ve turistlerin seyahatleri süresince keyif alma isteği gastronomi değerlerini turizm deneyimlerinin parçası haline getirmiştir. Gastronomi değerlerinin önemli olması aynı zamanda turistler için seyahat tercihlerinin ana sebebini oluşturmakta ve bu durum ise gastronomi turizminin ortaya çıkmasına uygun ortam yaratmaktadır (Küçükkömürler, Şirvan ve Sezgin, 2018: 79). Gastronomi turistlerin yerel kültürü keşfetmesine yardımcı olduğu gibi, farklı yiyecekleri deneyimlemelerine ve satın almalarına da imkan sağlamaktadır. Aynı zamanda gastronomi turistlerin memnuniyetine katkı sağlayıp, turistlerin destinasyon tercihine ve o destinasyonu tekrar ziyaret etmesinde önemli bir unsurdur (Yılmaz, 2017: 172).

Gastronomi turizmi kavramı, yerel ürünleri tatmak veya gastronomi ile ilgili etkinliklere katılmak amacıyla geziyi planlayan turistler ve ziyaretçiler için geçerlidir (Gheorghe, Tudorache ve Nistoreanu, 2014: 12). Sıklıkla yemek turizmi ve mutfak turizmi ile birbirinin yerine kullanılan gastronomi turizmi (Sio, Fraser ve Fredline, 2024: 312), Dünya Turizm Örgütü [UNWTO] tarafından ziyaretçinin seyahat sırasında yiyecek ve ilgili ürün ve faaliyetlerle bağlantılı deneyimiyle karakterize edilen bir turizm faaliyeti türü şeklinde tanımlanmaktadır. Gastronomi turizmi, özel bir yemeği tatmak veya bir yemeğin üretim sürecini görmek motivasyonu ile yöresel veya kırsal alanları, yiyecek üreticilerini, restoranları, yiyecek festivallerini ve özel alanları ziyaret etmektir (Deveci, Türkmen ve Avcıkurt, 2013: 30; Aksoy ve Sezgi, 2015: 81). Gastronomi turizmi sadece yemeklerden ve restoranlardan oluşmamakta, aşçılık okulları, yemek programları, tur operatörleri, şarap ve şarap bağları, bira fabrikaları gibi çok çeşitli oluşumları da içermektedir (Özdemir ve Altiner, 2019: 5). Green ve Dougherty (2008: 150), gastronomi turizmini genel olarak benzersiz ve akılda kalıcı yeme ve içme deneyimlerinin peşinde koşmak şeklinde tanımlayıp aynı zamanda gastronomi

turizminin yerel yemek sistemlerinin turist deneyimiyle birleştirmenin yolunu sağladığını belirtmiştir. Gastronomi turizminin kökleri tarım, kültür ve turizme dayanmaktadır. Her üç bileşen de yemek turizmini bir destinasyonda bir çekim ve deneyim olarak pazarlamak ve konumlandırmak için fırsatlar ve aktiviteler sunmaktadır. Tarım ürünleri; kültür, tarihi ve özgünlüğü; turizm ise altyapıyı ve hizmetleri sağlamaktadır (Du Rand ve Heath, 2006: 209; Birdir ve Akgöl, 2015: 58; Sevimli, Tatlı ve Kızıldemir, 2021: 266). Gastronomi turizmi fiziksel, kültürel, sosyal ve prestij gibi dört farklı motivasyona sahiptir. Fiziksel motivasyon hayatın devamlılığı için yiyeceklerin zorunlu olması ve turistin yaşamak ve seyahat için yemek yemek istemesidir. Kültürel motivasyonda ise turistler belli bir kültürü öğrenmek için yemek yemek istemekte ve lokal ürünler turisti motive eder. Sosyal motivasyon için turistler gastronomi aktivitelerinin içinde aktif olarak yer alırlar. Son olarak turistler prestij için yöreye özgü elde ettiği deneyimi bulunduğu ortamda paylaşarak prestij sağlamaktadır (Küçükkömürler, Şirvan ve Sezgin, 2018: 80).

3. YÖNTEM

Bu araştırmada 2020-2024 yılları arasında TR Dizin veri tabanında yayınlanan '*gastronomi turizmi*' konulu araştırmaların incelenmesini amaçlanmaktadır. Uluslararası standartlara uygun olarak geliştirilen TR Dizin'in kapsamı oluşturulan ulusal bilimsel dergiler, ULAKBİM TR Dizin uzmanları ile ilgili konu alanlarındaki diğer uzman ve akademisyenlerden meydana gelen komiteler tarafından 'Dergi Değerlendirme Kriterleri'ne bağlı olarak seçilmektedir (TR Dizin, 2024). 2019-2024 yılları arasında gastronomi turizmi konusunda yayınlanan bilimsel araştırmalar incelenmesinde doküman analizinden faydalanılmıştır. Doküman incelemesi incelenen konuyla alakalı olay ve olgular hakkında bilgi içeren belgelerin analiz edilmesiyle yeni veriler sağlanması şeklinde tanımlanmaktadır (Karataş, 2015: 72). Doküman analizi, araştırmacının araştırma süreci boyunca veri olarak topladığı dokümanları analiz ettiği veya anlamlarını değerlendirdiği bir yöntemdir. Bu süreç, doküman toplama kararı verilmesinden, analiz sonucunda elde edilen verilerin yorumlanmasına kadar uzanan bir zaman diliminde gerçekleşir (Smulowitz, 2017: 1).

Araştırmada verilerin toplanması sürecinde TR Dizin gelişmiş arama motorunun başlık arama alanına '*Gastronomi Turizmi*' (*Gastronomi AND Turizmi*) yazılarak 2020-2024 yılları arasındaki araştırmalar filtrelenmiştir. 02 Haziran 2024 tarihinde yapılan tarama sonucunda 42 adet açık erişime sahip araştırmaya ulaşılmıştır (TR Dizin, 2024). Araştırmada elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. İçerik analizi, insanların söyledikleri veya yazdıklarının nicelleştirilmesi ve sayısallaştırılması süreci olarak tanımlanabilir. Bu yaklaşımın özünde ise yazılan veya söylenenlerin kategorileştirilmesi ve sıklıklarının belirlenmesi yatmaktadır (Hepkul, 2002: 2). İçerik analizinde elde edilen doküman veya belgeler araştırma yapmak amacıyla üretilmemekte olup, var olan belgeler araştırmadan bağımsız bir şekilde ele alınarak incelenmektedir (Metin ve Ünal, 2022: 276). İçerik analizinde yapılan işlem, birbiriyle ilişkili verilerin belirli kavram ve temalar çerçevesinde bir araya getirilerek, okuyucunun anlayabileceği şekilde düzenlenmesi ve yorumlanmasıdır (Karataş, 2015: 74).

Araştırmada elde edilen içerikler, yıllara göre sayısal değerleri, kullanılan dil, yazar sayısı, sayfa sayısı, araştırma yöntemi ve anahtar kelimeler gibi farklı kriterler doğrultusunda incelenmiştir. Bu doğrultuda araştırma verileri word ve excel dosyalarına kaydedilmiş, gerekli kodlamalar yapıldıktan sonra frekans ve yüzde değerleriyle birlikte tablo ve grafik şeklinde sunulmuştur.

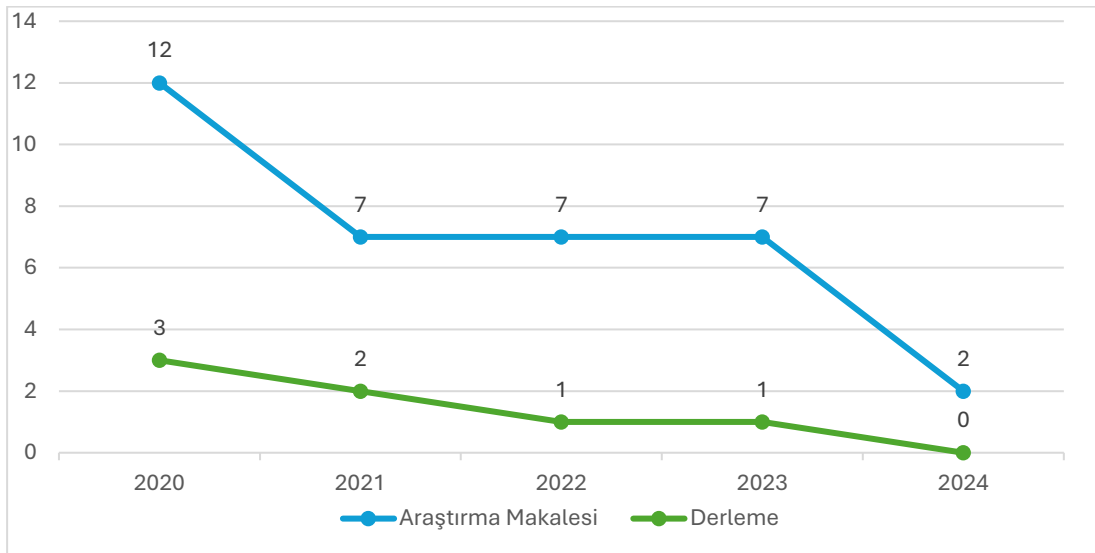
4. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde 2020-2024 yılları arasında TR Dizin veri tabanında gastronomi turizmi ile ilgili yayınlanmış araştırmaların incelenmesi sonucu elde edilen verilerin analizleri neticesinde ortaya çıkan bulgular sunulmuştur.

