



GASTRONOMİDE ALTERNATİF YAKLAŞIMLAR

Editörler

Alper KAYA

Mustafa YILMAZ

Seda YETİMOĞLU

GASTRONOMİDE ALTERNATİF YAKLAŞIMLAR

Editörler

Alper KAYA

Mustafa YILMAZ

Seda YETİMOĞLU





Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları: 111
GASTRONOMİDE ALTERNATİF YAKLAŞIMLAR

Editörler

Alper KAYA
Mustafa YILMAZ
Seda YETİMOĞLU

Grafik & Tasarım

Büşra UYAR
Muhammed Sami TEKİN
Mustafa ALTINTEPE

E-ISBN

978-625-7517-78-2

Yayınevi

Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları
Yaka Mah. Yeni Meram Cad. Kasım Halife Sok.
No: 11/1 Meram / KONYA
0332 221 0 575 - www.neuyayin.com

Aralık, 2021

** Bu eserin tüm hakları Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları'na aittir. Fotokopi yöntemiyle çoğaltılamaz, kaynak gösterilmedikçe resim, şekil vb'leri kullanılamaz.*

** Kitapta yazılı olan her türlü bilginin ve yorumun sorumluluğu yazarların kendilerine aittir.*



- Bu eser Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.
- This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

İÇİNDEKİLER

Yöresel Yemeklerin Sürdürülebilir Turizm Üzerinde Etkisi	1
<i>Erkan AKGÖZ, Tuğçe GÜNEŞ</i>	
Geçiş Dönemleri Yöresel Mutfak Kültürü: Ege Bölgesi'nde Nitel Çalışma	23
<i>Zeynep ÇINAR, Ümit SORMAZ</i>	
Gastronomik Unsur Olarak Sokak Lezzetleri.....	46
<i>Yaren ÖDEMİŞ, Zeynep ASLAN</i>	
Konya İlindeki Bazı Yöresel Çorbaların Fonksiyonel Besin İçeriğinin İncelenmesi.....	72
<i>Yılmaz SEÇİM, Samet Can AKSU</i>	
Coğrafi İşaretli Gıdalarda Organoleptik Analizin Önemi	96
<i>Fügen DURLU ÖZKAYA, Batuhan ÖZTÜRK</i>	
Mevlevilikte Mutfak ve Yemek Kültürü.....	114
<i>Gül Seray ŞİMŞEK, Zeynep ASLAN</i>	
Mutfak Kültüründe Cevizin Faydaları ve Cevizli Ürünler	
<i>Esra ÇAÇUR, Eda GÜNEŞ</i>	
Gastronomide Yükselen Eğilim: Umami Trendi	145
<i>Ayşe KAYABAŞI, Nihan GÖĞÜŞ BAĞIŞ</i>	
Gastronomi Alanında Kullanılan Lavantalı Tarifler	166
<i>Büşra KURTOĞULLARI, Eda GÜNEŞ</i>	
Balın Moleküler Gastronomideki Kullanımı	173
<i>Müge KARDEŞ, Abdullah BAYCAR</i>	
Kayseri'nin "UNESCO Gastronomi Kenti" Olabilirliğine ve Gastronomi Turizmine Dair Paydaş Görüşleri.....	189
<i>Osman ÖZER</i>	
Erzurum İlinin Gastronomi Turizmi Açısından Potansiyelinin Değerlendirilmesi	207
<i>Aysegül DAŞDEMİR, Ayşe Büşra MADENCİ, Yeliz PEKERŞEN</i>	

Turuncu Bayrak Uygulamasının Otel İşletmelerinde Uygulanabilirliği: Konya Örneği.....	220
<i>Ahmet BÜYÜKŞALVARCI, Zekeriya YETİŞ, Duygu TAŞTAN</i>	
Lisans Düzeyinde Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi Alan Öğrencilerin Öz Yeterliklerine Yönelik Nitel Bir Araştırma	256
<i>Esra YILDIRIM, Safa KAYA, Yeliz PEKERŞEN</i>	
Gastronomi Turizmi Dersi Kapsamında Uzaktan Eğitim Sürecinin Covid-19 Pandemi Dönemine Yansımaları.....	283
<i>Tuba ŞAHİN ÖREN, Veli Erdiñç ÖREN</i>	

YÖRESEL YEMEKLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM ÜZERİNDE ETKİSİ

Erkan AKGÖZ

Doç. Dr. Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Turizm İşletmeciliği, Konya, Türkiye eakgoz@selcuk.edu.tr
ORCID ID: 0000-0001-6723-0271

Tuğçe GÜNEŞ

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği,
Konya, Türkiye gunnestugce@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-4170-283X

1. Giriş

Dünya genelinde, hızla artan turizm faaliyetleri, turizmin temel değerleri niteliğindeki doğal, sosyal ve kültürel kaynaklar üzerinde geri dönüşü olmayan tahribatlar bırakmaktadır. Bu olumsuzluklara tepki olarak 1970'li yıllardan sonra Birleşmiş Milletler ve Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşlar liderliğine birçok toplantı gerçekleştirilmiş ve bu toplantılar sonucu sürdürülebilir turizm kavramı ortaya çıkmıştır (Eser vd., 2010). Sürdürülebilirlik kavramı “bugünün ihtiyaçlarını, gelecek kuşakların da kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin karşılamaktır” (Tosun, 2009) şeklinde tanımlanmaktadır.

İlk çağlardan bu yana insanlar beslenmelerini devam ettirirken çeşitli kurallar geliştirmişlerdir, bu kurallar zamanla toplumun kendilerine has gelenek ve görenekleriyle bütünleşerek kendilerinin kültürlerine özgü bir mutfak kültürü ortaya çıkarmışlardır (Usta & Yaman, 2020). Mutfak kültürü özel bir yöreye ait olan, o yörenin kültüründen izler taşıyan bölgeye özgü ürünler ve adetlerin birleşimiyle ortaya çıkan, yöre pişirme tekniklerinin kullanılması ile yapılan, dini ya da milli sebeplerde de oluşabilen, yöre insanları tarafından ayrıcalıklı tutulan yemeklerin

ve içeceklerin bütünüdür (Şengül & Genç, 2016). Yörelere kendine has değerleri küreselleşmeye paralel olarak tükenmeye yüz tutmuş olup kültürel değerlerin sürdürülebilirliği günümüzde tartışılmaya başlanmıştır (Eser vd., 2010). Bu noktada yapılan çalışmanın amacı, unutulmaya yüz tutmuş yörelere has mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinin sağlanması ve gelecek nesillere değişmeden aktarılmasının gerekliliği üzerine bir değerlendirme yapmaktır.

2. Kuram ve Literatür

“Yemek” kavramına ilişkin birçok tanımlama yapılmış ve Fischer (1993), Poulain (1985), Herpin (1988), Bessiere (1998) gibi araştırmacılar yemeği tanımlarken bölümlere ayırmışlardır:

- **Sınıf göstergesi olarak yemek;** Sosyal aktörlerin birbirlerini tanımlama ve yaşam tarzlarının belirlemelerine yarayan ayırt edici işaretlerdir (şampanya, viski, havyar).
- **Bir amblem olarak yemek;** Belirli bir coğrafi bölge veya topluluğun mutfak kültürüne ilişkin durumudur.
- **Bir paylaşım belirtisi olarak yemek;** Başkalarıyla paylaşılan yemekler eğlenceli bir sosyal ortam yaratmaktadır (örneğin iş yemekleri, aile kutlamaları, günlük yemekler) (Bessiere, 1998).

Dereli (1989)'ye göre, Prehistorya bilimcilerinin yaptıkları tetkikler, insanoğlunun taş devrinde bile beslenmesi için farklı bir alan ve araç-gereç kullandıklarını göstermektedir. Son derece ilkel de olsa ilk insanla başlayan mutfak ilerleyen çağlarda insanın evrimine paralel olarak değişime uğramıştır (akt. Akman, 1998).

Aktaş (2009), mutfak kültürünü, beslenmeyi sağlayan yemek ve yiyecek-içecek türlerinin üretimi pişirilmesi, saklanması ve tüketilmesi sürecindeki mekân ve araç gereçleri, aynı zamanda yeme içme geleneği doğrultusunda, gelişen inanış ve uygulamalardan oluşan bütünsel ve kendine özgü bir yapıdır (Akt. Akdemir & Selçuk, 2017) şeklinde tanımlamıştır. Her milletin kendine özgü, toplumunun sosyo-kültürel ve ekonomisine, tarihine, beslenme alışkanlıklarına göre şekil almış bir mutfak kültürü vardır (Uzel, 2018).

Seyitoğlu ve Çalışkan (2014) Türk mutfağını “Türkiye’de yaşayan insanların beslenmelerini sağlayan yiyecek-içecekler, bu yiyecek ve içeceklerin hazırlanış biçimleri, pişirilmesi, korunması;

bu işlemler için gerekli araç-gereç ve teknikler ile mutfak çerçevesinde yemek yeme adabı ve gelişen tüm uygulamalar ve inanışlar” şeklinde tanımlamışlardır (s. 25). Türk mutfak kültürü Orta Asya’dan M. Ö 200’lü yıllarda 21. yy’a kadar uzanıp, Asya ve Anadolu topraklarının zengin ürün çeşitliliğiyle ve tarihsel süreç içerisinde diğer kültürlerle olan etkileşimle yoğrulup zaman içinde bazı değişimler yaşamış ve günümüze kadar ulaşmıştır (Kızıldemir ve Sarıışık, 2014). Türk Mutfağı, yedi çeşit bölgenin farklı lezzetlerini kapsadığı için çoğu türde ürün sunabilme niteliğinde olan dünyanın önemli sayılabilecek ve en eski olan mutfaklarından birisi haline gelmiştir (Ağcakaya & Can, 2019).

Sürdürülebilir turizm yaşadığımız dönem ve gelecek dönemdeki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini dikkate alan, sektörün, turistler ile yöre halkının ihtiyaçlarını, gözeten, doğal kaynakları turizm gelişiminin önemli bir unsuru olarak en uygun şekilde kullanan, ekolojik süreçleri ve çevresel kaynakları koruyan bir anlayıştır (Yayla, 2020).

Kültür kişilerce yaratılan değer sisteminin, örf, adet, inanç, tutum, ahlak sanat ve sembollerin karışımı ve aynı zamanda kültür, bir istek veya davranışın ana belirleyicisi olan bir etmendur. Bu etmen toplumdaki temel değerler, algılar, istekler ve davranışlardan oluşmakta ve toplum içinde bireyin bunları sürekli öğrenmesi ile gerçekleşmektedir (Şener, 2006).

Literatür taraması sonucunda oluşturulan “Yöresel Mutfak ve Sürdürülebilirlik” ile ilgili yapılmış olan çalışmalar *Tablo 1*’de yer almaktadır.

Tablo 1: “Yöresel Mutfak” ve “Sürdürülebilirlik” kavramları

Yazar	Konu	Sonuç
Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can (2013)	Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü	Çalışmada, elde edilen bulgular ile sürdürülebilir gastronomi, turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü bir model ile anlatılmaya çalışılmıştır. Coğrafi işaretlerin, kültürel ve yerel mirasın hem korunması hem de sürdürülebilirliğin sağlanması açısından önem arz ettiği vurgulanmıştır.

Eren ve Sezgin (2017)	Yöresel Ürünlerin Gastronomi Turizminin Sürdürülebilirliği Bakımından Değerlendirilmesi: Pestil ve Köme Örneği	Yöresel ürünlerin değişmeden sürdürülebilirliğinin sağlanması için, yöresel ürünlerin bileşim ve kalite farklılıklarının ortadan kaldırılması sağlıklı ve hijyenik ortamlarda üretilmesi ve ürünlere standardizasyon kazandırılması gerektiğinin vurgusu yapılmıştır.
Mızrak, Aydoğan, Aydoğdu ve Yaşarsoy (2017)	Sürdürülebilir Turizmde Yöresel Yemeklerin Rolü ve Önemi: Kastamonu Örneği	Çalışmanın amacı, bölge ve yöre halkına ekonomik sosyal ve kültürel anlamda etkileri olan yöresel yemeklerin sürdürülebilir turizmde ki rolü ve önemini belirtmektir. Araştırmanın sonucunda 167 adet yöresel yemek tarifi kayıt altına alınmıştır.
Ağcakaya ve Can (2019)	Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği	Çalışmada, Türkiye'deki gastronomi müzelerinin sürdürülebilirlik olgusuna katkısının olup olmadığı sorusunun yanıtı aranmıştır. Turizm, Türkiye'nin döviz getirme miktarı en yüksek sektörü olmakla birlikte; gastronomi turizminden yeterince efektif bir biçimde yararlanılmadığı sonucuna varılmış ve gastronomi müzelerinin tanıtılmasına yönelik önerilerde bulunulmuştur.
Örgün, S. Solunoğlu ve A. Solunoğlu (2020)	Yerel Mutfak Kültürünün Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Nevşehir Örneği	Yöre halkından belirlenen 10 kişi ile yüz yüze görüşme yapılmış, Kapadokya bölgesinde unutulmaya yüz tutmuş yöresel bir yemeğin kaynak kişilerden tarifinin bulunup sonrasında geleneksel tarihe bağlı kalarak tekrar yapılması ve yapım aşamalarının kayıt altına alınarak tarifi kaybolması önlenmeye çalışılmıştır.

3. Yöresel Mutfak

Berard ve Marchenay (2008)' a göre yöresel ürünlerin özgünlüğü, özel bir yerde, belli bir kültürde köklenmesiyle ve genellikle tarihsel derinlik, beceri, bilgi, yeme alışkanlığı ve diğer gelenekleri kapsamaktadır, bu özellikler yöresel ürünleri cazip kılan, onların satışlarını etkileyen unsurların başında gelir (akt. Şengül, vd.,2016).

3.1. Yöresel Mutfağın Önemi

Gastronomi pek çok ülke açısından turistik pazarlama unsuru olarak ön plana çıkmakta ve ülkeler için büyük önem arz etmektedir (Pekyaman, 2008). Turistlerin farklı ülkeleri ziyaret etmek istemelerinde, o ülkenin mutfak kültürünü tanıma en önemli faktörler arasında yer alır. Bunlara ek olarak mümkün olan en iyi yemeği yeme arzusu ve yenilecek yemek için zaman, mekân, mesafe ve maddiyat gözetilmeksizin yemeği en iyi yapan yere gitme arzusu (Güdek, 2018) turistleri farklı ülkelere çeken unsurlar arasındadır.

Yöresel mutfak turistlerin genel destinasyon algısında önemli bir belirleyicidir. Yerel mutfak imajının, bulunduğu destinasyonu ayırıcı kıldığı için kendine özgü bir kavram olarak ele alınması gerektiği öne sürülmüştür. Bu mantığa uygun olarak, turistlere yönelik yapılan bir çalışma ile yöresel mutfağın algılanan görüntüsü tespit edilmiştir. Örneğin, Amerikalı müşteriler arasında altı tür Asya yemeği (Çin, Hint, Kore, Tayland ve Vietnam) algısını inceleyerek, Jank ve arkadaşları (2009) mutfak özelliklerinin dört kategoriye ayırmıştır:

- 1) Görüntü (temiz, çekici, düzgün bir görüntü)
- 2) Sağlık özellikleri (sindirilebilir, sağlıklı, besleyici)
- 3) Benzersizlik (aromatik, benzersiz, baharatlı ve egzotik)
- 4) Diğer özellikler (kaliteli, ucuz)

Yukarıdaki argümanlardan yola çıkarak, yerel mutfağın imajı, yalnızca yemeğin niteliklerine ilişkin görüşleri değil, aynı zamanda turistlerin yemek deneyimi ile ilgili duygularını da içermektedir (Pestek & Cinjarevic, 2014).

Yöresel yemeklerin restoranlar tarafından kullanılması gıda üretimini arttırmakta ve markalaşmaya yardımcı olmaktadır (Şengül & Türkay, 2016) bu durum restoranların bölgede üstünlük sağlamasına katkıda bulunmaktadır.

Giampiccolli ve Kalis (2012), yiyeceğin kültürün bir parçası olduğunu ve turizm endüstrisi için bir kaynak olarak değerlendirilebileceğine, Kleidas ve Jooliffe (2010), yiyecek-içecek turizme yönelik talep yarattığına, Remington ve Yüksel (1998) ise, Yiyecek- içecek, turistlerin memnuniyetini etkilemede dördüncü sırada geldiğini ve ülkeyi tekrar ziyaret etmelerinde çok önemli bir yeri olduğuna değinmektedirler (akt. Aslan vd., 2014).

Yöresel yemekler destinasyon çekim unsurları arasında önemli bir yere sahiptir. Örneğin Remington ve Yüksel (1998) yaptığı çalışmada ziyaretçilerin Türkiye'ye tekrar gelmesinin en önemli nedeninin yöresel yemekler olduğunu tespit etmiştir. Aynı şekilde Yeni Zelanda'yı ziyaret eden turistler için en önemli aktivitenin dışarıda yemek yeme olduğu sonucuna varılmıştır. Engriht ve Newton (2005) tarafından yapılan bir çalışmada ise yemeklerin Hong Kong için ikinci en önemli çekim unsuru, Bangkok için dördüncü ve Singapur için beşinci en önemli destinasyon çekim unsuru olduğu sonucuna varılmıştır (McKerner vd., 2008).

3.2. Yöresel Mutfağın Sürdürülebilir Turizm Açısından Önemi

Araştırmalar, mutfağın sürdürülebilir turizm için birçok düzeyde önemli olduğunu göstermiştir. İlk olarak yerel yemeklerin turistlerin ortalama tüketimini arttıracığına ve yerel ekonomiye fayda sağlayacağı düşünülmektedir. İkinci olarak, dünya çapında gıda taşımanın çevresel sonuçlara yol açacağına ilişkin endişeler, turizm endüstrisi karbon ayak izini azaltmak istiyorsa "yerel satın almanın" hayati önem taşıdığı gündeme getirilmiş, üçüncü olarak ise dünya genelindeki turizm destinasyonlarının ziyaretçileri çekmek için birbirleriyle rekabet ettiğine dair artan bir kabul vardır. Bu nedenle her destinasyon onu diğer destinasyonlardan ayıracak ve ziyaretçi akışını sürekli kılacak bir dizi mal ve ürün geliştirmelidir. Nitekim yerel ürünler belirli bir yerin "tipik" doğasını yansıtan "ikonik" ürünler olarak kabul edildiğinden dolayı turistler arasında popüler bir imaja sahip olabilir (Sims, 2009).

Doğanın korunması kadar mevcut kültürün de korunması göz ardı edilmemelidir. Yapılan çalışmalar kültürün önemli bir parçasını oluşturan yeme içme alışkanlıklarının da turizmden etkilendiğini göstermektedir. Yerel yiyecekler de korunması gereken kültürel öğeler arasında yer almalıdır (Örgün vd., 2020). Her ülkenin kültürü ve kültürel varlıkları çok değerlidir ancak bu değer korunduğunda ve iyi yönetildiğinde sürdürülebilir nitelik kazanmaktadır (Uygur & Baykan, 2007).

Güneş ve arkadaşları (2008) Sürdürülebilir turizmde, turizmden ekonomik fayda sağlamak için ortaya konan önerileri:

- Konuk sayısının arttırılması

- Konaklama süresinin arttırılması (Bu sayede yerel ürün ve hizmetleri satmak için daha çok olanağın sağlanması)
- Turistlere doğrudan veya dolaylı olarak sunulan yerel ürünlerin satılması sayesinde, turist başına satın alınan arttırılması
- Turistlerin yerel konaklama hizmetlerinden yararlanmasının sağlanması (Bu sayede turistlerin gecelik konaklama maliyetlerini karşılamanın yanı sıra yöresel yiyecek ve içecekler ile yerel ürün ve hizmetlerden yararlanmaları)
- Yerel olarak yetiştirilmiş ürünlerden elde edilen yiyecek ve içeceklerin satın alınması sayesinde ekonomik gelirin arttırılması.

şeklinde sıralamaktadırlar.

4. Yöresel Mutfak Kültürü

Şengül ve Türkay, yöresel mutfak kavramını belirli bir bölgeye özgü olan, o yörenin kültüründen izler taşıyan, bölgeye has ürünler ve bölgenin yaşam tarzı ile ortaya çıkan, yörenin kendine has pişirme teknikleri ve pişirme araçlarının kullanılması ile yapılan, dini ya da milli sebeplerle de oluşabilen, yöre insanları tarafından ayrıcalıklı tutulan yemeklerin ve içeceklerin bütünü olarak tanımlamaktadırlar (Şengül vd., 2016).

4.1. Kültür Kavramı

Kültür sözcüğü Latince Colere fiilinden türetilmiştir. Colere “toprağı işlemek, tarlayı sürmek, ekip biçmek” anlamına gelir. Colere sözcüğü Türkçe’de “ekin” anlamına gelen “cultura” sözcüğü, “kültür” sözcüğünün kaynağıdır (Çotuksöken, 2003).

Mountinho (2000) kültürün, öğrenilmiş inançlar, değerler, gelenek görenekler ve maddi unsurlar olduğunu belirtmiştir, Çabuk ve Yağcı (2003)’ya göre kültür; toplumları birbirlerinden ayırmaya yarayan, geçmişten günümüze aktarılan norm ve değerlerdir. Özalp (2004)’e göre her toplumun kültürü kendine hastır, kültür insanların toplumsal mirasıdır ve bu miras topluma yeni katılanlar tarafından öğrenilmektedir (akt. Yıldız, 2013) .

Yemek kültürü her bölge için farklılık göstermekte yaşam biçimlerine göre şekil almaktadır. Beslenme ve kültür bağlantısını Tezcan (2001) şöyle ifade etmiştir. Kültür;

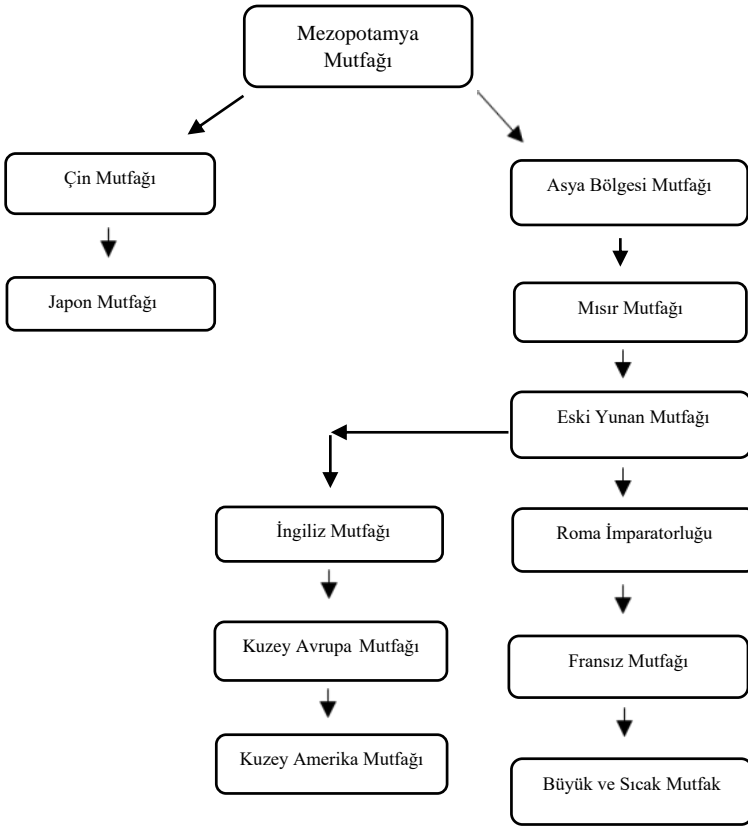
- Ne yiyeceğimizin temel belirtisidir.
- Kültür öğrenilmiştir. Yiyecek alışkanlıkları da küçük yaşta öğrenilir. Öğrendikten sonra uzun süre değişmez.
- Yiyecekler kültürün bütünleyici parçalarıdır (Beşirli, 2010).

4.1. Yöresel Mutfak Kültürünü Etkileyen Unsurlar

Mutfak kültürü toplumdan topluma farklılık göstermektedir ve mutfak kültürünü etkileyen birçok unsur bulunmaktadır. Bu unsurlar şu şekilde sıralanabilir (Şengül, vd., 2016):

- Yöreye özgü yiyecek ve içecek ürünleri
- Dini etkiler
- Mevsimsel özellikler
- Coğrafi özellikler
- Tarihsel birikim
- Milli etkiler
- Gelenek ve görenekler
- Yeme içme alışkanlıkları

Dünya mutfakları kullanılan malzemeler, farklı iklim ve ekosistemler, pişirme metotları, gelenekleri ve kültürel yönlerden farklılık gösterebilir. Yöresel yiyecek hazırlama adet ve gelenekleri ile kullanılan malzemeler sıklıkla belirli bir coğrafi bölgeye hastır ve yerel mutfaklar genellikle kaynaklandıkları bölgenin coğrafi adı ile adlandırılırlar (Wikipedia, 2021). Çetin (1993)'in oluşturduğu *Şekil 1*'de görüldüğü gibi uluslararası mutfakların tümü Mezopotamya mutfağından etkilenmiştir. Sonradan Çin Mutfağı ve Asya Bölgesi Mutfağı olmak üzere dünya mutfakları ikiye ayrılmış, Asya Bölgesi Mutfağı'nın, Mısırlı Mutfağı'nı etkilediği, Mısır Mutfağı'nın, Eski Yunan Mutfağı'nın oluşmasına zemin hazırladığı ve akabinde Roma İmparatorluğu, Fransız Mutfağı, Büyük ve Sıcak Mutfağı'nın gelişmesine katkıda bulunduğu, diğer mutfaklardan bağımsız olan Çin Mutfağı'nın ise Japon Mutfağı'nın oluşumunu sağladığı, İngiliz Mutfağı, Kuzey Avrupa Mutfağı ve Kuzey Amerika Mutfaklarının da Eski Yunan Mutfağından etkilendiği görülmektedir (Düzgün & Özkaya, 2015).