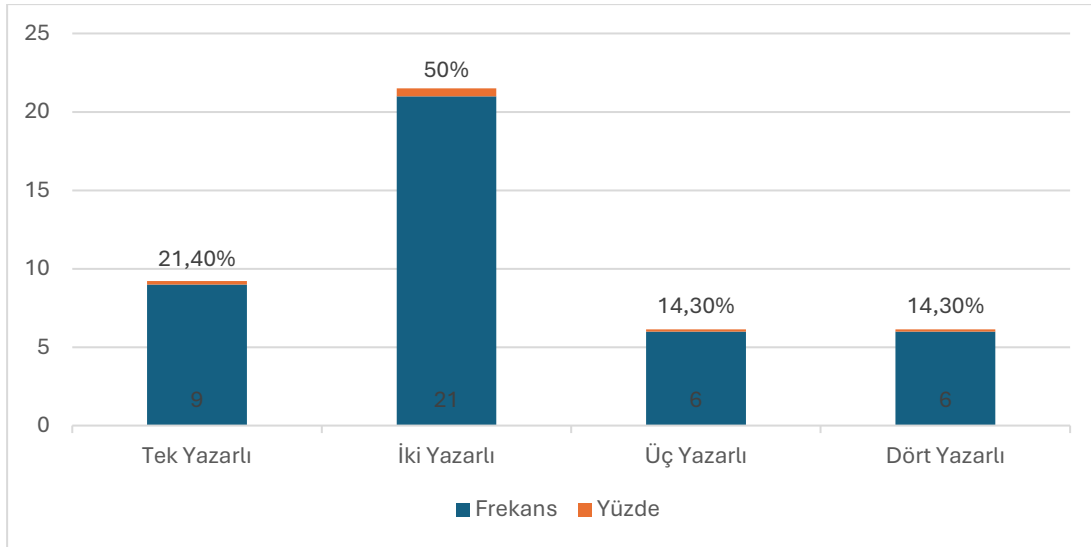
Tablo 6: Araştırmaların Yayınlandığı Dergiler ve Dağılımları

No	Dergi adı	Frekans	Yüzde
1.	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	21	%50
2.	Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel	4	%9,5
3.	Türk Turizm Araştırmaları Dergisi	4	%9,5
4.	Aydın Gastronomy	3	%7,1
5.	Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	3	%7,1
6.	Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi (Online)	3	%7,1
7.	Beykoz Akademi Dergisi	1	%2,4
8.	Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	1	%2,4
9.	Karadeniz İncelemeleri Dergisi	1	%2,4
10.	Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi	1	%2,4
Toplam		42	%100

Tablo 1’de görüldüğü üzere 2020-2024 yılları arasında TR Dizin veri tabanında yayınlanmış olan gastronomi turizmi konulu araştırmaların 21’i (%50) Journal of Tourism and Gastronomy Studies dergisinde yayınlanmıştır. Araştırmalardan 4’ü Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel dergisinde, 4’ü ise Türk Turizm Araştırmaları Dergisi’nde yayınlanmıştır. Aydın Gastronomy, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi ve Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi’nde ise 3’er araştırma yayınlanmıştır. Geriye kalan 4 araştırmanın ise 4 farklı dergide yayınlandığı görülmektedir.

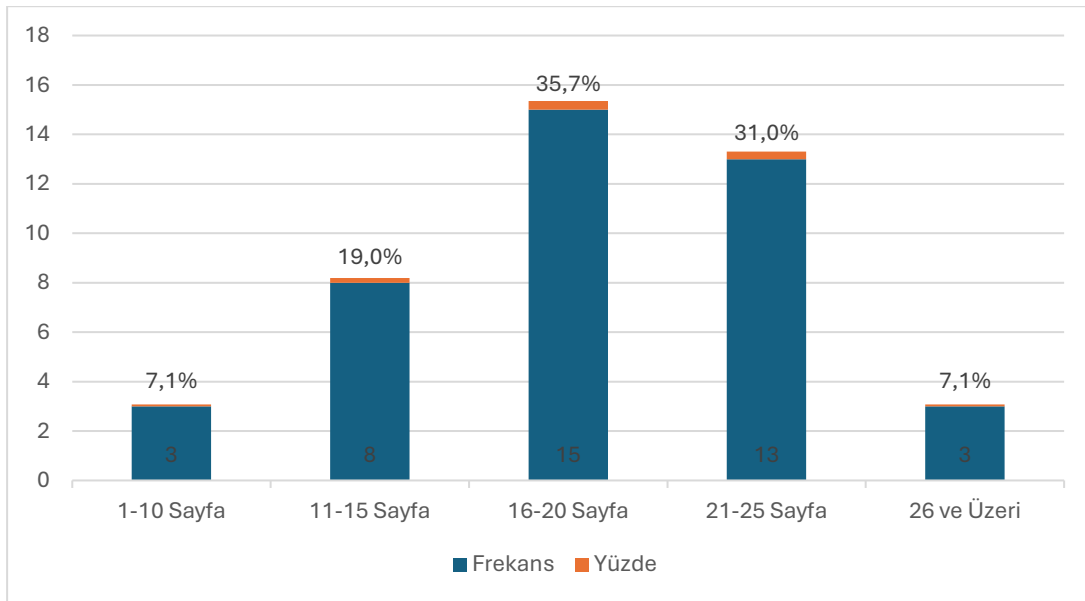
**Şekil 3:** İncelenen Araştırmaların Yayın Türünün Yıllara Göre Değişimi

Şekil 1’de belirtildiği üzere 2020-2024 yılları arasında gastronomi turizmi konulu 42 araştırmanın 35’i araştırma makalesi, 7’si ise derlemedir. Araştırmalar daha çok 2020 yılında yayınlanmış olup toplam 15 araştırmanın 12’si araştırma makalesi, 3’ü ise derlemedir. 2021, 2022 ve 2023 yılında 7’şer adet 2024 yılında ise 2 adet gastronomi turizmi konulu araştırma makalesi yayınlanmıştır. 2021 yılında 2 adet 2022 ve 2023 yılında ise 1’er adet gastronomi turizmi konulu derlemenin yayınlandığı belirlenmiştir.



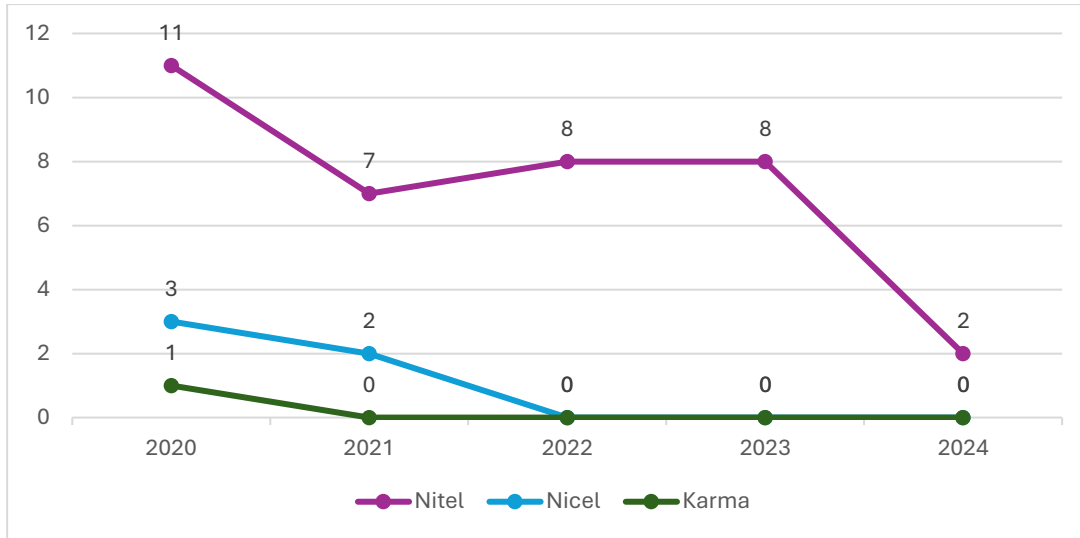
Şekil 4: İncelenen Araştırmaların Yazar Sayıları Frekans ve Yüzdelik Değerleri

Araştırmaların yazar sayıları incelendiğinde (şekil 2) %50'sinin (21 adet) iki yazarlı, %21,4'ünün (9 adet) tek yazarlı olduğu görülmektedir. Ayrıca hem üç yazarlı hem de dört yazarlı araştırmaların oranının ayrı ayrı %14,3 olduğu da görülmektedir.



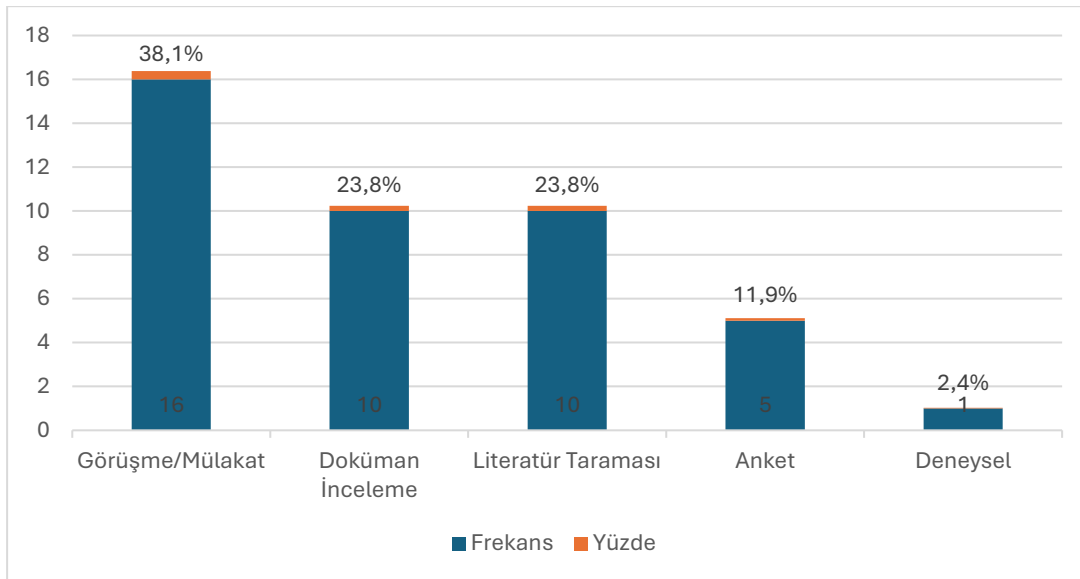
Şekil 5: İncelenen Araştırmaların Sayfa Sayısı Aralığı

Şekil 3 incelendiğinde araştırmaların %35,7'sinin 16-20 sayfa aralığında, %31'inin ise 21-25 sayfa aralığında olduğu görülmektedir. Ayrıca araştırmaların %19'unun 11-15 sayfa aralığında olduğu görülmekle birlikte, Ayrıca hem 1-10 sayfa aralığında hem de 26 ve üzeri sayfa aralığında araştırmaların oranının ayrı ayrı %7,1 olduğu tespit edilmiştir.