Şekil 1: Uluslararası Mutfakların Etkileşimi

5. Yöntem

Yörelere özgü ürünlerin unutulmaya yüz tutması dikkat çekilmesi gereken bir konudur ve destinasyonlara sağladığı katkı açısından üzerinde durulması gerekmektedir. Bu anlamda, bu çalışmada, yörelere özgü ürünlerin gelecek nesillere aktararak unutulmasının önlemeye çalışmak ve sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için yapılması gerekenler üzerinde durarak çözümler üretmek amaçlanmıştır.

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Yıldırım ve Şimşek (2008) nitel çalışmayı, “gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlediği araştırma” (akt. Karataş, 2015) olarak tanımlamıştır.

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır.

Nitel araştırmalar için örneklem büyüklüğünü en az 15 kişi olması önerilmektedir (Mason, 2010). Bundan dolayı araştırma kapsamında yer alan tüm katılımcılara elektronik posta yoluyla standartlaştırılmış açık uçlu sorular sorulmuştur. Standartlaştırılmış açık uçlu sorularda soruların tam olarak sırası ve tarzı önceden belirlenir. Görüşme yapılan tüm kişilere aynı temel sorular aynı sıra ile sorulur, sorular tam anlamıyla açık uçlu bir formatta ifade edilir (Büyüköztürk vd., 2020:160). Katılımcılara, konu hakkında düşüncelerini serbestçe dile getirebilmeleri için açık uçlu sorular sorulmuştur.

6. Bulgular

Bu alanda katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Bu kapsamda katılımcılara; yaşları, cinsiyetleri, meslekleri, medeni durumları sorulmuştur.

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Özellikleri

		Sayı	%
Yaş	18-23	6	30
	24-29	7	35
	30-35	2	10
	36-41	3	15
	42-47	1	5
	48 ve üzeri	1	5
Cinsiyet	Kadın	7	65
	Erkek	13	35
Medeni Durum	Evli	3	15
	Bekâr	17	85
Meslek	Akademisyenler	5	25
	Gastronomi Öğrencileri (Lisans/Lisansüstü)	5	25
	Mutfak Çalışanları (Chef)	5	25
	Yabancı Turistler	5	25

Tablo 2: Katılımcıların Yöresel Mutfak ile ilgili Görüşleri

Katılımcılar	Türk mutfağı hakkında ne düşünüyorsunuz?	Bulduğunuz yöreye ait mutfak kültürü ürünleri mevcut mudur? Nelerdir	Sizce yöresel mutfak ürünlerinde olması gereken özellikler nelerdir?	Geleneksel mutfak öğeleri ile modern öğelerin birleştirilmesi doğru bir uygulamama mıdır sizce?
K1	Dünyanın en zengin mutfağı	Antalya piyazı, keşkek, nohutlu tarhana, kabak tatlısı	Muhteviyatı o yöreye ait olmalı	Doğru bulmuyorum
K2	Birçok mutfaktan etkilendiği için çok zengin	Bazlama, gözleme, Ankara tava, kapama kebabı, kuru köfte, hoşmerim tatlısı	Özünü kaybetmemiş olmalı	Doğru buluyorum
K3	Oldukça karmaşık ve çeşitli	Ankara tava	Ürünler o bölgeye ait olmalı	Doğru buluyorum
K4	Coğrafi konumundan ötürü çok çeşitli	Keçi derisine basılmış tulum peyniri, tuzlu tereyağı	Yemeğin, pişirilmesi, saklanması tekniği bölgeye özgü olmalı	Doğru buluyorum
K5	Zengin bir mutfak	Mesir macunu, odun köfte, pideli paça, keşkek	Köklü bir geçmişi olmalı	Doğru buluyorum
K6	Çok lezzetli	Piyaz köfte	O yörede üretilen doğal ürünlerden yapılmalıdır.	Doğru buluyorum
K7	İçinde birçok kültür barındırıyor	Su böreği, kapama, tarhana, şekerli pide	Özünü kaybetmemeli	Doğru bulmuyorum
K8	Çok geniş bir yelpazeye sahip	Adana kebabı, şırdan, bumar, kırkat, analıkızlı, fellah köftesi, ekşili topalak, karın dolması, işkembe dolması	Uzun bir geçmişi olmalıdır	Doğru buluyorum
K9	Birçok kültürden etkilenecek günümüze kadar çeşitlenmiştir	Hibes mezesi	Pişirme şekli, kullanılan ürünler, baharatlara kadar bölgeye özgü olmalıdır	Doğru buluyorum
K10	Çok lezzetli olmasının yanında protein ve karbonhidrat miktarı yüksek	Odun köfte, kulak çorbası, keşkek, kapatma mantı	Bölgeye özgü olmalıdır	Doğru buluyorum
K11	Türk mutfağı özellikle kahvaltıda çok çeşitli	İngiltere birçok kültüre sahiplik yaptığı için çok fazla yöresel yemek var	Yöresel yemekler yerel üretilmeli ve yöreye özgü olmalıdır	Doğru buluyorum
K12	Türk mutfağı lezzetli ve fantastik bir kültür vizyonudur	İngiliz köpüklü şarabı, Banoffe turtası	Bulduğu bölgenin kültürünü yansıtmalıdır	Doğru buluyorum
K13	Özellikle etli yemeklerde çok çeşitli bir mutfak	Bulduğum bölgede yöresel ürünler mevcut değil	Evde yapılan yemekler geleneksel tariflere göre yapılmalıdır	Doğru buluyorum

Yöresel Yemeklerin Sürdürülebilir Turizm Üzerinde Etkisi

K14	Çeşitli ve kaliteli	Bulduğum bölgede yöresel ürünler mevcut değil	Zengin bir çeşitliliğe sahip olmalıdır	Doğru buluyorum
K15	Kendi ülkemizi yani Lübnan'ın yemeklerine benzetiyorum	Ülkemizde baharat çeşitliliği fazla	Bence baharat çeşitliliği fazla olmalıdır	Doğru buluyorum
K16	Zengin bir mutfak kültürüne sahip	Arabaşı çorbası, tarhana, Beyşehir sızanı	Yöreye has özellikler taşınmalı ve yöreyle özdeşleşmeli	Doğru buluyorum
K17	Dünyada benzeri neredeyse bulunmayan eşsiz bir mutfak	Göbek mantarı, çokratma, yoğurtlu balık, balık dolması, meyre, havyar köftesi, güdük, labada sarması, etli yuvalak	O bölgeye has olmalı, o bölgede üretilmeli	Doğru bulmuyorum
K18	Birçok etnik grubun, kültürün ve birçok dönemin izlerini taşımasından ötürü oldukça zengin	Koruk ekşisi, sığla yağı, oğlak kavurması	Kendi doğal ürünleriyle, teknikleriyle, yerel halk tarafından yapıp geleneğine uygun şekilde hazırlanmalı	Doğru bulmuyorum
K19	Dünyanın en zengin, besleyici ve büyüleyici mutfakları içerisinde	Kuyu kebabı, keşkek, kuru patlıcan dolması, biber tatarı, tavas baklavası	Bölgede yetişen ürünler ile yapılmalı ve orijinal pişirme yöntemleri kullanılmalı	Doğru bulmuyorum
K20	Birçok kültürden etkilendiği için oldukça zengin bir mutfak	İslama köfte, uhut tatlısı, kabak tatlısı	Özgün olmalıdır	Doğru buluyorum

Tablo 2'de yer alan yöresel mutfak çalışmasına ilişkin katılımcı görüşlerinde; *Türk mutfağı hakkında ne düşünüyorsunuz?* Sorusuna katılımcıların, en sık tekrarladığı cümle, Türk mutfağı birçok kültürden etkilendiği için çok çeşitli, zengin bir mutfağa sahip olduğu ve çok lezzetli olduğu yönündedir. K12 farklı olarak Orta Doğuda denediği en güzel tatlılara ve hamur işlerine (baklava, börek, gözleme) sahip olduğunu, pilav ve mantı gibi yemeklerin çok lezzetli olduğunu belirtmiştir.

Bulduğunuz yöreye özgü mutfak kültürü ürünleri mevcut mudur, mevcutsa nelerdir? Sorusuna, K1, Antalya piyazı, keşkek, nohutlu tarhana, kabak tatlısı. K2, hamur işi olarak bazlama ve gözleme, Ankara tava, yayla çorbası, kapama kebabı, kuru köfte, hoşmerim tatlısı. K3, Ankara tava, K4, keçi derisine basılmış Erzincan tulum peyniri, tuzlu Erzincan tereyağı. K5, mesir macunu, odun köfte, pideli paça ve keşkek. K6, piyaz köfte. K7, su böreği, kapama, tarhana, şekerli pide. K8, Adana kebab, şırdan, bumbar, kırkat, analıkızlı, kibbe (içli köfte), fellah köftesi, sıkma, kaz başı, sarımsaklı fıstıklı köfte, karın dolması, işkembe dolması, ekşili topalak. K9, hibes mezesi. K10, Manisa kebabı, odun köfte, keşkek,

kapatma mantı, kulak çorbası. K11, yaşadığı yer olan İngiltere'nin çok büyük ve birçok kültür bir arada o yüzden çok fazla yöresel yemeklere sahip olduğunu belirtmiştir. K12, İngiliz köpüklü şarabı, banoffe turtası. K13 ve K14 bulunduğu bölgede yöresel ürünler olmadığını belirtmişlerdir. K15, bulunduğu bölgenin yöresel ürünlerini çeşitli baharatlar oluşturduğunu belirtmiştir. K16 ve K17, arabaşı çorbası, Beyşehir tarhanası, göbek mantarı, holuska, horuntulu, saç arası, hungılış, şibit, balık yemekleri olarak; havyar köftesi, çokratma, yoğurtlu balık, sulu balık, balık yahnisi, balık dolması, meyre, balık kapaması, etli yemekler; etli yuvalak, güdük, bazlama tatlılarda; çiğirdik, galgıdan, çençen aşı, şire tarhanası, pelte, sütlü baklava, sini, kaygana. K18, koruk ekşisi, sıgla yağı, oğlak kavurması, bal, tarhana. K19, kuyu kebabı, keşkek, kuru patlıcan dolması, cızlama, biber tatarı, tavas baklavası. K20, ıslama köfte, kabak tatlısı, uhut (uğut), yanıtlarını vermişlerdir.

Sizce yöresel mutfak ürünlerinde olması gereken özellikler nelerdir? Sorusuna katılımcıların en sık tekrarladığı cümle, yetiştiği yöreye özgü olmalıdır, yetiştirilmesinden, pişirme, hazırlama ve sunuma kadar bölgenin kültürünü yansıtmalıdır, tamamen özgün olmalıdır şeklindedir.

Geleneksel mutfak öğeleri ile modern öğelerin birleştirilmesi doğru bir uygulama mıdır sizce? Sorusuna katılımcıların yanıtları şu şekilde olmuştur; K1, geleneksel bir yemeğin modernleştirilmesini doğru bulmuyorum çünkü geleneksel ürünlerin özünü kaybetmesine neden olur, eski gelenekler olduğu gibi devam ettirilmelidir cevabını vermiştir. K2, geleneksel ve modern ürünlerin birleştirilmesini doğru yapıldığı takdirde onayladığını belirtmiştir. K3, bu uygulamanın doğru olduğunu düşündüğünü, geleneksel uygulamaların, modern uygulamalar ile birleştirildiğinde zenginlik katacağını ancak modern uygulamaların belirli kurallara göre yapılması gerektiğini aksi takdirde insanlar tarafından benimsenemeyeceğini belirtmiştir. K4, özünü kaybetmeden yapılan değişikliklerin doğru bir uygulama olduğunu gelecek kuşaklara ancak modernleştirilerek aktarılabilceğini belirtmiştir. K5, orijinalliğini bozmadan yapılan değişiklikleri doğru bulduğunu belirtmiştir. K6, geleneksel yemeklerin sunumda yetersiz kaldığını, modern uygulamalar ile daha iyi bir sonuç elde edilebileceğini belirtmiştir. K7 modern ve geleneksel uygulamaların kendine has ayrı ayrı özellikleri

olduğunu birleştirilmesinin doğru olmadığını belirtmiştir. K8, geleneksel yemeklerin pişirilmesinde tamamen özüne bağlı kalınması gerektiğini yalnızca sunumda modern öğelerin kullanılabileceğini belirtmiştir. K9, modern öğeler ile geleneksel öğelerin birleştirilmesinin doğru bir uygulama olduğunu belirtmiştir. K10, geleneksel öğelerin, modern öğelerle birleştirilmesi sunumu daha dikkat çekici hale getirmektedir, cevabını vermiştir. K11, geleneksel öğeler olduğu gibi değil modernleştirilerek sunulmalıdır cevabını vermiştir. K12, geleneğin inovasyonla birleştirilmesinin çok daha yaratıcı sonuçlar elde edilmesine neden olacağını belirtmiştir. K13, geleneksel öğeler ile modern öğelerin birleştirilmesinin doğru bir uygulama olduğunu belirtmiştir. K14, kendi için geleneklerin ön planda olmasına rağmen modern öğelerle birleştirilmesini doğru bulduğunu belirtmiştir. K15, geleneksel ürünler, modern öğelerle birleştirilerek daha sanatsal hale getirilebilir, yanıtını vermiştir. K16, geleneksel öğelerin, özünü yitirmeden modernleştirilmesinin doğru bir uygulama olabileceğini belirtmiştir. K17, geleneksel mutfak kültürü modernize edilip, orijinalliği bozulmamalıdır yanıtını vermiştir. K18, her iki uygulamanın ayrı ayrı değerlendirilmesini, yöresel yemeklerin geleneğe bağlı kalınarak yapılması gerektiğini aksi takdirde, geleneksel ürünleri modernize etmek adına gerçek tariflerin ve mutfağın fark edilmeden zaman içerisinde kaybolacağını belirtmiştir. K19, geleneksel mutfak öğeleri ile modern öğelerin birleştirilmesini doğru bulmadığını, geleneğin özünü kaybedebileceğini belirtmiştir. K20, yöresel mutfakların tanıtımında ürünlerin modern öğelerle birleştirilmesi önemli rol oynayacaktır yanıtını vermiştir.

Tablo 3: Yöresel Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği ve Turizme Katkısı ile İlgili Görüşler

Katılımcılar	Sizce yöresel yemeklerin turizme etkisi var mıdır?	Bir ülkeyi/bölgeyi ziyaret etmenizdeki yöresel mutfak ürünlerinin rolü var mıdır?	Gittiğiniz ülkede/bölgede yöresel yemekleri mi tercih edersiniz diğer yemekleri mi?	Geleneksel mutfak kültürünü yaşatmaya çalışıyor musunuz? Nasıl	Geleneksel mutfak kültürünün sürdürülebilmesi için ne yapılmalıdır?	Yöresel yemeklere harcadığınız ücret toplam tatil harcamalarınızın ne kadarlık kısmını oluşturur?
K1	Kesinlikle vardır	Seyahat amacıyla yöresel yemekler ilk sırada gelir	Yöresel yemekleri tercih ederim	Büyüklerimden tarifler alıp, reçeteler yazıp saklıyorum	Reçeteler aslına uygun saklanmalı, şefler bu reçetelere sadık kalmalıdır	Yarisını oluşturur
K2	Kesinlikle etkisi vardır	Evet, var	Yöresel yemekleri tercih ederim	Özel günlerde hep yöresel yemeklerimizi yaparız	Yöresel yemeklerimizi gelecek nesle öğretmeliyiz	Neredeyse yarisı
K3	Evet, vardır	Sırf yöresel yemekler için seyahat ederim	Yöresel yemekleri tercih ederim	Büyüklerimden öğrendiğim tarifler ile yaşatmaya çalışıyorum	Yerel üretim desteklenmeli ve bu konuda uzman kişilerin desteği alınmalıdır	Değişiyor
K4	Evet, kesinlikle vardır	Bir bölgeyi ziyaret etmemdeki ilk önceliğim yöresel yemeklerdir	Yöresel yemekleri tercih ederim	Evimde ve çalıştığım yerde yöresel yemekleri orijinal tarifine göre yapıyorum	Yöresel ürünler, yapımından sunumuna kadar tüm işlemlerde doğru uygulanmalıdır	Büyük bir kısmını yöresel yemekler oluşturur
K5	Ever, vardır	Evet, var	Yöresel yemekleri tercih ederim	Büyüklerimden tarif olarak uyguluyorum	Geleneksel yemekler gençlerde merak uyandırılmalıdır	Yarisından daha az
K6	Evet, vardır	Yöresel yemekler benim için önemli bir etkiye sahip	Yöresel yemekleri tercih ederim	Yaptığım yemeklerin neredeyse hepsi yöresel yemeklerden oluşuyor	Geleneklere bağlı kalarak, modernleştirilirse her kesime hitap eder ve daha çok dikkat çeker	Yarisını oluşturur
K7	Evet, vardır	Seyahatimde yöresel yemekleri ile meşhur olan yerleri tercih ederim	Yöresel yemekleri tercih ederim	Yaptığım bir uygulama yok	Evlerde ve lokantalarda yöresel yemekler yapılmalıdır	Az bir kısmını oluşturur
K8	Evet, vardır	Önceliğim değil, ama etkisi vardır	Yöresel yemekleri	Çalıştığım yerde, yöresel yemekleri	Aşçılar ve aşçı adaylarına daha çok sorumluluk	Büyük bir kısmını kaplamıyor

Yöresel Yemeklerin Sürdürülebilir Turizm Üzerinde Etkisi

			tercih ederim	pişirmeye özen gösteriyorum ve bunu yabancılara sunuyorum	düşüyor, daha fazla araştırmaları gerekiyor	
K9	Evet, kesinlikle vardır	Evet, vardır	Yöresel yemekleri tercih ederim	Yaptığım bir uygulama yok	Geleneksel tarife göre yapılmalıdır	Gittiğim bölgeye göre değişiyor
K10	Evet vardır	Mesleğimden ötürü önceliğim yöresel yemeklerdir	Yöresel yemekleri tercih ederim	Yurt dışında çalıştığım için burada yaşatma imkânı bulamıyorum	Çalıştığım sektörden yola çıcarsak, menülere Türk mutfağını ekleyip yöresel yemeklere ağırlık verilebilir	Az bir kısmını oluşturuyor
K11	Geçmişte daha çok etkisi olduğunu düşünüyorum	Vegan seçeneği olan mutfaklar seyahat tercihimde yemekler ilk sırada geliyor	Yöresel yemekleri tercih ederim	Büyük işletmelerden ziyade yerel işletmelerin yemeklerini tercih ediyorum	Güçlü bir kültüre sahip olması yeterli	Diğer harcamaları ma göre değişiyor
K12	Şüphesiz, evet	Kesinlikle etkisi var	Yöresel yemekleri tercih ederim	Aile buluşmalarında yöresel yemekleri yaparız	Öğretilmelidir	Gittiğim destinasyon un ucuz veya pahalı olmasına göre değişiyor
K13	Turistler, yöresel yemekler için seyahat edebilirler	Yöresel yemekleri denemek için seyahat etmem	Yöresel yemekleri tercih ederim	Yaptığım bir uygulama yok	Genç nesillere, yöresel yemekler öğretilip, yapılmasına teşvik edilebilir	Kesin bir bütçe söyleyemem ancak az bir kısmını oluşturur
K14	Kesinlikle	Hayır	Gittiğim bölgenin yemeğine göre değişiyor	Yaptığım bir uygulama yok	Genç nesiller için popüler hale getirilmelidir	Az bir kısmını oluşturur
K15	Bu konuda bir fikrim yok	Sırf yöresel yemekler için seyahat etmem	Yöresel yemekleri tercih ederim	Gittiğim bölgelerde yöresel yemekleri tercih etmeye çalışıyorum	Sosyal medya üzerinden gündeme getirmeliyiz	Az bir kısmını oluşturur
K16	Kesinlikle vardır	Seyahat etmemde önceliğim yöresel yemekler değil	Damak tadıma uyduğu takdirde yöresel yemekleri tercih ederim	Evimde ve dışarda yemek yediğimde yöresel yemekleri tercih ediyorum	Alanında uzman şefler yetiştirilmeli	Çok az bir kısmını oluşturur
K17	Evet, vardır	Önceliğim değildir	Yöresel yemekleri tercih ederim	Evimde orijinal tarifine göre pişirip, hazırlıyorum	Yöresel envanterler çıkartılarak yazılı olarak kalması sağlanmalıdır	Az bir kısmını oluşturur

K18	Dünya çapında bakıldığında Türkiye'de daha az etkisi var	İşimden dolayı seyahatte önceliğim yöresel yemeklerdir	Yöresel yemekleri tercih ederim	Sosyal medyada yerel halkı organize ediyorum ve yöresel tarifleri kayıt altına alıyorum	Yöresel yemeklerin tarifleri kayıt altına alınmalıdır	Neredeyse yarısından fazlası
K19	Evet, etkisi vardır	Evet	Kendi ülkemde yöresel yemekleri tercih ederim	Öğrencilerimden her hafta yöresel yemekler hakkında araştırma yapmalarını istiyorum	Kitle yayın araçları tercih edilerek uygulamalı yemek videoları hazırlanabilir	Neredeyse yarısını
K20	Doğrudan etkisi olduğunu söyleyemem	Etkisi olduğunu söyleyemem	Yöresel yemekleri tercih ederim	Mesleğim gereği, bu doğrultuda akademik yayınlar hazırlıyorum	Yöresel ürünlerin reçeteleri net olarak belirlenmelidir	Gideceğim bölgeye bağlı

Tablo 3'te yer alan yöresel mutfak kültürünün sürdürülebilirliği ve turizme katkısına ilişkin katılımcı görüşlerinde, *Sizce yöresel yemeklerin turizme etkisi var mıdır?* Sorusuna verilen yanıtlar şu şekildedir, K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K12, K14, K16, K17, K19 destinasyonlara ziyaretçi çekmek için yöresel yemek kültürünün büyük etkisi olduğunu, turistlerin direk gelme nedeni olmasa dahi yöresel yemeklerin destinasyona kazanç sağladığını belirtmişler, K15, yöresel yemeklerin turizme etkisi olup olmadığı konusunda kesin bir şey söyleyemeyeceğini, K11, K18 ve K20 ise geçmişte yöresel yemeklerin turizm açısından daha değerli olduğunu giderek önemini yitirdiğini, dünyadaki diğer ülkelerle kıyaslandığında Türkiye'de daha az önem verildiğini ve doğrudan turizme bir etkisi olmadığını belirtmişlerdir.

Bir ülkeyi/bölgeyi ziyaret etmenizde yöresel mutfak ürünlerin bir etkisi var mıdır? Sorusuna ilişkin katılımcı görüşleri; K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K9, K10, K12, K18, K19 mesleklerinden dolayı seyahat etmedeki önceliklerinin sırf yöresel yemekleri tanımak olduğunu veya seyahat etmelerinde etkisi olduğunu belirtmişlerdir. K8, K11, K13, K14, K15, K16, K17, K20 yöresel yemeklerin seyahat etmelerinde hiç etkisi olmadığını veya seyahatte önceliklerinin yöresel yemekler olmadığını daha çok macera ve farklı yerler görmek için seyahat ettiklerini belirtmişlerdir.

Gittiğiniz ülkede/bölgede yöresel yemekleri mi tercih edersiniz diğer yemekleri mi? K14, K16 damak tatlarına uyduğu takdirde yöresel yemekleri tercih edeceklerini K19 ise kendi ülkesinde yöresel yemekleri tercih edeceğini ancak başka ülkelerde dini inancına ve beslenme alışkanlıklarına uygun yemekleri tercih edeceğini belirtmiştir. Diğer tüm katılımcılar ise yöresel yemekleri tercih edeceklerini belirtmişlerdir.

Geleneksel mutfak kültürünü yaşatmaya çalışıyor musunuz? Sorusuna, K7, K9, K13, K14 yaptıkları bir uygulama olmadığını, diğer katılımcılar ise, evlerinde yöresel yemekleri yapmaya çalıştıklarını, dışarıda yemek yediklerinde fast food tarzı yemekler yerine yöresel yemekleri tercih ettiklerini ve mesleklerinden ötürü yöresel yemeklerle ilgili akademik çalışma yaptıklarını ve öğrencilerinden de yöresel yemeklerle ilgili çalışma yapmalarını istediklerini belirtmişlerdir.

Geleneksel mutfak kültürünün sürdürülebilmesi için ne yapılmalıdır? Sorusuna katılımcıların yanıtları, genel olarak gelecek nesillere öğretilmeli, okullarda ve üniversitelerde yöresel yemeklere ilişkin ders verilmeli, alanında uzman kişiler yetiştirilmeli, yöresel yemeklerin tarifleri kayıt altına alınmalı ve saklanmalı şeklinde olmuştur.

Yöresel yemeklere harcadığınız tutar toplam harcamanızın ne kadarlık kısmını oluşturur? Sorusuna, K5, K7, K8, K10, K13, K14, K16 seyahatleri boyunca toplam harcamalarının az bir kısmını yöresel yemeklerin oluşturduğunu belirtmişlerdir, K2, K19, toplam harcamalarının neredeyse yarısını yöresel yemeklerin oluşturduğunu belirtmiştir. K1, K6, toplam harcamalarının yarısının yöresel yemeklerden oluştuğunu belirtmişlerdir. K4, K18, yöresel yemeklerin, toplam harcamalarının büyük bir kısmını oluşturduğunu belirtmişlerdir. K3, K9, K11, K12, K20 ise seyahatleri boyunca yaptıkları harcamaların, seyahat ücretinin ne kadara mal olduğuna, konakladıkları işletmenin türüne ve fiyatına göre değiştiğini, ucuz bir konaklama işletmesinde kaldıklarında ve gittikleri destinasyonun ucuz ya da pahalı olmasına göre yöresel yemeklere harcadıkları tutarın değiştiğini belirtmişlerdir.