Şekil 6: İncelenen Araştırmalarda Kullanılan Yöntem

İncelenen gastronomi turizmi araştırmalarında kullanılan yöntem incelendiğinde (şekil 4) çoğunlukla nitel yöntem tercih edildiği görülmektedir. Buna göre 2020-2024 yılları arasında karma yöntem kullanılan 1 araştırma nicel yöntem kullanılan 5 araştırma bulunmaktadır. Buna karşın toplam 42 araştırmanın 36'sının (%85,7) nitel yöntem tercih ettiği belirlenmiştir.



Şekil 7: İncelenen Araştırmalardaki Veri Toplama Araçları

Şekil 5 incelendiğinde araştırmaların %38,1'inin veri toplama yöntemi olarak görüşme/mülakat tekniği kullandığı görülmektedir. İncelenen araştırmaların %23,8'i veri toplama yöntemi olarak doküman inceleme tekniğini tercih ederken aynı oranda literatür taramasının da tercih edildiği belirlenmiştir. Ayrıca araştırmaların %11,9'u anket yöntemi ile veri toplarken %2,4'ü deneysel yöntemler tercih etmiştir.

gastronomi turizmi kapsamında gerçekleştirilen araştırmaların ise ağırlıklı olarak makale ve bildiri türünde olduğunu belirlemişlerdir.

İncelenen araştırmaların %23,8'i veri toplama yöntemi olarak doküman inceleme tekniğini tercih ederken aynı oranda literatür taramasının da tercih edildiğı belirlenmiştir. Ayrıca araştırmaların %11,9'u anket yöntemi ile veri toplarken %2,4'ü deneysel yöntemler tercih etmiştir. Araştırmalarda en çok kullanılan anahtar kelimelerin gastronomi turizmi, devamında ise gastronomi olduğu belirlenmiştir. Ayrıca yöresel yemek/yiyecekler/mutfak, mutfak kültürü, sürdürülebilir gastronomi turizmi, coğrafi işaret ve peynir/üretimi/çeşitleri gibi kelime gruplarının da anahtar kelime olarak kullanıldığı belirlenmiştir.

KAYNAKÇA

- Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Birdir, K. ve Akgöl, Y. (2015). Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.
- Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü [UNWTO] (2024). Gastronomy and Wine Tourism. <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism> Erişim Tarihi: 30.05.2024.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliğı ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 1(2) 39-51
- Çam, O. ve Çılgınoğlu, H. (2024). Gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaretli ürünlerin incelenmesi: Ağrı örneğı. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1): 107-128.
- Çuhadar, M. ve Morçin, İ. (2020). Türkiye'de gastronomi turizmi ile ilgili çalışmaların bibliyometrik analizi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7 (1), 92-106.
- Deveci, B., Türkmen, S., ve Avcıkurt, C. (2013). Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi: Bigadiç örneğı. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(2), 29-34.
- Du Rand, G. E. ve Heath, E. (2006). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234. <https://doi.org/10.2164/cit/226.0>
- Ercan, F. (2020). Türkiye'deki gastronomi turizmi konulu makalelerin bibliyometrik analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (2), 1058-1075
- Gheorghe, G., Tudorache, P. ve Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism. *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12-21.
- Green, G. P. ve Dougherty, M. L. (2008). Localizing linkages for food and tourism: Culinary tourism as a community development strategy. *Community Development*, 39(3), 148-158. <https://doi.org/10.1080/15575330809489674>
- Hepkul, A. (2002). Bir sosyal bilim araştırma yöntemi olarak içerik analizi. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 1-12.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi temelli sosyal hizmet araştırmaları dergisi*, 1(1), 62-80.
- Kurnaz, A. Özdoğan, N. ve Kurnaz, H. A. (2017). Gastronomi turizmi için bir destinasyon önerisi: Datça. D. Bozok, C. Avcıkurt, M. Doğdubay, M. Sarıoğlan ve G. K. Girgin (Eds.) *Gastronomi Üzerine Araştırmalar* (s. 112-126). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçükkömürler, S., Şirvan, N. B. ve Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye'de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 78-85
- Metin, O. ve Ünal, Ş. (2022). İçerik analizi tekniğı: İletişim bilimlerinde ve sosyolojide doktora tezlerinde kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 273-294.

- Moulin, C. (2000). Gastronomy and tourism: Must every tourist wish be our command?. *The Tourist Review*, 55(1), 19-24.
- Ölmez, Z. D., Zurnacı, N., ve Bozok, D. (2017). Gastronomi turizminde yerli ziyaretçilerin yöresel yemeklere yönelik tutum ve davranışları: Seferihisar. D. Bozok, C. Avcıkurt, M. Doğdubay, M. Sarioğlu ve G. K. Girgin (Ed.) *Gastronomi Üzerine Araştırmalar*, s. 398-412. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özdemir, G. ve Altınır, D. D. (2019). Gastronomi kavramları ve gastronomi turizmi üzerine bir inceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- Sánchez-Cañizares, S. M. ve López-Guzmán, T. (2012). Gastronomy as a tourism resource: profile of the culinary tourist. *Current issues in tourism*, 15(3), 229-245. <http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2011.589895>
- Sevimli, Y., Tatlı, M. ve Kızıldemir, Ö. (2021). Göbeklitepe'nin gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 263-286.
- Sio, K. P., Fraser, B. ve Fredline, L. (2024). A contemporary systematic literature review of gastronomy tourism and destination image. *Tourism Recreation Research*, 49(2), 312-328. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1997491>
- Smulowitz, S. (2017). Document analysis. *The International Encyclopedia of Communication Research Methods*, 1-8.
- Sökmen, C. ve Özkanlı, O. (2018). Gastronomi turizmi alanyazının gelişimi: Journal of tourism and gastronomy studies dergisinde yayımlanan makaleler üzerine bir inceleme. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(2), 99-127.
- TR Dizin (2024). <https://trdizin.gov.tr/> . Erişim Tarihi: 02.06.2024.
- Wordart (2024). <https://wordart.com/create>, (Erişim Tarihi: 04.06.2024).
- Yılmaz, G. (2017). Gastronomi ve turizm ilişkisi üzerine bir değerlendirme. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 171-191.

YEMEK PAYLAŞIM EKONOMİSİNE YÖNELİK TÜKETİCİ FARKINDALIKLARI

Duran CANKÜL

Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, dcankul@ogu.edu.tr
Orcid Numarası: 0000-0001-5067-6904

Rukiye ERŞAHİN

Doktora Öğrencisi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, rukiyeersahin35@gmail.com
Orcid Numarası: 0000-0002-0575-1204

Özet

Bu araştırmada, yemek paylaşım ekonomisine yönelik tüketici farkındalıklarının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda araştırmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Veri toplamak amacıyla yemek paylaşım ekonomisi hakkında bilgi sahibi olan bireylere yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Elde edilen verilerin çözümlenmesi için içerik ve betimsel analiz yöntemleri tercih edilmiştir. Verilerin analizi sonucunda yemek paylaşım ekonomisinin deneyim anlamında yeni bir hizmet modeli olduğu ve yemek paylaşım ekonomisinin gıda israfını azaltma, sosyal etkileşimleri güçlendirme ve ekonomik faydalar sağlama potansiyeli olduğu görülmektedir. Ayrıca sonuçlar yemek paylaşım ekonomisinin kullanıcılar açısından sosyal, kültürel ve çevresel açıdan avantajlı bir sistem olduğunu göstermektedir. Bu sistem sayesinde kullanıcılar topluluklar arasında bağ kurabilmekte ve farklı mutfak kültürlerini deneyimleme fırsatı bulabilmektedir. Ayrıca kullanıcılar, fazla yemeklerini paylaşarak israfın önlenmesi ve çevresel etkilerin azaltılması noktasında da katkılar sunabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yemek Paylaşım Ekonomisi, Gastronomi, Tüketici Farkındalığı

Abstract

This study aims to reveal consumer awareness about the meal sharing economy. For this purpose, the qualitative research method was preferred in the study. In order to collect data, semi-structured interview technique was used with individuals who have knowledge about the meal sharing economy. Content and descriptive analysis methods were preferred to analyze the obtained data. As a result of the analysis of the data, it is seen that the meal sharing economy is a new service model in terms of experience and that the meal sharing economy has the potential to reduce food waste, strengthen social interactions and provide economic benefits. In addition, the results show that the meal sharing economy is a system that is advantageous for users in terms of social, cultural and environmental aspects. Thanks to this system, users can establish connections between communities and have the opportunity to experience different culinary cultures. In addition, users can contribute to the prevention of waste and the reduction of environmental impacts by sharing their excess food.