7. Sonuç

Bölgelere özgü ürünler, destinasyonlar için oldukça önemlidir. Turistlerin seyahat etmek istemelerinde yöresel

yemekler ilk sırada gelmese dahi önemli etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcılar, sırf yöresel yemekler için seyahat etmeseler de, gittiklerinde kesinlikle o bölgenin yöresel ürünlerini tercih edeceklerini belirtmişlerdir. Ancak yöresel ürünlerin unutulmaya yüz tutması, hem kültürümüz açısından hem de destinasyonlar açısından tehdit oluşturmaktadır. Turistler, farklı deneyimler yaşamak istemekte ve destinasyonların kültürel özelliklerine, yöresel ürünlere göre tercih yapabilmektedirler. Yöresel ürünlerin unutulması, turistlere farklı bir deneyim yaşatmaktan çıkacak ve artık o destinasyonu diğer destinasyonlardan ayırt edici bir özelliği kalmayacaktır. Katılımcıların, yaptıkları turistik gezilerde kesinlikle yöresel ürünleri tercih edeceklerini belirtmiş olmaları, bölgeye yapılan katkıyı gösterir niteliktedir ve yöresel ürünlerin gelecekte unutulması destinasyonun elde ettiği geliri azaltacak veya yöresel ürünleri ile ön plana çıkan destinasyonlar ise tamamen turistik bir çekim merkezi olmaktan çıkacaktır.

Yöresel ürünlerin, unutulmaması için, gelecek nesillere tarifinin değiştirilmeden aktarılmalı ve hazırlanmasından sunumuna kadar yörenin özellikleri dikkate alınmalıdır. Eren ve Sezgin (2017) yaptıkları çalışmada yöresel ürünlerin değişmeden gelecek nesle aktarılması için, yöresel ürünlerin bileşim ve kalite farklılıklarının ortadan kaldırılması sağlıklı ve hijyenik ortamlarda üretilmesi ve ürünlere standardizasyon yapılması gerektiğini vurgulamışlardır.

Mızrak, Aydoğdu ve Yaşarsoy (2017) çalışmalarında yöresel yemeklerin sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için, Misafirlerin konaklamadan çok daha fazla harcama yaptıkları yiyecek içecek işletmeleri, beklentilere, müşteri memnuniyetine, turist profiline uygun bir biçimde yapılandırılmalı, menülerinde yöresel yemeklere daha fazla yer vermeli, standart reçeteler kullanılmalı, eğitilmiş ve nitelikli personel istihdam etmeli, kaliteli ve sürdürülebilir hizmet sunması gerektiğini belirtmişlerdir. Yöresel yemeklerimiz, pişirim ve sunum biçimleri kültürel hazinemizdir. Bu hazinenin korunması ve aktarılmasında en büyük pay bugüne kadar ev hanımlarına, annelerimize düşmektedir. Bilgi ve kültür transferinin devam etmesinde en büyük desteği yazılı kaynakların dolayısıyla envanter ve standart reçetelerin vereceği düşünüldüğünü belirtmişlerdir. Eğitim kurumlarına da büyük

sorumluluk düşmekte, özellikle gastronomi alanında eğitim veren kurumlar, yöresel yemekler üzerine eğitim vermeli, yöresel yemeklerin tarifini doğru bir şekilde öğrencilerine aktarmalıdır.

Örgün, Solunoğlu, Solunoğlu (2020), yaptıkları bir çalışmada Kapadokya bölgesinde unutulmaya yüz tutmuş bir mutfak ürünü olan kuru salatalık dolmasının kaynak kişilerden tarifinin bulunup daha sonra geleneksel tarife bağlı kalarak tekrar yapılması ve bu yapım aşamalarının kayıt altına alınarak tarifi kaybolmasını önlemeyi amaçlamışlardır.

Kaynakça

- Ağcakaya, H., & Can, İ. I. (2019). Somut olmayan kültürel miras kapsamında mutfak kültürünün sürdürülebilirliği: Türkiye' deki gastronomi müzeleri örneği. *Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 788-804.
- Akdemir, N., & Selçuk, G. n. (2017). Mutfak kültürünün sürdürülebilirliği bakımından yöresel yiyeceklerin menülerde yer alma düzeyi: Taraklı ölçeğinde bir araştırma. *International Sustainable Tourism Congress*, (s. 793-801). Kastamonu.
- Akman, M. (1998). Yabancı tursitlerin Türk mutfağından beklentileri. Yararlanma durumları ve Türk mutfağının turzime katkısı üzerine bir araştırma. (doktora tezi). Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- 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.
- Bessiere, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourists attractions in rural areas. *1998 European Society for Rural Sociology*, 38(1), 21-33.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor Dergisi*, 22(87), 159-169.
- Büyüköztürk, Ş., Ebru, K. Ç., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2020). *Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (29 b.). Ankara: Pegem Akademi.

- Çotuksöken, B. (2003). Eğitim ve Kültür Felsefesi. Felsefe Söyleşileri-1, T.C. Maltepe Üniversitesi- İstanbul Marmara Eğitim Vakfı. İstanbul.
- Düzgün, E., & Özkaya, F. D. (2015). Mezopotamya' dan günümüze mutfak kültürü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 41-47.
- Eser, S., Dalgın, T., & Çeken, H. (2010). Sürdürülebilir kültür turizmi: Efes örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 9(2), 27-34.
- Güdek, M. (2018). *Türkiye' de yükseköğretim düzeyinde yürütülen gastronomi programları ve program amacına yönelik öğrenci beklentileri.*(Yüksek Lisans Tezi).T.C. Gazi Üniversitesi.Sosyal Bilimler Enstitüsü.Ankara.
- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E., & Sarıışık, M. (2014). Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişiminde yaşanan değişimler. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(3), 191-210.
- McKerner, B., Okumus, F., & Okumuş, B. (2008). Food tourism as a viable market segment: It's all how you cook the numbers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2), 137-148.
- Örgün, E., Solunoğlu, S., & Solunoğlu, A. (2020). Yerel mutfak kültürünün sürdürülebilir turizm açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*(4), 622-632.
- Pekyaman, A. (2008). *Turistik satın alma davranışında destinasyon imajının rolü Afyonkarahisar bölgesinde bir araştırma.* (Doktora Tezi).T.C. Afyon Kocatepe Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.Afyonkarahisar.
- Pestek, A., & Cinjarevic, M. (2014). Tourist perceived image of local cuisine: The case of Bosnian food culture. *British Food Journal*, 116(11), 1821-1838.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.
- Şener, E. (2006). Beş yıldızlı otel işletmelerinde markalaşmanın tüketici satın alma davranışı üzerine etkileri: İzmir örneği. (Yüksek Lisans Tezi). T.C. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Şengül, S., & Genç, K. (2016). Festival turizmi kapsamında yöresel mutfak kültürünün destekleyici ürün olarak kullanılması: Mudurnu İpekyolu kültür sanat ve turizm festivali örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(23), 79-89.
- Şengül, S., & Türkey, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*(4), 86-99.
- Tosun, E. K. (2009). Sürdürülebilirlik olgusu ve kentsel yapıya etkileri. *PARADOKS, Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 5(2).
- Usta, S., & Yaman, M. (2020). Çerkes Mutfağının Sürdürülebilirliği Üzerine Bir Araştırma: Sakarya İli Örneği. *Journal of Tourism and Gasrtronomy Studies*, 8(2), 997-1015.
- Uygur, S. M., & Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel bvarlıklar üzerindeki etkileri. *Ticaret ve Eğitim Fakültesi Dergisi*(2), 30-49.
- Uzel, R. A. (tarih yok). Geleneksel mutfak kültürü ve tarımsal ürün çeşitliliğinin, üniversite öğrencileri beslenme durumu üzerine etkisi. *Ege Ünivers.*
- Yayla, Ö. (2020). Turizm öğrencilerinin sürdürülebilir turzime yönelik bilişsel yapılarının belirlenmesi: Nitel bir araştırma. *Turizm Akademik*(2), 189-201.
- Yıldız, S. B. (2013). *Konaklama işletmelerinde markalaşma ve turistlerin satın alma tercihleri üzerindeki etkileri: Antalya'daki zincir konaklama işletmelerinde bir uygulama.* (Doktora Tezi). T.C. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.Balıkesir.
- Wikipedia. (2021). https://tr.wikipedia.org/wiki/D%C3%BCnya_mutfaklar%C4%B1 . (Erişim Tarihi: 17.06.2021)

GEÇİŞ DÖNEMLERİ YÖRESEL MUTFAK KÜLTÜRÜ: EGE BÖLGESİ'NDE NİTEL ÇALIŞMA

Zeynep ÇINAR

Öğr. Gör., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Pastacılık ve
Ekmekçilik Programı, zeynepcinar@kmu.edu.tr

Ümit SORMAZ

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak
Sanatları Bölümü, usormaz@erbakan.edu.tr

1. Giriş

Besinlerin lezzet verici yan ürünlerle birlikte hazırlanarak farklı pişirme yöntemleri ile pişirilmesi işlemi olarak tanımlanan yemek; bir yiyeceği ifade ettiği gibi, o yiyeceğin hangi malzemeler kullanılarak hazırlandığı, hazırlanmasında hangi araç gereçler kullanıldığı, nerede ve hangi yöntemle pişirildiği, nerede saklanıp, nasıl servis edildiği ve tüketildiği anlamında da kültürel bir olguya işaret etmektedir (Baysal, 1990; Yurdigül, 2010). Bir ürünün doğrama aşamasından başlanarak o ürüne uygulanan pişirme tekniği (ızgara, derin yağda kızartma, soteleme vb.), pişirirken kullanılan baharatlar, ne kadar sürede hazır hale geldiği, hangi yan yemekle beraber servis edildiği gibi bilgiler bize o ürünün ve sonucunda ortaya çıkan yemeğin hangi mutfak kültürüne ait olduğu konusunda büyük ipuçları vermektedir.

Bir toplumun kültürel değerleri arasında büyük bir paya sahip olan mutfak kültürü, binlerce yıl varlığını koruyan bir özellik taşımaktadır. Tarihsel olarak bakıldığında bir bölgenin mutfağı; o bölgede yaşayan toplumun gelenek ve görenekleri, sosyo-kültürel boyutları, refah durumları gibi etmenlerle paralel olarak gelişim göstermektedir. Bunlara ek olarak, yaşam alanı belirlemek için verilen mücadeleler ve göçler de toplumların mutfak kültürünün şekillenmesinde belirleyici rol oynamıştır (Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015). Kültürel değerler, insanın kendisi olma yolunda

sahip olması gereken unsurların başında yer almaktadır. İnsan hayatındaki kültürel değerlerin genişçe bir bölümü geçiş dönemleri etrafında şekillenmiştir. İnsanın olduğu konumdan başka bir konuma geçişini ifade eden geçiş dönemi genelde doğum, evlenme, ölüm şeklinde üç ana başlığa ayrılmaktadır. Sünnet, askere gitme, hacca gitme gibi dönemler ise geçiş evreleri içerisinde zikredilmesi gereken ara geçiş dönemlerindedir (Karaağaç, 2013).

Dünya üzerinde son on beş, yirmi yıl içerisinde meydana gelen değişimler sosyal ve kültürel yapı üzerinde etkili olduğundan, geçiş dönemlerinde de daha önce görülen inanç ve işlemlerde büyük değişimler gözlenmektedir (Karaağaç, 2013). Kültürel anlamda görülen bu değişiklikler sebebiyle doğum, evlenme, ölüm gibi süreçlerde eskiden beri uygulanan gelenek, görenek, âdet ve inanışlar yok olmaya başlamıştır. Aynı durum geçiş dönemlerindeki mutfak kültürü ve yöresel mutfak uygulamaları için de geçerli olduğundan, bu dönemlerdeki mutfak kültürümüz gelecek nesillere aktarma ve sürdürülebilir olma açısından tehlike içindedir. Bu araştırmada, Ege Bölgesi'nde yer alan illerde geçiş dönemlerinde uygulanan mutfak kültürü ve yöresel mutfak uygulamalarından unutulmaya yüz tutmuş mutfak geleneklerinin gün yüzüne çıkarılması, toplumda uygulamalarının yaygınlaştırılması için tanıtımının yapılması ve mevcut bilgilerle birleştirilerek yazılı kaynak haline dönüştürülmesi bu yolla da gelecek kuşaklara aktarılması amaçlanmaktadır.

2. Literatür

2.1. Geçiş Dönemleri

Geçiş dönemi uygulamaları, insanoğlunun beşikten mezara dek hayatında meydana gelen değişikliklerin topluma ve çevreye tanıtılması, kabul ettirilmesi ve bireyin bu değişikliğin farkında olması amacıyla uygulanan pratikler bütünüdür. Doğum, evlenme, ölüm olarak adlandırılan ve her biri kendi içinde alt başlıklara ayrılan, toplumun her kesimini bir şekilde ilgilendiren geçiş dönemleri, yapılan âdet ve uygulamalar ile yeni bir hayata başlayan bireyi yeni döneme geçişi sırasında daha mutlu ederek, hayata daha hazır kılmaktadır (Sönmez, 2019). Sünnet, askere gitme, hacca gitme gibi dönemler ise geçiş evreleri içerisinde zikredilmesi gereken ara geçiş dönemlerindedir (Karaağaç, 2013).

Geçiş dönemi ve geçiş töreni terimini ilk kez kullanan kişi Arnold van Gennep'e göre geçiş töreni, "yer, durum (statü), sosyal pozisyon ve yaş ile ilgili değişimlere eşlik eden törenlerdir" (Doğaner, 2006). Bir milletin kültürel kodları geçiş dönemleri içerisinde yer almaktadır (Özdemir, 2005). Mutluluğun, üzüntünün, acının ya da heyecanın paylaşıldığı bu dönemlerde duygularını paylaşmak ya da azaltmak adına bir arada bulunan insanlar, gün içerisindeki yemek yeme ihtiyaçlarını da birlikte karşılamakta, bu ihtiyacı karşılama ya da zevk için yemek yeme durumunu bir şekilde toplu yemek yeme eylemine dönüştürmektedirler.