Keywords: Meal Sharing Economy, Gastronomy, Consumer Awareness

1.GİRİŞ

Üretim ve tüketim kültürlerinin değişmesiyle birlikte 2000’li yıllarda üretici-tüketici etkileşimine odaklanan ve “paylaşım ekonomisi” olarak adlandırılan ekonomik bir model önermesi ortaya çıkmıştır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde daha az kullanılan varlıkların ekonomi içindeki farklı aktörler tarafından kısa vadeli olarak kullanılması, sosyal paylaşımı ve alışverişi vurgulayan paylaşım ekonomisi (Gössling ve Hall, 2019: 75), odağı; ürün ve hizmetlerden deneyim ekonomisine kaydırmıştır (Camilleri ve Neuhofer, 2017: 2322-2323). 2015 yılında Oxford Sözlüğü’ne eklenen terim; “varlıkların veya hizmetlerin özel kişiler arasında ücretsiz veya belirli bir ücret karşılığında paylaşıldığı bir ekonomik sistem” olarak adlandırılmaktadır (Heo, 2016: 166-167). Akademisyenler ise genel olarak paylaşım ekonomisini

tanımlamak için; işbirlikçi tüketim, işbirlikçi ekonomi, erişime dayalı tüketim, erişime dayalı ekonomi, esnek ekonomi veya eşler arası ekonomi gibi terimleri kullanmaktadırlar (Heo vd., 2019: 1-2).

İnsanların mal ve hizmetleri satın almak yerine ödünç alıp paylaşmaya yönelmesiyle her geçen gün paylaşım ekonomisine dayalı yeni şirketler ortaya çıkmaktadır (Heo vd., 2019: 1-2). Çeşitli sektörlerde hem ölçek hem de kapsam açısından büyüyen paylaşım ekonomisi, insanların yeterince kullanılmayan varlıklarını paylaşmalarına olanak tanıyan internet destekli platformları ortaya çıkarmıştır. Örnekler arasında konaklamalar için AirBnB, arabalar için Blablacar ve aletler için Peerby gibi uygulamaları içeren paylaşım platformları, malların daha verimli kullanılmasını, üretim için normalde ihtiyaç duyulan kıt kaynaklardan tasarruf edilmesine olanak tanımaktadır (Böcker ve Meelen, 2017: 2). AirBnB, TripAdvisor, Booking.com, Uber gibi küresel çapta hakim platform tabanlı araçların büyümesi, turizm sistemindeki aktörler arasındaki etkileşimleri ve ilişkileri temelden değiştirmiştir (Hall vd., 2022: 3058; Zhou vd., 2020: 1063). Paylaşım ekonomisine olan ilginin her geçen gün artması, turizm sektöründe de kullanımı yaygınlaştırmakta; paylaşım ekonomisi kavramına dayalı işletmeler hızla büyümeye devam etmektedir (Heo, 2016: 166-167; Çifçi ve Şengel, 2024: 1). Turistler artık Uber kullanarak yerel bir sürücüyü yolculuk yapabilmekte, AirBnB'deki bir dairede uyuyabilmekte ve EatWith ile yerel bir evde akşam yemeğine davet edilebilmektedir (Ketter, 2017: 2; Hossain, 2021: 1). Paylaşım ekonomisinin son trendlerinden biri de yemek paylaşımıdır. Çevrimiçi yemek paylaşım platformları, bireylere ev sahibi tarafından hazırlanan ev yemeği etrafında sosyalleşme ve mutfak deneyimi sağlamaktadır (Heo vd., 2019: 1). Paylaşım ekonomisinin yeni ortaya çıkan bir alt dalı olan yemek paylaşımı, birlikte yemek yemenin sosyal platformlar aracılığıyla bağlantıları güçlendirmesi nedeniyle yerel şefler ve gastro-rehberlerden büyük ilgi görmektedir. Yemek paylaşım ekonomisi, yeme alışkanlıklarını, yemek tariflerini ve mutfak becerilerini değiştirerek turizm ve konaklama etkileşimini yeniden şekillendirmektedir (Çifçi ve Şengel, 2024: 1). Yemek paylaşım ekonomisinde yerel halkın girişimci konumuna geldiği, yerel şeflerin, gastro-rehberlerin, yemek paylaşımı operatörlerinin ev sahibi turizm destinasyonlarındaki genç nesiller arasında yer almasını yeniden tasarlamaktadır. Yemek paylaşım ekonomisinde, girişimcilik faaliyetindeki artışla birlikte bireyler, mevcut varlıklara ve bir bütün olarak topluma erişim sağlayarak birbirlerine bağışta bulunabilmekte; mal, yetenek ve deneyimlerden karlı bir şekilde yararlanmalarına olanak tanımaktadır (Çifçi ve Şengel, 2024: 1). Dolayısıyla önemi ve uygulama alanı her geçen gün daha da artan ve tüketicide karşılık bulan yemek paylaşım ekonomisine yönelik tüketiciler tarafından bilinirliği ve farkındalığı merak konusudur. Bu doğrultuda bu araştırmada yemek paylaşım ekonomisine yönelik tüketici farkındalıklarına cevap aranmaktadır. Yemek paylaşım ekonomisi hakkında bilgi sahibi olan tüketicilerin düşünceleri, bakış açıları ve yaklaşımlarının konu hakkında bilgi sahibi olmayan potansiyel tüketicilerin yemek paylaşım platformalarını deneyimlemelerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sayesinde küresel toplum, her zamankinden daha fazla etkileşim kurmakta, bireyler dünyanın farklı yerlerindeki diğer kişilerle kolayca bağlantı kurmanın yanı sıra, varlıklarını başkalarıyla paylaşmalarına da olanak tanıyarak, paylaşımlı bir ekonomiye sahip olma hayalini uygulanabilir ve erişilebilir hale getirmektedir. Paylaşım ekonomisi, topluluk temelli çevrimiçi hizmetler aracılığıyla koordine edilen, mal ve hizmetlere erişimin elde edilmesi, verilmesi veya paylaşılmasına yönelik eşler arası faaliyet olarak tanımlanmaktadır (Hamari vd., 2016: 2047). Paylaşım ekonomisi, az kullanılan varlık veya hizmetlerin eşler arasında paylaşımını kolaylaştıran çevrimiçi platformlardan oluşmaktadır (Mody vd., 2021: 1713).

Mal ve hizmetlerin farklı firmalar ve müşteriler arasında paylaşımı günümüzde vazgeçilmez hale gelmiştir (Akel, 2020: 55). Paylaşım kavramı, bireysel kullanıma yönelik satın alma davranışı veya başkalarından teslim süreci olarak tanımlanmaktadır (Belk, 2007: 126). Paylaşım ve işbirlikçi tüketim uygulamalarında; tüketim malları ve hizmetlerinden yararlanmaya yönelik geçici erişim mülkiyeti olmayan modellerin kullanılması ve bunları gerçekleştirmek için İnternet'e ve özellikle Web 2.0'a duyulan güven olmak üzere iki ortak nokta vardır (Belk, 2014: 1595). İnternet sayesinde tüketiciler ve işletmeler için paylaşım veya işbirlikçi tüketim geliştirme fırsatları açılmış ve turist deneyimini şekillendiren ağ ilişkileri ortaya çıkmıştır

(Hall vd., 2022: 3058). Paylaşım ekonomisi, birbirini hiç tanımayan bireylerin, karşılıklı sosyal ve ekonomik fayda yaratacak şekilde mal, hizmet, para ve zaman gibi kaynakları paylaşmalarını, üretmelerini, dağıtmalarını ve tüketmelerini sağlayan, hızla gelişen bir sistem olarak ifade edilmektedir (Akel, 2020: 55).

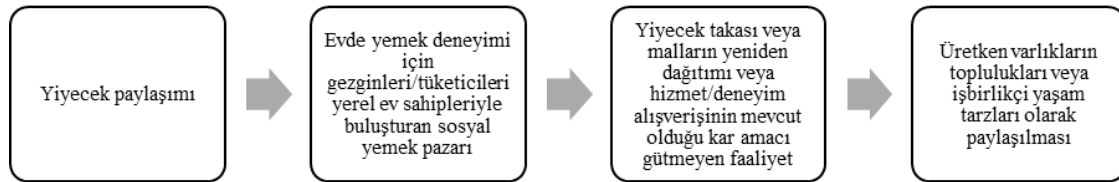
Credit Suisse tarafından hazırlanan rapora göre, üç tür paylaşım ekonomisi işletmesi tanımlanmıştır. Bireylerin toplam işlem tutarından bir kesinti karşılığında kendi mal ve hizmetlerini satmalarına veya kiralamalarına olanak tanıyan, kullanıcıların kiralama yapmasına imkan veren üyelik platformları (Airbnb, TaskRabbit), abonelik ücretleri karşılığında öğeler veya erişim hizmetleri (zipcar, Elence) ve son olarak bireylerin maddi olmayan hizmetleri (Yelp) veya finansman gibi somut şeyleri (Lending Club) alışverişinde bulunmalarına olanak tanıyan işbirliğine dayalı platformlar şeklinde sınıflandırılmıştır (Alsamani, 2018: 2).

Günümüzde Airbnb, Uber, eBay ve Letgo gibi paylaşım ekonomisinin birçok örneğinin bulunduğu uygulamalar mevcuttur. Hizmet sektöründe bu paylaşım ekonomisi örneklerinin dışında ticari amaca hizmet etmeyen örnekler de bulunmaktadır. İnsanlar artık bir ürünü kiralayıp satmak yerine kendi aralarında paylaşmayı tercih etmekte, yeni ve farklı kültürlerle etkileşime geçmek için uzaklara seyahat etmek istemekte, konaklama rezervasyonu yapmak yerine başkalarının evlerinde kalarak deneyim kazanmaktadır. Ayrıca başkalarının mutfaklarında yemek yiyerek, yerel kültür ve toplumla etkileşime girerek deneyim kazanmaktadır (Akel, 2020: 54; Ketter, 2017: 3).

Paylaşım ekonomisi, internet aracılığıyla etkileşimi kolaylaştıran ve turistlerin toplumla ilişkilerinin geliştirilmesine olanak tanıyan, ağırlıklı olarak işbirlikçi turizm sektöründe mevcut bir trend olarak kabul edilmektedir (Alcoforado vd., 2018: 25). Paylaşım ekonomisi kavramı genellikle piyasada mevcut olanlardan daha ucuz, daha küçük, daha kullanışlı ve/veya daha basit olabilen ürünler gibi yıkıcı yeniliklerle ilgilidir. Bu sayede müşterilere geleneksel ürünlerden farklı bir değer teklifi sunmakta ve diğer türden müşterilerin ilgisini çekmektedir (Mhlanga, 2022: 3292). “Benim olan senindir” kültürünü doğuran paylaşım ekonomisinde, kaynakların geçici kullanımı ve paylaşımı kavramı, geleneksel mülkiyet piyasası modellerinin aksine kolaylık sağlamakta ve düşük fiyatlar yoluyla tüketicileri cezbetmektedir (Camilleri ve Neuhofer, 2017: 2322-2323).