Türk mutfak kültüründe toplu bir şekilde yemek yeme geleneği geçmişten günümüze devam eden bir gelenektir. Doğum merasimi; toy (düğün) merasimi; yas(hüzün) merasimi gibi olaylar tarihin ilk devirlerinden beri düzenlenmektedir ve her biri ayrı âdet ve geleneklerle zenginleşmiştir (Halıcı, 1997: 65; Yoloğlu, 1999: 17).

3. Yöntem

Bu araştırmada, Ege Bölgesi'nde yer alan illerde geçiş dönemlerinde uygulanan mutfak kültürü ve yöresel mutfak uygulamalarından unutulmaya yüz tutmuş mutfak geleneklerinin gün yüzüne çıkarılması, toplumda uygulanmalarının yaygınlaştırılması için tanıtımının yapılması ve mevcut bilgilerle birleştirilerek yazılı kaynak haline dönüştürülmesi bu yolla da gelecek kuşaklara aktararak sürdürülebilirliğinin sağlanması amaçlanmaktadır. Kaynak kişilere ulaşılarak verilerin doğrudan kayıt altına alınmasını ve değerlendirilmesini sağlamak amacıyla araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşmeler; yapılandırılmış, yapılandırılmamış ve yarı yapılandırılmış olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Yapılandırılmış görüşmelere göre daha esnek olan yarı yapılandırılmış görüşmelerde soru sayısı, ortama ve görüşmenin ilerleyişine bağlı olarak değişmekte, kaynak kişilere görüşme esnasında akla gelen anlık sorular da yöneltebilmektedir (Kozak, 2018). Araştırmada veri toplama maksadıyla araştırmacı tarafından daha önce benzer çalışmalarda (Karaağaç, 2013; Çölbay ve Sormaz, 2015; Sönmez, 2019) kullanılan konu başlıklarından esinlenilerek yedi sorudan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Görüşme formunda yer alan sorular, 15 Ocak-15 Mayıs 2019

tarihleri arasında Ege Bölgesi'nde yer alan sekiz ilde kaynak kişilere başarılı bir şekilde uygulanmıştır. Kaynak kişiler ile yapılan görüşmeler esnasında edinilen bilgiler, izinleri dâhilinde ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmış, bu ses kayıtları toplam 10 saat 37 dakika 53 saniye sürmüştür.

3.1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın amacı doğrultusunda, Ege Bölgesi'nde yer alan illerde yaşayan insanların tümü araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırmada görüşme formu uygulanacak kaynak kişi sayısının belirlenmesinde kuramsal örnekleme yaklaşımı benimsenmiştir. Kuramsal örnekleme yaklaşımında, araştırma sorusunun yanıtı olabilecek kavramların ve süreçlerin tekrar etmeye başladığı aşamaya (doyum noktası) kadar veri toplama işlemine devam edilmesi gerekmektedir (Cresswell, 2005; Yıldırım ve Şimşek; 2006: 115). Nitel araştırmalarla ilgili literatür incelendiğinde, örneklem büyüklüğü belirlemeye yönelik genel bir kuralın olmadığı görülmekte; örnekleme dâhil edilecek katılımcı sayısına araştırmacının dolayısıyla araştırmanın amaçları doğrultusunda karar verilmektedir. Örneklemin çeşitlilik gösterebilmesi açısından araştırma kapsamında yer alan Ege Bölgesi illerinde toplumun her kesiminden bireylere ulaşmaya çalışılmıştır. Her bir ilde araştırmaya katılmaya gönüllü olan 15 kişi olmak üzere sekiz ilde toplam 120 kişi araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Nitel araştırmalarda geçerlilik ve anlamlılık, örneklem büyüklüğünden çok kaynakların bilgi yüklü olmasına ve araştırmacının analitik ve gözlemsel becerilerine bağlıdır (Patton, 2014).

3.2. Nitel Verileri Analize Hazırlama

Nitel araştırmalarda güvenilirliğe temel oluşturacak veri analizinde izlenen süreçlerde olduğu gibi, araştırmacı tarafından ses kayıt cihazına alınan veriler bilgisayar ortamına aktarılmıştır. İlk okumada dikkatli bir şekilde okunan metnin, içeriği hakkında bilgi sahibi olunmaya çalışılmış; ikinci okumada her görüşme için belirli başlıklar altında kodlama yapılmış, birbirine benzeyen çok sayıdaki bilgi kümesinin benzer başlıklar altında toplanmasına özen gösterilmiştir. Üçüncü okumada görüşmeler sonucunda elde edilen verilerden gözden kaçan bir veri olup olmadığı kontrol edilmiş, son okumada ise her bir başlık altındaki metnin birbiriyle

benzeşimi ya da uyumu konusunda emin olunmaya çalışılmıştır (Kozak, 2018).

Görüşme formu uygulanan kaynak kişiler, çalışmada kolaylık oluşturması açısından K1, K2, K3 şeklinde isimlendirilerek kodlanmıştır.

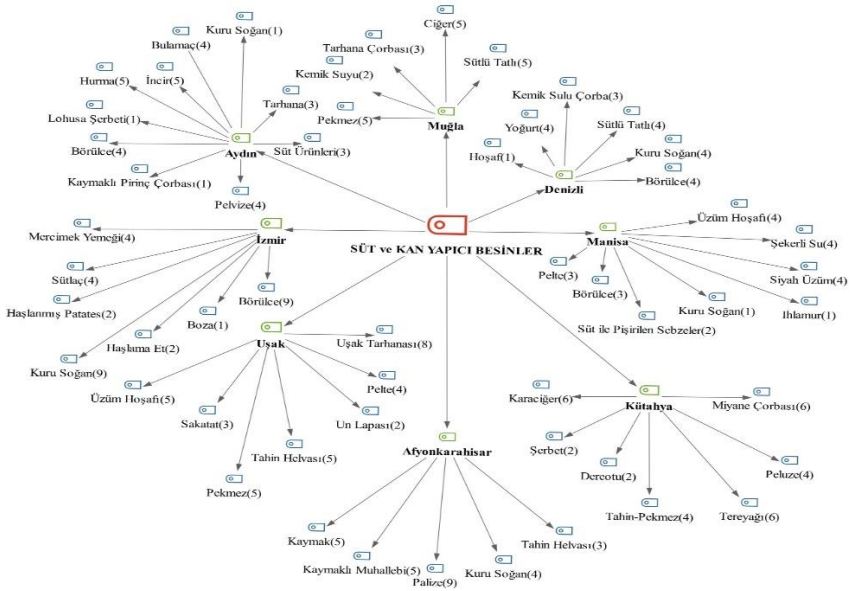
3.3. Nitel Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen nitel verilerin analizine, veri setinin kodlanması işlemi ile başlanılmıştır. Nitel veri analizi yaparken, yönetilebilir kılmak amacıyla kategorize etme yöntemi olan kodlama (Yıldırım ve Şimşek, 2013) kuramsal ve açık kodlama olmak üzere iki şekilde gerçekleşmektedir. Bu iki kodlama türü “daha önceden belirlenmiş kavramlara göre yapılan kodlama” ve “verilerden çıkarılan kavramlara göre yapılan kodlama” olarak ele alınmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Araştırmada, kategorilerin verinin kendisinden çıkmasına izin veren alan açık kodlama (Krysik ve Finn 2015) tekniği kullanılmıştır. Çalışmada elde edilen verilerin tematik analizinde MAXQDA Analytichs Pro 2018 nitel veri istatistik programı kullanılmış, elde edilen MaxMaps grafikleri ilgili bölümlerin altına yerleştirilmiş, Ege Bölgesi’nde yer alan illerin yöresel mutfak ve yemek kültürü hakkında daha önce yapılan yayınlar (Aydın, 2000; Sevinç, 2015; Gürsoy, 2016, Şengül ve Türkay, 2017) ile desteklenmiştir.

4. Bulgular

4.1. Doğum

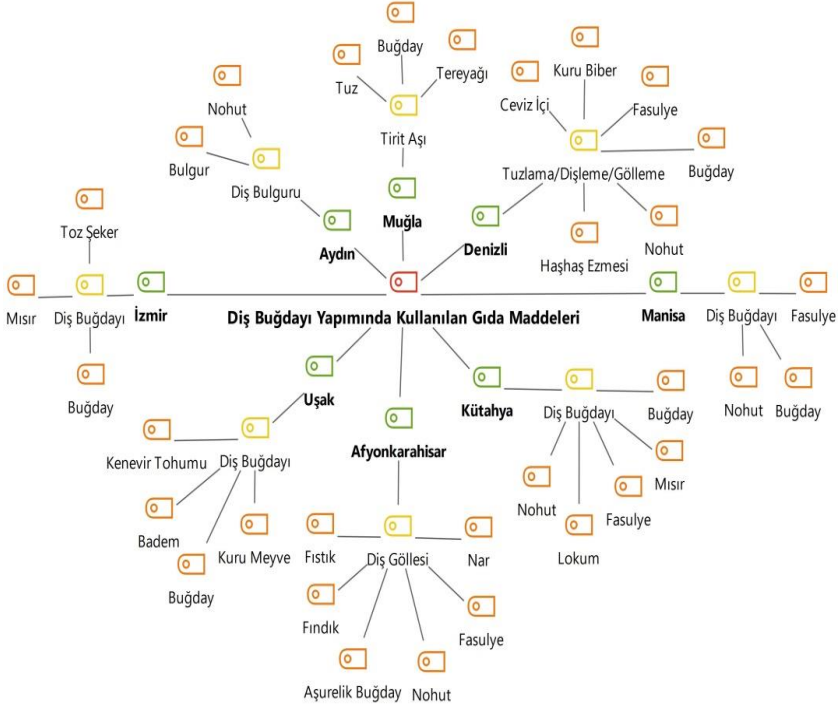
İnsan hayatının üç ana geçiş döneminden ilki olan doğum, dünyanın her yerinde sevinçle karşılanan bir durum olup, bunun sebebi sayıca çoğalmanın, gücün artması anlamına gelmesidir (Örnek, 1966). Araştırma kapsamında kaynak kişilere görüşme formunda yer alan “Doğum sonrasında annenin tükettiği kan ve süt yapıcı özel gıdalar nelerdir?” soruları yöneltilmiştir. Elde edilen cevaplardan doğum sonrası misafirlere ikram edilen besinler ve kan-süt yapıcı özel gıdalar çalışmanın nitel verilerin analizi aşamasında; Afyonkarahisar, Uşak, İzmir, Manisa, Muğla, Aydın, Denizli ve Kütahya başlıkları altında kategorize edilerek analiz edilmiş; “Süt ve Kan Yapıcı Besinler” ismiyle oluşturulan MaxMaps Grafiği Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1. Annenin Tükettiği Kan ve Süt Yapıcı Besinlerin İllere Göre Analizini Gösteren MAXMaps Grafiği

4.2. Diş Çıkarma

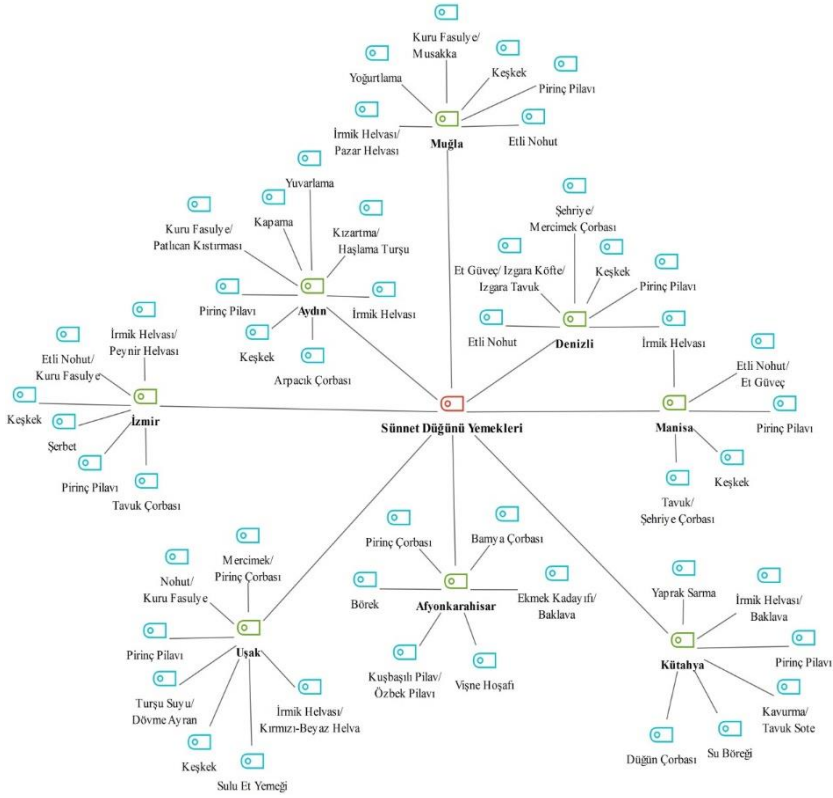
Doğumdan sonraki geçiş dönemlerinden ilki diş çıkarmadır. Diş çıkarmaya başlayan bir çocuk için Anadolu'nun her yerinde farklı isim ve içeriklerle "diş buğdayı" kaynatılmaktadır. Araştırma kapsamında kaynak kişilere görüşme formunda yer alan "Diş buğdayı yapımında kullanılan gıda maddeleri nelerdir?" sorusu yöneltilmiş, elde edilen veriler çalışmanın nitel verilerin analizi aşamasında; Afyonkarahisar, Uşak, İzmir, Manisa, Muğla, Aydın, Denizli ve Kütahya başlıkları altında kategorize edilerek analiz edilmiştir. "Diş Buğdayı Yapımında Kullanılan Gıda Maddelerinin İllere Göre Analizi" Şekil 2'de gösterilmiştir.