Paylaşım ekonomisi turistlerin ve bölge sakinlerinin evlerini, arabalarını, çeşitli yemeklerini ve uzmanlaşmış yerel bilgileri paylaşmalarına olanak tanıdığından, turizm ve konaklama alanında büyümenin öncü sektörlerinden biri olarak ortaya çıkmıştır (Alcoforado vd., 2018: 29; Li vd., 2023: 1). Gıda paylaşımı uygulamaları, gıdayla pratik ve çeşitli bağlantılar gösteren alternatif gıda girişimleri sınıflandırması içinde görülebilmektedir. Yiyecek paylaşımının belirlenmiş boyutu erişimi kolaylaştırmakta, bu sayede, katılımcılar üzerinde daha kalıcı veya dönüştürücü etkilere sahip olmaktadır. Gıda paylaşımının başlıca biçimleri Şekil 1’de özetlenmiştir (Privitera, 2016: 94).

Şekil 1: Yiyecek Paylaşımı Girişimlerinin Biçimleri



Kaynak: (Privitera, 2016: 94) çalışmasından uyarlanmıştır.

Gıda paylaşımının en yaygın modelleri bağış temellidir. Özellikle gıdanın takas edildiği dağıtım pazarı, bazı durumlarda toplulukların gıda atıklarını, fazlalıklarını ve kayıplarını yeni değere dönüştürmelerini sağlamayı ve kaynak verimliliği sağlamayı amaçlamaktadır (Privitera, 2016: 94). Bir destinasyonun kültürel çekiciliğinin bir parçası olarak yemek, turist deneyimlerinde önemli bir rol oynamakta ve kültürel bir deneyim olarak kabul edilmektedir. Yeni deneyimler arayan turistleri cezbeden önemli bir kültürel unsur olan yemek, turistlere yerel gelenekler, yeme-içme alışkanlıkları ve destinasyonun kültürel değerlerini anlama fırsatları sunmaktadır (Atsız vd., 2022: 131). Yemek paylaşımı veya ev yemeği paylaşımı, turistlere

yemek keyfine ekstra alternatifler sunmakta; EatWith, VizEat ve Feastly gibi bazı yemek paylaşım platformları turistler arasında oldukça popülerlik kazanmıştır (Li vd., 2023: 4). Yemek paylaşımı, misafirlerin mobil uygulamalar veya internet aracılığıyla ev restoranlarındaki amatör veya profesyonel şeflerle bağlantı kurması fikrine dayanmaktadır (Mhlanga, 2022: 3292)

Yemek paylaşımı ekonomisi, ziyaretçilerin yeni deneyimler edinmelerine olanak tanırken, yerel yiyecek ve içeceklerle daha geniş ve yoğun bir seyahat deneyimi sunmaktır. Bu bağlamda yerel halkın mekânında alışveriş yapma, yemek pişirme ve yerel lezzetleri bir arada tüketme fikri, yemek paylaşımı girişimlerinin daha geniş kitlelere anında hitap etmesine yol açmıştır (Çifçi vd., 2023: 214). Yemek paylaşım platformları ise, yerel kültürü deneyimlemek isteyen uluslararası gezginlerin kullandığı en önemli alandır. Bu platformlar, gezginlere yerel yemeklerin içeriğini ve pişirme yöntemlerini öğrenmenin yanı sıra yerel yiyecekleri yerinde tadarak deneyimlerini geliştirme fırsatı sunmaktadır. Yemek paylaşım ekonomisi kapsamındaki deneyimler yerel halkın evlerinde, yerel halkın belirttiği bir restoranda ve yerel bir rehberin düzenlediği yemek turunda yaşanmaktadır. Bunlar arasında yemek veya gastronomi turları paylaşım ekonomisi hizmetleri içerisinde en çok sunulan hizmetlerden biridir (Çifçi vd., 2021: 4030; Mhlanga, 2022: 3295). Yemek paylaşım platformları, yöre sakinlerini işbirlikçi ekonomiye daha fazla dahil olmaya çekmektedir. Bu yeni ortaklık biçimi yerel halk için; ek gelir elde etmek, yeni bir dil öğrenmek ve daha fazla insan/kültürle tanışmak gibi birçok fırsat sunmaktadır. Yemek paylaşım platformları; alışveriş yapma, birlikte yemek pişirme/yemek yeme, mutfak atölyeleri ve rehberli yemek ve şarap turları gibi hizmetler üreterek yerli ve yabancı gezginleri hedef almaktadır (Kahraman vd., 2023: 318).

3.İLGİLİ ALAN YAZIN

Literatür incelendiğinde yemek paylaşım ekonomisine yönelik çok az çalışma olduğu ve bu çalışmaların son yıllarda artış gösterdiği görülmektedir. Ancak konuyu bu araştırmanın ele aldığı açıdan inceleyen bir araştırmaya rastlanmamıştır. Konu ile ilgili ulusal ve uluslararası yapılan çalışmalar şu şekildedir;

Belk (2014), araştırmasında paylaşımı ve işbirlikçi tüketimi karşılaştırarak her ikisinin de günümüzde popülerliğinin arttığını tespit etmiş; konu ile ilgili örnekler vererek, bu uygulamalardaki mevcut artışın nedenleri ve bunların geleneksel satış ve sahiplik modellerini kullanan işletmelere etkileri hakkında bir değerlendirme yapmıştır.

Camilleri ve Neuhofer (2017), paylaşım ekonomisinde Airbnb aracılığıyla kolaylaştırılan misafir-ev sahibi sosyal uygulamalarının birlikte değer yaratması ve değerın birlikte yok edilmesine ilişkin teorik bir çerçeve geliştirmeyi amaçlamaktadır. Çalışma, konuk-ev sahibi ağırlama uygulamalarını açığa çıkararak, hangi uygulamaların farklı değer oluşumuna veya yıkımına yol açtığına dair somut örnekler sunmaktadır. Ayrıca paylaşım ekonomisindeki değer yaratma uygulamaları hakkındaki bilgi eksikliğini giderilirken, Airbnb'nin geleneksel konaklama türlerine kıyasla sunduğu farklı değer önerilerini anlamak için konaklama sektörüne stratejik çıkarımlar sunulmaktadır.

Alsamani (2018), araştırmasında paylaşım ekonomisi platformu bağlamında kimlik belgesi (ID) doğrulamasının başarılı işlem tamamlama üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışma sonunda kimliğini doğrulayan grubun, kimliğini hiçbir zaman doğrulamayan gruba göre birimlerini kiralama şansı daha yüksek olduğunu tespit etmiştir.

Alcoforado vd. (2018), çalışmalarında turizm deneyiminde paylaşım ekonomisinin fedakarlık üzerindeki etkisini analiz etmeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda insanların daha fazla fedakarlık algıladıkları, hizmetin beklenenden daha az konfor sağladığını düşündüklerinde işbirlikçi bir turizm hizmetini kullanmak için daha fazla enerji harcamayı düşündükleri sonucuna varmışlardır.

Akel (2020)'in çalışmasında paylaşım ekonomisi terimlerini inceleyerek kavramsal bir çerçeve sunmayı, mevcut literatüre katkı sağlayarak paylaşım ekonomisini cazip kılan unsurları incelemeyi amaçlamıştır. Çalışma sonunda paylaşım ekonomisinin cazip yönleri sosyal, ekonomik ve finansal, çevresel, teknolojik ve deneyimsel açılardan değerlendirilmiştir. Paylaşım ekonomisinin cazip yönleri sektörden örneklerle

anlatılmış, paylaşım ekonomisine ilişkin genel bir değerlendirme yapılarak, deneyim perspektifinden örnekler irdelenmiştir.

Atsız ve Çifçi (2021), araştırmalarında hizmet sağlayıcıların bakış açısını temel alarak, COVID-19'un yemek paylaşımı ekonomisi üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Çalışma sonucunda yemek paylaşım hizmeti sağlayıcılarının salgın süresince zorluklarla karşı karşıya olduklarını, Coronavirüs önlemlerinin yemek paylaşımı faaliyetlerini sınırlama açısından yıkıcı rolü olduğunu ortaya koymuşlardır. Ayrıca salgınının, hizmet sağlayıcılarının etkinliklerini çevrimiçi sanal etkinlikler olarak yeniden tasarlamaya zorladığını dile getirmişlerdir.

Çifçi vd. (2021) ise, Bangkok'ta yerel bir rehberle yemek paylaşma etkinliği deneyimleyen turistlerin çevrimiçi incelemelerine dayanarak, yemek paylaşımı ekonomisinde yerel rehberli turun sokak yemeği deneyimlerinin bileşenlerini anlamayı amaçlamaktadır. Çalışma sonucunda yerel rehberin özellikleri, algılanan yemek özgünlüğü, yerel kültür, algılanan hijyen veya temizlik ve yenilik etkenlerinin sokak yemeği deneyiminin beş bileşeni olduğunu ortaya çıkarmışlardır.

Atsız ve Çifçi (2022), yemek paylaşım ekonomisi platformlarındaki temel girişimcilik motivasyonlarını tespit etmek amacıyla yaptıkları araştırma neticesinde on üç hizmet sağlayıcıyla görüşmeler yapmışlardır. Çalışma sonucunda ekonomik faydanın paylaşım ekonomisi sağlayıcılarının yaşamsal güdüsü olduğu, hizmet sağlayıcıların para kazanmayı sürdürebilmek için katılımcılarla bir ağ oluşturmaya önem verdiği, hizmet sağlayıcılar arasında sıkı bir rekabet olduğu ve katılımcılardan olumlu geri bildirim almak için en iyi hizmeti sunmaya çalıştıklarını belirtmişlerdir.