Şekil 2. *Diş Buğdayı Yapımında Kullanılan Gıda Maddelerinin İllere Göre Analizini Gösteren MAXMaps Grafiği*

4.3. Sünnet Merasimi

Sünnet, çeşitli törensel ve dinsel uygulamalarla gerçekleştirilen, erkek çocuk için doğumdan sonraki geçiş dönemlerinden birisi olarak kabul edilmektedir (Altun, 2004: 207). Araştırma kapsamında kaynak kişilere görüşme formunda yer alan “Sünnet düğünlerinde uygulanan yeme-içme geleneklerinden bahseder misiniz?” sorusu yöneltilmiş, elde edilen verilerden illere göre sünnet düğünü yemekleri çalışmanın nitel verilerin analizi aşamasında; Afyonkarahisar, Uşak, İzmir, Manisa, Muğla, Aydın, Denizli ve Kütahya başlıkları altında kategorize edilerek analiz edilmiştir. “Sünnet Düğünü Yemekleri” Şekil 3’te gösterilmiştir.



Şekil 3. Sunnet Düğünü Yemeklerinin İllere Göre Analizini Gösteren MAXMaps Grafiği

4.4. Asker Uğurlama

Kültürümüzde sunnet kadar önem ve ağırlığı olan bir diğer geçiş dönemi de askerliktir. Vatani görevini yapmak için memleketinden ayrılacak olan gençlere bir takım törensel işlemler uygulanmaktadır (Boratav, 1973). Yapılan görüşmelerde kaynak kişilere “Asker uğurlama sürecinde uygulanan yeme-içme gelenekleri nelerdir?” sorusu yöneltilmiş, elde edilen cevaplardan şu sonuçlara ulaşılmıştır: Askere gidecek gençler tek ya da ailesi ile birlikte yakınları tarafından yemeğe davet edilerek sevdiği yemekler pişirilmektedir, askere gidecek gencin güçlü, kuvvetli olması için yemekte kırmızı et kullanıma ayrıca önem verilmektedir, genç askerlikte ev yemeklerini özleyeceğinden yemekte çeşit bol tutulmaktadır.

4.4.1. Afyonkarahisar'da Asker Uğurlama

Askere gidecek olan genç; teyze, hala, dayı ve amca gibi yakın akrabaları tarafından ailesi ile birlikte yemeğe davet edilir. Askere gidene dek her gün farklı bir akrabaya yemeğe giden gence, askere gitmesine bir hafta kala asker eğlencesi düzenlenir. Bu eğlencede asker annesi yemek yapabileceği gibi çerez, meşrubat, pasta da ikram edebilir (K: 7, 8, 9). Asker annesi, oğlunun askere gitmesine bir iki gün kala iki oymak halka (yaklaşık 24-25 kişi) yemek daveti verir. Yemeğe çağrılan misafirler için sabah erkenden hazırlıklar başlar. Yemekte sırasıyla; pirinç çorbası, bütün et, mevsimine göre patlıcan ya da pırasa musakka, yalancı dolma (Afyon'da içinde et olmayan pirinçli dolmalara denir), kaymaklı ekmek kadayıfı ya da cevizli ev baklavası ikram edildikten sonra en son sıcak sıcak ekşili bamyacı çorbası içilir. Gencin askerden dönmesiyle tekrar aynı yemekler yapılır ve eş dost çağrılarak hep birlikte yenilip içilir (K: 1-15). Oğlu askere giden anneye moral vermek amacıyla aile dostları, komşular ve akrabalar toplanır "hatırsor"a gideriz, hatırsora gidemeyenler bir tepsi ekmek kadayıfı pişirir, üzerine bir tabak kaymak koyarak asker evine gönderir (K: 1-15).

4.4.2. Uşak'ta Asker Uğurlama

Uşak'ta bir delikanlı askere gitmeden bir hafta kadar önce eğlenceler başlar, askere gidecek gence kına yakılır. Ailesi, akrabalarını ve arkadaşlarını yemeğe davet eder. Bu yemekte ailenin bütçesine bağlı olarak dana ya da tavuk etinden bir yemek pişirilebilir. Yemek yapmaya gücü olmayan aileler misafirlerini döndürme, bükme veya katmerle ağırlar (K: 16-30). "Bizim döndürmemiz meşhurdur, Ulubey Döndürmesi olarak da geçer." K28. Askere gidecek olan gençlere anneleri gitmeden önce, "cendere" yaparak yedirir. Cendere yöresel bir tatlıdır (K: 20, 27, 28).

4.4.3. İzmir'de Asker Uğurlama

Askere çağrılan gencin annesi askerin arkadaşlarına yemek yedirir. Bu yemekte genelde ızgara et olur. Daha sonra çerez, meyve, bira ve rakı eşliğinde eğlence devam eder, askere gidecek gençlere kına yakılır (K: 31, 33, 42, 44). "Köy yerlerinde asker ve arkadaşları kapı kapı dolaşarak tüm köylüden tavuk toplarlar, ertesi gün büyük kazanlarda pişirilen tavuklar hep birlikte yenilir." (K39).

4.4.4. Manisa'da Asker Uğurlama

Askere gideceği belli olan delikanlının babası, bir kurban keser ve kanını oğlunun alınına sürer. Asker gidene kadar herkes ona iyi şeyler yedirmeye çalışır (K: 46-60). Yakın çevremizden birisi askere gidecekse onu gitmeden yemeğe çağırırız. Yemeğe çorba, pilav, kapama, börek ve bir çeşit tatlı hazırlarız. Asker yemeğinde yapılan kapama, eskiden “kastıra”da pişerdi. Kastıra, bir tür odun ateşinde pişirme gerecidir. Biz eskiden ekmeği de kastırada pişirirdik ve o ekmeğe de “kastıra ekmeği” denilirdi (K: 47, 48, 49).

4.4.5. Muğla'da Asker Uğurlama

Askere çağrılan delikanlılara asker eğlencesi düzenlenir. Bu eğlenceyi isteyen içkili yapabilir. İçkili eğlenceler için patlıcan salata, yoğurtlama, haydari, pancar turşusu gibi çeşitli mezeler hazırlanır. Sabah mevlit okutulur börek ve ayran dağıtılır akşamında ise eğlence düzenlenir. Dileyen askere gidecek olan genci ve ailesine evine yemeğe çağırır. Yemekte köfte, yoğurtlama, kuru fasulye, pilav gibi yemekler yapılır. Asker de helallik almak için gitmeden tanıdıklarını ziyaret eder (K: 61-75).

4.4.6. Aydın'da Asker Uğurlama

Askere gidecek olan genci yakın akrabaları yemeğe davet edebilir. Dileyen ailesini de çağırır. Yemekte çorba, kırmızı et ya da tavuktan bir çeşit yemek, pirinç pilavı ve kızartma yapılır. Kızartma bizim her soframızda mutlaka bulunur (K: 76-90).

4.4.7. Denizli'de Asker Uğurlama

Durumu iyi olan aile, oğlu askere gitmeden kurban keser, etiyle yemekli asker mevlidi okutarak dilediği kadar insan çağırır ve yemek yedirir. Bu yemekte mercimek çorbası, pilav, et yemeği gibi klasik yemekler pişirilir. Askere gidecek genci yakınları sırayla yemeğe alır, yemekte delikanlının sevdiği şeyler pişirilir. (K: 91-105). “Ben oğlum askere giderken evimde tavuklu pilav yaptım, Yasin okuttum, pilavın yanına da soğuk ayran yaptım, misafirlerimi böyle ağırlamıştım.” (K100). “Eskiden askere gidecek olan gençleri uğurlamaya giderken herkes eline bisküvi veya çikolata alır ve dağıta dağıta giderdi. Meydanda asker duası okunur, gençler sıralanır ve büyüklerin eli öpülür, herkes birbirine çikolata ikram ederdi.” (K98).

4.4.8. Kütahya’da Asker Uğurlama

Askere gidecek genç yakın akrabamız ya da komşumuz ise ailesi ile birlikte yemeğe çağırırız. Askere güç yapısın diye sofrada mutlaka et yemeği bulunur. Et yemeğinin dışında çorba, pilav, börek ve tatlı da yapılır. Asker ev yemeklerini özler diye çeşidi bol tutarız. Anne baba da askere gidecek evlatları için yemek verir. Bu yemekte Kütahya’nın klasik düğün yemekleri yapılır (K: 106-120). Ancak düğün çorbası yerine şimdilerde herkes mercimek çorbası yapmaya başladı (K: 108, 109,119).

4.5. Düğün Merasimi

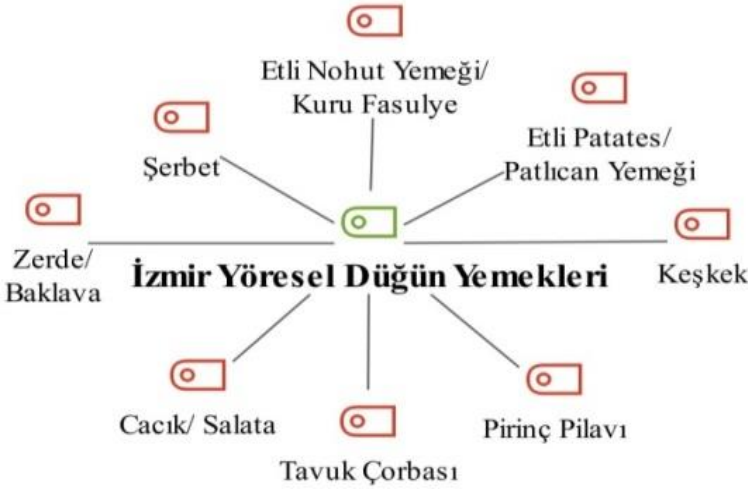
Evlilik sürecinin bir kesiti olan düğün töreni, dünyada bütün kültürlerde görülen bir uygulamadır. Her kültürün tarihi süreçteki gelişimi, yerleşim düzeni ve ekonomik yapısı farklı olduğundan düğünlerde uygulanan gelenek, görenek ve âdetler de farklılık göstermektedir (Tezcan, 1998: 219; Boratav, 1973). Araştırma kapsamında kaynak kişilere görüşme formunda yer alan “Bir düğünde uygulanan yeme-içme geleneklerini anlatır mısınız?” sorusu yöneltilmiş, elde edilen verilerden illere göre yöresel düğün yemekleri; Afyonkarahisar, Uşak, İzmir, Manisa, Muğla, Aydın, Denizli ve Kütahya başlıkları altında kategorize edilerek analiz edilmiştir. “Yöresel Düğün Yemekleri” ismiyle oluşturulan MaxMaps Grafikleri Şekil 4, Şekil 5, Şekil 6, Şekil 7, Şekil 8, Şekil 9, Şekil 10 ve Şekil 11’de gösterilmiştir.