Atsız vd., (2022), İstanbul'u ziyaret eden ve Eatwith ve Withlocals gibi paylaşım ekonomisi platformlarını kullanan uluslararası gezginlerin yemek deneyimlerini anlamayı ve keşfetmeyi amaçladıkları çalışmalarının sonucunda; yemek paylaşım ekonomisinde sosyal etkileşimlerin yemek deneyimleri için temel belirleyiciler olduğunu ve tüm katılımcıların olumlu deneyimler yaşadığını belirtmişlerdir.

Çifçi vd. (2023) yemek paylaşım ekonomisinde yerel rehberli tur ile şarap deneyiminin özgünlük boyutlarını açığa çıkardıkları araştırmalarında, yemek paylaşım ekonomisinde yerel rehberli şarap turlarının, şarap destinasyonunun daha iyi keşfedilmesini sağlayan çok boyutlu bir aktivite olarak kabul edildiğini belirtmişlerdir.

Çifçi ve Şengel (2024), kayıt dışı ekonomideki yemek paylaşım deneyiminin daha geniş bir şekilde anlaşılmasını sağlamak için ev sahiplerinin yemek paylaşma deneyimlerini tespit etmeye çalıştıkları araştırmalarında; arkadaşlık, kültürlerarası öğrenme, para kazanma, vatanseverlik ve gastronomik kimlik olmak üzere beş ana tema ön plana çıkarılmış; bu temaların ev sahibi tarafın bakış açısını dahil ederek tamamlayıcı bir anlayışla ekonomik bir deneyim olarak yemek paylaşımına ilişkin mevcut bilgilere katkıda bulunmuşlardır.

4.YÖNTEM

Bu araştırmada, yemek paylaşım ekonomisine yönelik tüketici farkındalıklarının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda araştırmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırma, sosyal olguları bağlamları içinde araştırmaya odaklanan bir yaklaşımdır (Yıldırım, 2010: 79). Nitel veriler ise insan deneyimine vurgu yapan yaşamdaki olaylara, süreçlere ve yapılara yüklenen anlamları tespit etmek ve bu anlamları toplumsal yaşamla ilişkilendirme esasına dayanmaktadır (Miles ve Huberman, 1994: 10). Nitel araştırmalarda sıklıkla kullanılan veri toplama araçlarından biri görüşmedir. Görüşme tekniği, araştırmacıların bir veya daha fazla katılımcıya genel, açık uçlu sorular sorması ve yanıtları kaydetmesi şeklinde yapılmaktadır. Yapılan görüşmeler, daha sonra verilerin analizi için yazıya dökülmektedir. Görüşme tekniğinde amaç, katılımcıların bakış açısıyla, deneyimlerini en iyi şekilde dile getirebilmelerinin sağlanmasıdır (Creswell, 2012: 217-218). Bu kapsamda veri toplamak amacıyla yemek paylaşım ekonomisi hakkında bilgi sahibi olan bireylere yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır.

Görüşme soruları ilgili literatürde daha önce konu ile ilgili yapılmış çalışmalardan faydalanılarak oluşturulmuştur (Atsız ve Çifçi, 2021; Atsız ve Çifçi, 2022; Atsız vd., 2022; Atsız, 2022; Çifçi vd., 2021; Çifçi vd., 2023; Çifçi ve Şengel, 2024). Görüşme soruları hazırlanırken konu alanında uzman 1 akademisyenin, nitel araştırma konusunda uzman bir kişinin ve turist rehberliği alanında çalışmaları olan uzman 1 kişinin görüşüne başvurulmuştur. Uzman görüşleri sonucunda bazı sorular düzeltilerek ve bazı sorular birbiri ile birleştirilerek görüşme sorularına son hali verilmiştir. Çalışmada kullanılan görüşme soruları aşağıda yer almaktadır:

1. Size göre yemek paylaşım ekonomisi ne ifade etmektedir?
2. Yemek paylaşım ekonomisinin olumlu ve olumsuz yönleri neler olabilir?
3. Yemek paylaşım ekonomisinin sürdürülebilir olduğunu düşünüyor musunuz?
4. Yemek paylaşım ekonomisinin sosyal, ekonomik ve çevresel etkileri neler olabilir?

Görüşmeler 27.05.2024 – 25.08.2024 tarihleri arasında yapılmıştır. Görüşmeler internet tabanlı uygulamalardan biri olan zoom üzerinden ses ve görüntü kayıtları alınarak katılımcıların izni doğrultusunda gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara görüşmelerin akademik çalışmalarda kullanılacağına dair bilgiler verilerek görüşmeler kayıt altına alınmıştır. Görüşmeler ortalama olarak 50-52 dakika arasında sürmüştür.

Araştırmancının evrenini, yemek paylaşım ekonomisi hakkında bilgisi olan ve konuya ilişkin tecrübeleri bulunan kişiler oluşturmaktadır. Ancak evrenin tamamına ulaşmak mümkün olmadığı için örneklem alma yoluna gidilmiştir. Araştırma örnekleme için, nitel araştırmalarda sıklıkla başvurulan amaçlı örneklem tekniği seçilmiştir. Gürbüz ve Şahin (2018)'e göre amaçlı örnekleme, olasılığa dayalı olmayan, araştırmacının kendi kişisel gözlemlerinden hareketle, araştırma problemine uygun özellikleri taşıyan deneklerin seçildiği örneklemedir. Amaçlı örneklemede araştırmancının amacına en uygun birimler örnekleme dahil edilmelidir (Gürbüz ve Şahin, 2018: 132). Diğer taraftan örnekleme dahil edilmesi gereken sayı ile ilgili nitel araştırmalarda örnekleme için en az 10 kişi ile görüşülmesi önerilmektedir (Baltacı, 2018: 262). Bu doğrultuda Türkiye'de yaşayan ve yemek paylaşım ekonomisi hakkında bilgi sahibi olan 18 yaş üstü yetişkin 12 kişi örnekleme dahil edilmiştir. Araştırma kapsamında katılımcılara K1, K2, K3... şeklinde kod numaraları kullanılmıştır. Katılımcılar ve görüşmelerle ilgili detaylı bilgiler Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1: Görüşme Bilgileri ve Demografik Özellikler

Katılımcı	Tarih	Süre	Yaş	Cinsiyet	Medeni Durum
K1	21.04.2024	73 dk. 53 sn.	55	Erkek	Evli
K2	27.05.2024	59 dk. 34 sn.	48	Kadın	Evli
K3	07.07.2024	65 dk. 18 sn.	37	Erkek	Bekar
K4	27.07.2024	53 dk. 24 sn.	28	Erkek	Bekar
K5	28.07.2024	62 dk. 02 sn.	34	Kadın	Evli
K6	03.08.2024	35 dk. 29 sn.	26	Erkek	Bekar
K7	19.08.2024	51 dk. 17 sn.	38	Erkek	Evli
K8	23.08.2024	35 dk. 13 sn.	21	Erkek	Bekar
K9	24.08.2024	47 dk. 38 sn.	38	Erkek	Evli
K10	25.08.2024	39 dk. 04 sn.	34	Erkek	Evli
K11	25.08.2024	48 dk. 46 sn.	39	Erkek	Bekar
K12	25.08.2024	42 dk. 53 sn.	39	Erkek	Bekar

Kaynak: (Yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Elde edilen veriler araştırmacılar tarafından deşifre edilmiş ve analiz sürecine geçilmiştir. Nitel veri analizinde, genellikle tümevarım yaklaşımıyla analiz edilen veriler, detaylı bir şekilde incelenerek konu ile bağlantısı bulunan veriler ayıklanmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2018: 436). Analiz işlemine tabi tutulan verilere bir kod verilmekte; benzer kavramlar aynı kategori yada tema altında toplanmaktadır. Tema veya kategoriler, aralarındaki bağlantıya göre açıklamalar veya yorumlar elde edilmektedir (Berg ve Lune, 2019:

346-349). Bu araştırmada da elde edilen verilerin çözümlenmesi için içerik ve betimsel analiz yöntemleri kullanılmıştır. Elde edilen veriler nesnel ve sistematik yorumlanması içerik analizi ile katılımcıların ifadelerine sadık kalınarak doğrudan görüşlerine yer verilmesi betimsel analiz ile sağlanmıştır. Görüşmelerden elde edilen ses kayıtları deşifre edilerek, anlamlı ve sık tekrar eden ifadeler belirlenmiştir. Belirlenen ifadelere kodlar verilmiş; ortak ve farklı ifadeler belirlenerek ifadeler, aynı temalar altında toplanmıştır. Elde edilen ortak ve benzer ifadeler için temalar, kategoriler ve kodlar oluşturulmuştur. Araştırmanın geçerliliğini sağlamak amacıyla konuya uygun yöntem seçilerek görüşme soruları hazırlanmıştır. İlgili konuda ve yöntemde uzman kişilerden uzman görüşü alınmış; gerekli düzenlemeler yapılarak görüşme metinlerine ilişkin alıntılar, sonuçlara nasıl ulaşıldığını göstermek amacıyla metin içerisinde verilmiştir.

5. BULGULAR

Yemek paylaşım ekonomisinin tüketiciler açısından değerlendirilmesinin amaçlandığı bu çalışmada bulguların analiz edilmesine yönelik oluşturulmuş olan temalar ve elde edilen kodlar aşağıdaki gibidir. Bu temalar katılımcıların anlatılarından doğrudan alıntılarla desteklenmiştir.

Katılımcılara sorulan “Size göre yemek paylaşım ekonomisi ne ifade etmektedir?” sorusuna verilen yanıtların analizi sonucunda “iletişim” ve “ekonomik fayda” adı altında ana temalar oluşturulmuş ve bu ana temalar altında “sosyal ağlar ve topluluklar”, “ortak paylaşım” ve “yerel kalkınma” olmak üzere üç alt tema belirlenmiştir (Tablo 2). Kodların yanında parantez içinde yer alan sayılar, kodların ifade edilme sıklığını göstermektedir.

Tablo 2: Yemek Paylaşım Ekonomisinin Ne İfade Ettiği

Tema 1	Alt Temalar	Kodlar	İfade Edilme Sıklığı
İletişim	Sosyal Ağlar ve Topluluklar	Yeni nesil turlar	3
		Sosyal yemek ağları	2
		Erişim kolaylığı	2
	Ortak Paylaşım	Tadım yapma	2
		Sosyalleşme	4
		Misafirperverlik	1
		Yemek kültürünü deneyimleme	2
		Yemek kültürünü tanıma	1
Ekonomik Fayda	Yerel Kalkınma	Bölge dışından ürün alımının azalması	1
		İsrafı önleme	2
		Ticari kazanç	1

Kaynak: (Yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Yemek paylaşım ekonomisinin katılımcılara ne ifade ettiği ile ilgili öne çıkan ifade şu şekildedir:

“Turizm sektöründe turistlerin yaptığı yeni nesil turlar. Tadım yapmak amacıyla turistler geziyorlar. Rehber eşliğinde kendilerinin bulamayacakları özel ve otantik yerlere gidiyorlar. Burada ortaklaşa bir paylaşım yapıyorlar.” (K1).

“Bu ekonomik faaliyet ile pek çok insan ziyaret ettikleri ülkelerde faaliyet gösteren çeşitli organizasyonlar aracılığıyla yerel lezzetleri tatma imkanı bulmaktadır. Ayrıca yemek yapmayı sevmeyen yada yalnız başına yemek yemek istemeyen insanları ticari bir amaçla bir araya getirmektedir.” (K12).

Yemek paylaşım ekonomisinin olumlu ve olumsuz yönlerinin neler olabileceğine dair yöneltilen soruya ilişkin katılımcı cevapları Tablo 3 ve 4 ’te temalandırılıp kodlanmıştır. Katılımcı cevaplarının analizi sonucunda yemek paylaşım ekonomisinin olumlu yönleri; “turizm açısından”, “ekonomik açısından” ve “iletişim açısından” temaları belirlenmiş ve bu temalar ile birlikte “tanıtım ve pazarlama aracı olması”, “kalkınma” ve “sosyalleşme” alt temaları elde edilmiştir. Alt temalardan elde edilen kodlar ve ifade edilme sıklıkları Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3: Yemek Paylaşım Ekonomisinin Olumlu Yönleri

Tema 1	Alt Temalar	Kodlar	İfade Edilme Sıklığı
Turizm Açısından	Tanıtım ve Pazarlama Aracı Olması	Türk yemeklerinin ünlenmesi	1
		Yemek turizminin gelişmesi	1
		Pazarlama	4
		Gastronomik kültürü tanıma	4
		Farkındalık oluşturma	1
Ekonomik Açısından	Kalkınma	Yiyecek israfının azalması	3
		Gelir elde etme	1
		Yerel üretime destek sağlama	1
İletişim Açısından	Sosyalleşme	Özel deneyim yaşama	1
		Sosyal bağları güçlendirme	6
		Yerel halkı tanıma	3
		Paylaşım	3

Kaynak: (Yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Yemek paylaşım ekonomisinin olumlu yönleri ile ilgili olarak dikkat çeken bir katılımcı yorumu aşağıdaki şekildedir:

“İlk olarak olumlu yönlerinden bahsetmek gerekirse öncelikle yiyecek israfının azaltılmasını söyleyebiliriz. Yemek hazırlanacağı zaman yemeği yapacak kişi önceden planlama yaparak kendisi ve misafirlere gereken miktarda ürün temin eder ve buna göre bir hazırlık yapar. Bu şekilde tüketim azaltılıp azami sayıda ürün kullanılmış olur.” (K4)

Yemek paylaşım ekonomisinin olumsuz yönleri ise “kültürel açıdan” ve “nitelik açıdan” temaları ile belirtilmiştir. Bu temalardan “kültürel yozlaşma ve “niteliksiz kişiler” alt temaları elde edilmiştir. Alt temalardan elde edilen kodlar ve ifade edilme sıklıkları Tablo 4’te gösterilmiştir.

Tablo 4: Yemek Paylaşım Ekonomisinin Olumsuz Yönleri

Tema 1	Alt Temalar	Kodlar	İfade Edilme Sıklığı
Kültürel Açıdan	Kültürel yozlaşma	Gastronomik değerlerin doğru yansıtılmaması	3
		Gastronomik değerlerin metalaşması	2
		Geleneksel değerlerin ticarileşmesi	2
Nitelik Açısından	Niteliksiz kişiler	Ev sahibi kurum ya da kişilerin hijyen eksikliği	3
		Ev sahibi kurum ya da kişilerin tutum ve davranışları	4

Kaynak: (Yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Yemek paylaşım ekonomisinin olumsuz yönleri ile ilgili olarak dikkat çeken katılımcı yorumu aşağıdaki şekildedir:

“Bu modelin yaygınlaşmasıyla, misafirperverlik gibi geleneksel değerlerin ticarileşmesi ve metalaşması riski ortaya çıkabilir. İnsanlar arasındaki ilişkilerin ticari kaygılarla şekillenmesi, samimiyeti ve karşılıksız paylaşımı zayıflatabilir.” (K7).

“Yemek paylaşım ekonomisinin sürdürülebilir olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna tüm katılımcılar “Evet” yanıtını vermişlerdir. Yemek paylaşım ekonomisinin sürdürülebilirliği ile ilgili olarak öne çıkan katılımcı ifadeleri aşağıdaki şekildedir:

“Ben sürdürülebilir olacağını düşünüyorum aslında. Eğer ürün kalitemizi sağlarsak, gerçekten bu işe gönüllü insanlar olursa, belli başlı teşvikler olursa sürdürülebilir.” (K6).

“Evet. Özellikle son yıllarda insanların tamamen bireysel bir yaşam şeklini benimsemesi, dışarıda yalnız yemek durumunda kalmaları onları sosyalleşmeye olan ihtiyaçlarını da ortaya çıkarmaktadır. Paylaşım ekonomisinin en önemli katkısı sosyalleşme noktasında olduğunu söyleyebilirim.” (K9)

“Yemek paylaşım ekonomisinin sosyal, ekonomik ve çevresel etkileri neler olabilir?” sorusuna katılımcıların verdiği cevaplar neticesinde, “sosyal etkiler”, “ekonomik etkiler” ve “çevresel etkiler” temaları oluşturulmuştur. Oluşturulan temalar bağlamında, “iletişim”, “sosyalleşme”, “tanıtım”, “ekonomik kalkınma” ve “sürdürülebilirlik” alt temaları elde edilmiştir. Alt temalar vasıtasıyla Oluşturulan kodlar ve ifade edilme sıklıkları Tablo 5’te gösterilmiştir:

Tablo 5: Yemek Paylaşım Ekonomisinin Sosyal, Ekonomik ve Çevresel Etkileri

Tema 1	Alt Temalar	Kodlar	İfade Edilme Sıklığı
Sosyal Etkiler	İletişim	İletişim ve dayanışmanın artması	7
		Mutfak kültürünün tanıtılması	2
	Sosyalleşme	Sosyal ilişkilerin gelişmesi	10
		Kültürel alışveriş	1
		Farklı deneyimler	1
Ekonomik Etkiler	Tanıtım	Küçük işletmelerin tanıtımı	2
		Destinasyonun gelişmesi	2
	Ekonomik Kalkınma	Rekabet Oluşturma	1
		İstihdam yaratma	2
		Ek kazanç sağlama	1
		Ekonomik kaynakların verimli kullanımı	1
		Hizmet sağlayıcıların desteklenmesi	1
		Ekonomik yeme-içme seçenekleri	5
Çevresel Etkiler	Sürdürülebilirlik	Yerel üreticilerin desteklenmesi	3
		Tarladan sofraya üretim	2
		Gıda israfını azaltma	5
		Çevresel maliyetlerin düşmesi	2
		Doğal kaynakların verimli kullanımı	2
		Çevreye duyarlılığın artması	3
		Sürdürülebilir tarım teşviki	2
		Postmodern kültüre ayak uydurma	1

Kaynak: (Yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Yemek paylaşım ekonomisinin sosyal, ekonomik ve çevresel etkileri ile ilgili bir katılımcı görüşü aşağıdaki şekildedir:

“Modern zamanda geleneksel ev sahibi misafir deneyimini yaşamak sosyalleşmenin en güzel örneklerinden olabilir. Ayrıca yemek paylaşım ekonomisi bölgeye ait yemek kültürünü ve yerel üreticiyi destekleyerek tarladan sofraya üretimde sürdürülebilirlik sağlayarak çevreye ve ekonomiye olumlu katkıları olabilir.” (K5).

“Yemek paylaşım platformlarının güvenilirliği hakkında düşünceleriniz nelerdir?” sorusuna dair katılımcıların verdikleri cevaplara bakıldığında bazı katılımcıların endişelerinin olduğu ve tedbirli yaklaşıtları görülmektedir. Özellikle sektörde az sayıda şirketin varlığı ve gelişimi devam eden süreçlerinin olması gerekçeleri arasındadır.

Yemek paylaşım platformlarının güvenilirliğine ilişkin dikkat çeken katılımcı yorumu aşağıdaki şekildedir:

“Öncelikle sektörün yeni olması bu konuda endişeleri doğurmaktadır. Konuşmak ve güven için henüz erken olduğunu düşünüyorum. Platform gelişim aşamasında.” (K2).

6.SONUÇ VE ÖNERİLER

Yemek paylaşım ekonomisinin tüketiciler açısından değerlendirilmesinin amaçlandığı bu çalışmada sistemin deneyim anlamında yeni bir hizmet modeli olduğu ve yemek paylaşım ekonomisinin gıda israfını azaltma, sosyal etkileşimleri güçlendirme ve ekonomik faydalar sağlama potansiyeli olduğu görülmektedir. Ayrıca yemek paylaşım ekonomisinin kullanıcılar açısından sosyal, kültürel ve çevresel açıdan avantajlı bir sistem olduğu söylenebilir. Bu sistem sayesinde kullanıcılar topluluklar arasında bağ kurmakta, farklı mutfak kültürlerini deneyimleme fırsatı bulmaktadırlar. Kullanıcılar, fazla yemeklerini paylaşarak israfın önlenmesi ve çevresel etkilerin azaltılması noktasında da katkılar sunabilmektedir.

Yemek paylaşım ekonomisi; turizm açısından değerlendirildiğinde sistemin tanıtım ve pazarlama aracı olarak; gastronomik kültürü tanıtmada ve pazarlama alanında başarılı sonuçlar elde edildiği açıktır. Ekonomik açıdan yiyecek israfının azaltılmasında; iletişim açısından sosyal bağları güçlendirmesi, “paylaşımın” artırılması ve yerel halkın tanınması noktasında olumlu özellikleri bulunmaktadır. Sosyalleşme bazında kişiler arası ilişkilerin gelişmesi, kültürel etkileşimi artırması, iletişim ve dayanışmayı artırması ise sosyal anlamda sürdürülebilir olduğunun diğer göstergelerindendir. Sistemin ekonomik yeme içme seçenekleri sunması, istihdam sağlayıp yerel üreticileri desteklemesi, küçük işletmelerin tanıtımını yapması ve destinasyonun gelişmesini sağlaması da ekonomik etkileri arasındadır. Yemek paylaşım ekonomisinin; israfı önlemesi ya da azaltması, çevre duyarlılığını artırması ve yerel üreticileri desteklemesi noktasında sürdürülebilirlik ile ilgili olarak artı değer kazanan özellikleri yer almaktadır. Ayrıca yemek paylaşım ekonomisinin daha uygun fiyatlı yemeklere ulaşımın kolaylaşmasıyla gıdaya erişimde eşitsizliği azalttığı, bireylere ek gelir sunduğu, yerel ekonomiyi canlandırdığı, gıda maliyetlerini düşürdüğü, yeni iş modelleri ve girişimcilik fırsatları yarattığı görülmektedir. Diğer taraftan gastronomik değerlerin düzgün şekilde yansıtılmaması, metalaşması ve ticarileşmesi bu sistemin kültürel açıdan olumsuzlukları arasında yer almaktadır. Ayrıca nitelik açısından ev sahibi kurum ya da kişilerin hijyen eksikliği ile tutum ve davranışları da sistemin olumsuz yönleri arasındadır.

Yemek paylaşım platformlarının giderek artan bir şekilde tüketici tercihlerine yön verdiğini ve bu sayede sürdürülebilir bir gıda tüketimi alışkanlığının teşvik edildiğini göstermektedir. Özellikle büyük şehirlerde, bireyler arasında gıda paylaşımı üzerine kurulu toplulukların oluşması, hem yerel ekonomilere hem de çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. Yemek paylaşım ekonomisi sürdürülebilirlik, sosyal bağların güçlenmesi ve ekonomik tasarruf açısından tüketicilere birçok avantaj sunmaktadır. Ancak, bu ekonominin etkili bir şekilde işlemesi ve uzun vadede başarılı olması, tüketicilerin bu modelin nasıl çalıştığına dair bilinçli olmalarına ve sağlık, güvenlik, kalite gibi konularda dikkatli olmalarına bağlıdır. Ayrıca ev sahibi hizmet sağlayıcıların tutum ve davranışları da bu sistemin kabul görmesi ve tanınmasında etkin rol oynamaktadır.

Yemek paylaşım ekonomisi ile ilgili etkin tanıtım çalışmalarının yetersiz olduğu görülmektedir. Yemek paylaşım ekonomisinde etkin tanıtım hem kullanıcıların platforma ilgisini çekmek hem de mevcut kullanıcıların katılımını artırmak için stratejik bir yaklaşım gerektirmektedir. Yemek paylaşım ekonomisine ilgi duyabilecek hedef kitleyi tanıma, hedef kitlenin ihtiyaç ve beklentilerini anlama, kullanıcı yorumları ve değerlendirmelerinin şeffaflığı ile potansiyel kullanıcıların güvenini kazanma, bilinçlendirme amacıyla yayınlanacak blog yazıları ve eğitim içerikleri oluşturma gibi çalışmalar yapılabilir. Yemek paylaşım ekonomisi ile ilgili akademik araştırmaların eksikliği de dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda gastronomi ve mutfak sanatları okuyan üniversite öğrencileri, turistler ve tur rehberlerinin odak noktasında olduğu çalışmalar; farklı yöntem ve teknikler kullanılarak araştırılabilir. Bu çalışma, tüketicilerin farkındalığının artırılması durumunda yemek paylaşım ekonomisinin çok daha geniş kitlelere ulaşabileceğini göstermektedir. Bu bağlamda, paylaşıma dayalı yemek platformlarının, kullanıcılarına daha fazla bilgi sunarak ve eğitim programları düzenleyerek farkındalığı artırma çabalarını yoğunlaştırmaları gerekmektedir. Tüketici farkındalığının artması, hem bireylerin daha bilinçli tercihler yapmasına olanak tanıyacak hem de yemek paylaşım ekonomisinin sürdürülebilir bir büyüme sağlamasına katkıda bulunacaktır. İleride hazırlanacak çalışmalar özellikle tüketicilerin bu konuda bilgi sahibi olması, bu sistemi aktif olarak kullanabilmeleri; gerekli bilgi, araştırma, eğitim ve tanıtım faaliyetleri ile mümkün olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Akel, G. (2020). Evaluation of sharing economy in experimental appealing. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 26(53), 53-66.
- Alcoforado, R., Alcoforado, D., Costa Gomes, A. C., & Alcoforado, E. (2018). Impact of sharing economy in sacrifice in the collaborative tourism evaluated through a multiple regression mode. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4(2), 25-36.
- Atsız, O. & Çifçi, İ. (2022). Exploring the motives for entrepreneurship in the meal-sharing economy. *Current Issues in Tourism*, 25(6), 864-873.
- Atsız, O. (2022). The family experiences in the daily local-guided tours: Evidence from the sharing economy platform (Withlocals). *Journal of Vacation Marketing*, 28(4), 387-405.
- Atsız, O. & Çifçi, İ. (2021). Can we imagine the meal-sharing economy without service providers? The impact of COVID-19. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 172-177.
- Atsız, O. Çifçi, İ., & Law, R. (2022). Understanding food experience in sharing-economy platforms: Insights from Eatwith and Withlocals. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(1-2), 131-156.
- Balaban Salı, J. (2018). Verilerin Toplanması, (Ed. A. Şimşek) içinde Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. (s. 134-161). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Berg, B. L. & Lune, H. (2019). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (5. Bs.). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Böcker, L., & Meelen, T. (2017). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 28-39.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2011). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (8.Bs.). Ankara: Pegem Akademi.
- Camilleri, J., & Neuhofer, B. (2017). Value co-creation and co-destruction in the Airbnb sharing economy. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9), 2322-2340.
- Çifçi, H., Kandemir Altunel, G., Taspınar, O., & Çifçi, İ. (2023). Demystifying the authenticity experience of locally guided wine tours in the meal-sharing economy. *International Journal of Wine Business Research*, 35(2), 212-231.
- Çifçi, İ. & Şengel, T. (2024). The host experience in the meal-sharing economy: The other side of the medallion. *Anatolia*, 1-15.
- Çifçi, İ., Atsız, O., & Gupta, V. (2021). The street food experiences of the local-guided tour in the meal-sharing economy: the case of Bangkok. *British Food Journal*, 123(12), 4030-4048.
- Creswell, J. W. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Boston: Pearson Education, Inc.
- Gössling, S. & Hall, C. M. (2019). Sharing versus collaborative economy: how to align ICT developments and the SDGs in tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 27(1), 74-96.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Felsefe-Yöntem-Analiz* (5.bs.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal Of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047-2059.
- Heo, C. Y. (2016). Sharing economy and prospects in tourism research. *Research Notes and Reports/Annals of Tourism Research*, 58, 156-170.
- Heo, C. Y., Fravi, A. C., & Kim, B. (2019). Uberization of home cooking: Understanding participants' motivation of meal sharing. *APacCHRIE & EuroCHRIE Joint Conference, Hong Kong*, 1-8.
- Hossain, M. (2021). The effect of the Covid-19 on sharing economy activities. *Journal of Cleaner Production*, 280, 1-9.

- Ketter, E. (2019). Eating with EatWith: Analysing tourism-sharing economy consumers. *Current Issues in Tourism*, 22(9), 1062-1075.
- Li, C., Deng, L., & Law, R. (2023). Double blades: does a sharing platform benefit from integration to a popular OTA platform? *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 40(1), 1-20.
- Miles, M. B. ve Huberman A. M. (1994). *An Expanded Source Book: Qualitative Data Analysis* (2. Bs.). London: Sage Publications.
- Mody, M. A., Hanks, L., & Cheng, M. (2021). Sharing economy research in hospitality and tourism: a critical review using bibliometric analysis, content analysis and a quantitative systematic literature review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(5), 1711-1745.
- Yıldırım, K. (2010). Nitel Araştırmalarda Niteliği Artırma. *İlköğretim Online*, 9(1), 79-92.

DETAY YAYINCILIK

Adakale Sokak No: 14/4 Kızılay-Ankara
Tel: 0312. 434 0949 - Faks: 0312 434 3142
web: www.detayyayin.com.tr
e-posta: detayyay@gmail.com

ISBN: 978-625-5532-54-1



9 786255 532541



Sertifika No: 46573

online satış: www.detayyayin.com.tr