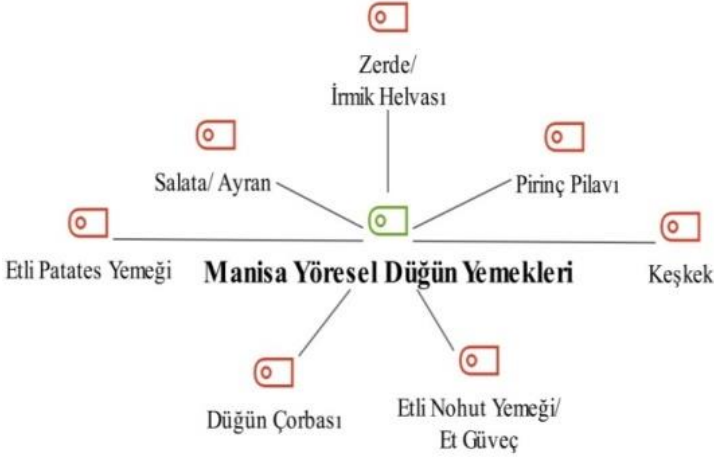
Şekil 4. Afyonkarahisar Yöresel Düğün Yemeklerinin Analizini Gösteren MAXMaps Grafiği



Şekil 5. Uşak Yöresel Düğün Yemeklerinin Analizini Gösteren MAXMaps Grafiği



Şekil 6. İzmir Yöresel Düğün Yemeklerinin Analizini Gösteren MAXMaps Grafiği



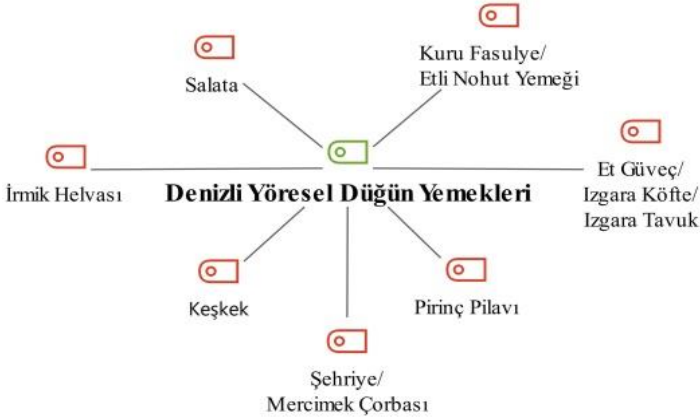
Şekil 7. Manisa Yöresel Düğün Yemeklerinin Analizini Gösteren MAXMaps Grafiği



Şekil 8. Muğla Yöresel Düğün Yemeklerinin Analizini Gösteren MAXMaps Grafiği



Şekil 9. Aydın Yöresel Düğün Yemeklerinin Analizini Gösteren MAXMaps Grafiği



Şekil 10. Denizli Yöresel Düğün Yemeklerinin Analizini Gösteren MAXMaps Grafiği

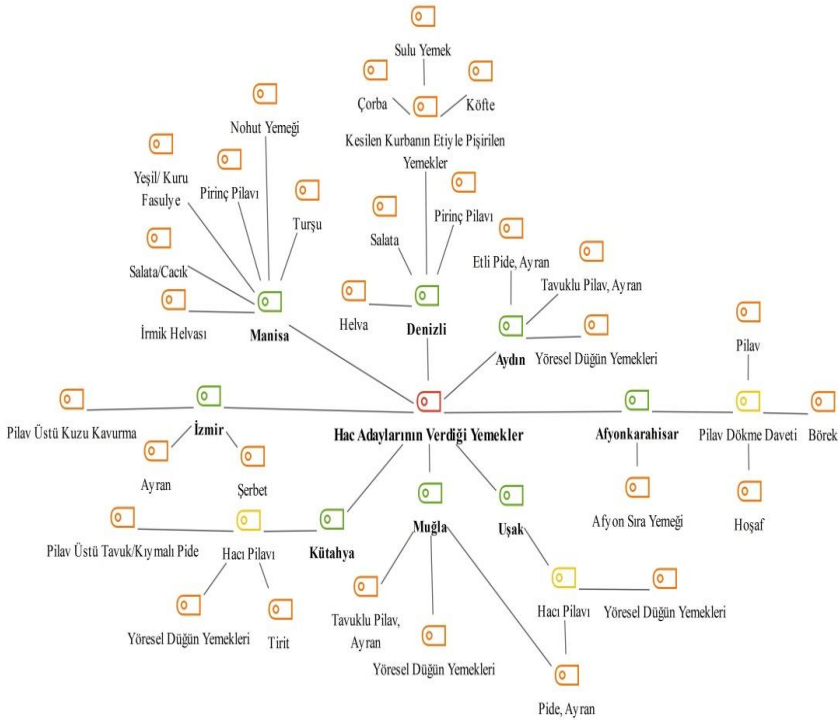


Şekil 11. Kütahya Yöresel Düğün Yemeklerinin Analizini Gösteren MAXMaps Grafiği

4.6. Hacca Uğurlama

Toplumumuzda genellikle yetişkinlik-yaşlılık döneminde gerçekleştirilen önemli bir geçiş aşaması da hacca gitmektir. İslâm'ın beş şartından biri olan hacca gitmek, gidiş ve dönüş sürecinde bir dizi törensel işlemin uygulandığı bir dönemdir. Hacca gidecek olan bireyler, gitmeden bir ay öncesinden yakınları tarafından yemeğe davet edilmeye başlanırlar. Hacca gidecek

olanlar da toplu bir yemek daveti vererek yemek yedirmektedir. Hac dönüşünde eve ziyarete gelenlere evin genç kızı tarafından hacı yağı, hurma ve zezem suyu ikram edilmektedir (Boratav, 1973). Yapılan görüşmelerde kaynak kişilere yöneltilen “Hacca gidecek bireyler için uygulanan yeme-içme gelenekleri nelerdir?” sorusuna yönelik elde edilen cevaplardan hareketle hacca gidecek bireylerin çevresine verdiği davetlerde ikram ettiği yiyecek ve içeceklerin analizi Şekil 12’de gösterilmiştir.



Şekil 12. *Hacca Gidecek Bireylerin Çevresine Verdiği Davetlerde İkram Edilen Besinlerin İllere Göre Analizini Gösteren MAXMaps Grafiği*

4.7. Cenaze Merasimi

İnsan hayatındaki geçiş dönemlerinden sonuncusu olan ölüm, fani hayatın bitişi ve ebedi hayatın başlangıcı anlamlarına gelmektedir (Cicioğlu, 2006: 1). Ölümün her canlı için kaçınılmaz bir son oluşu, çevresinde şekillenen pek çok âdet ve işleme yaygınlık kazandırmıştır (Sönmez, 2019). Ölen kişilerin yemekli

dinsel törenlerle anıldığı belirli günlerin var olması, bu âdet ve işlemlere bir örnek niteliğindedir (Örnek, 1977). Ölümünden sonra verilen ölü aşı, Divanü Lügat-it Türk'te yoğ ve yoglamak tabiriyle geçmektedir. Yoğ; “ölü gömüldükten sonra, üç veya yedi güne kadar verilen yemek” anlamına gelirken; yoglamak ise “ölü için yemek vermek” (Kaşgarlı, 1989: 143) anlamına gelmektedir. Yapılan görüşmelerde; kaynak kişilere “Cenaze olduğunda uygulanan yeme-içme geleneklerinden bahseder misiniz?” sorusu yöneltilmiş, illerin genelinden elde edilen cevaplar şu şekilde olmuştur: Tüm illerde cenaze evinde bir hafta on gün yemek pişirilmediği, komşu ve akrabaların cenaze evine götürdüğü yemeklerin tüketildiği, cenazeden sonra belirli günlerde çeşitli hayırlar yapıldığı ve bu hayırlarda genellikle tavuklu pilav, etli pide, lokma, helva gibi gıda maddelerinin ikram edildiği ya da dağıtıldığı görülmüştür.

4.7.1. Afyonkarahisar'da Cenaze Merasimi

Afyonkarahisar'da cenazesi olan evde bir hafta on gün boyunca yemek pişirilmez. Yakın akrabaları cenaze evine yemek götürürken biraz daha uzak olanlar börek ve hoşaf gönderirler. Cenazenin gömüldüğü günün ertesinde sabah namazından sonra erkekler, mezarlığa ziyarete giderek orada cenaze sahiplerinin hazırladığı çorbadan içerler. Cenazeden sonraki ilk perşembe yemek daveti verilir ve Kuran-ı Kerim okutulur. Cenazenin kırkıncı günü yine yemek daveti verilerek Kur'an okunur, bu davet için sıra yemeği hazırlanır (K: 1-15).

4.7.2. Uşak'ta Cenaze Merasimi

Eskiden cenaze gömüldükten sonra mezarlıktaki insanlara çarşı ekmeği ve paketli tahin helva dağıtılmaktaydı. Günümüzde ise bu uygulama yerini etli pide ve ayrına bıraktı. Cenaze evinde bir hafta boyunca yemek pişirilmez, dünya kelamı konuşulmaz ve televizyon açılmaz. Yeme- içme ihtiyacı, komşuların ve yakın akrabaların cenaze evine getirdiği yemeklerle giderilir. Akriba ve komşuların cenaze evine götürdüğü bu yemek “eren yemeği” olarak bilinmektedir. Eren yemeği, acısı olan insanların bir de yemek yapmakla uğraşmaması amacıyla götürülür. Yemek götüremeyenler taziyeye giderken pirinç ve çiğ tavuk gibi yemek yapmakta kullanılabilecek şeyler götürür. Cenazenin yedinci günü mevlit okutulup dua edilir, mevlide gelenlere haşlanmış tavuk, pirinç pilavı ve nohut yemeği ikram edilir. Cenazenin elli ikinci

gününde ise yine özel gün yemekleri hazırlanarak yedirilir ve Kuran-ı Kerim okutulur (K: 16-30).

4.7.3. İzmir’de Cenaze Merasimi

“Cenazelerde genelde lokma döktürülür. Cenaze evinde yemek pişirilmez, komşular yemek getirir. Tabii eskiden böyleydi, şimdi cenazeyi takan da yok, komşuluk ilişkileri zaten yok.” K43.

Mezarlıkta cenazeyi gömmeye gelenlere pide ve ayran dağıtılır, evlerde ise helva dağıtılır. Cenazenin kırkı, elli ikisi, yılı gibi günlerde herkes lokma döktürür ve hayır yapar (K: 31-45).

“Bergama’da “erenler çorbası” yapılır. Bu çorba; nohutlu, tavuk etli, kare kesilmiş erişteli ve bol nane soslu bir çorbadır. Bu çorba doğum yapana, kaza geçirene, hastaya ve cenaze evine götürülür. Dileği kabul olan da bu çorbadan yapılarak çevresine dağıtır.” K33.

4.7.4. Manisa’da Cenaze Merasimi

Cenazesi olan evlerde birkaç gün yemek pişirilmez. Yedisine kadar komşular yemek götürür. Cenaze gömüldükten sonra mezarlıkta, ekmek arasına koyulmuş tahin helva dağıtılır. Taziyeye gelenlere ikramda bulunulmaz. Cenazenin üçüncü gününde irmik helvası kavurarak dağıtılır. Cenazenin yedinci, kırkıncı ve elli ikinci günlerinde lokma döktürülür. Bu lokma şerbetsiz olur, isteyen üzerine pudra şekeri dökerek yiyebilir. Cenaze evine yemek götüremeyen çiğ tavuk ya da kola götürür (K:46-60).

4.7.5. Muğla’da Cenaze Merasimi

Eğer cenaze haberi akşam geldiyse o akşam komşular, cenaze evine süt getirirler, çay demlerler. Cenazesi olan evde yemek pişirilmez, genç ölümse üç ay komşular ve akrabalar yemek götürür. Taziyeye gelenlere yemek ikramı yapılmaz. Belediye cenazesi olan her eve börek(kıymalı pide) ve ayran gönderir. Şimdilerde baş sağlığına gidenlere çokoprens ve meyve suyu dağıtılıyor, önceden şeker ve lokum dağılırdı (K: 61-75).

4.7.6. Aydın’da Cenaze Merasimi

Erkekler mezardan gelene kadar kadınlar evde Kur’an-ı Kerim okurlar, buna “toprak mevlidi” denir. Mevlitten sonra pide ve ayran dağıtılır. Cenaze evine yakın akrabaları ve komşuları yemek götürür. Evi uzak olanlar yemek yerine tavuk, pirinç, kahve,

toz şeker gibi şeyler götürebilir. Cenaze sahipleri üç hayrı, kırk lokması ve elli iki mevlidi yaparlar. Cenazenin üçüncü gününde helva kavrulur, tavuklu pilav yapılarak taziyeye gelenlere ikram edilir. Ailenin maddi durumu iyiye tüm hayırlarda yemek verebilir. Kırk hayrında lokma dökülerek gelenlere ve mahalleye dağıtılır. Lokmaya şerbet eklenmez, kadınlar evde yapıyorlarsa dışarıya göre daha büyük dökerler. Elli iki hayrında aşure ve şekersiz lokma dağıtılabileceği gibi yemek de yapılabilir (K: 76-90).

4.7.7. Denizli'de Cenaze Merasimi

Cenaze çıkan evde üç gün tüp açılmaz. Üç gün sonra üç hayrı olur. Yağ koksun diye sac yakılarak yağlı katmer yapılır. Yedisinde tavuklu pilav ya da pişi çöreği yapılarak dağıtılır. Elli iki hayrında durumu olan yemek yedirir. Cenaze yakınları cenaze evine tahin helva ve ekmek götürür sonra o helvalar ekmeklerin içine koyularak mahalleye dağıtılır. Cenaze için altı ay bir sene içinde mevlit okutulur. Bu mevlitte yemek yedirmek daha makbuldür. Yemekte genelde bir çeşit çorba, tavuk ya da et yemeği, pilav ve ayran olur (K: 91-105).

4.7.8. Kütahya'da Cenaze Merasimi

Cenazesi olan evde ilk yedi gün yemek pişirilmez, yakınları cenaze evine yemek götürür, bu yemeğe “eren yemeği” denilmektedir. Yemek götüremeyen kuru fasulye, pirinç, un ve yağ gibi erzaklar götürmektedir. Cenazenin yedisine kadar evde her gün Kur'an-ı Kerim okunur, yedisinde ise un helvası kavrulur (K: 106-120).

“Eskiden yavan pideler olurdu içine un helvası koyularak bütün mahalleye dağıtılırdı.” K108.

Cenazenin kırkında gücü olan yemek verir, gücü olmayan yemek vermez ama un helvası mutlaka basılır. Yılında yemek verilerek mevlit okutulur, mevlit okunurken ortaya çörekotu ve tuz koyulur ve bunları daha sonra orada bulunan kadınlar paylaşarak evlerine götürürler (K: 106-120).

5. Sonuç ve Öneriler

İçerisinde bulunduğumuz yüzyılda kadının çalışma hayatında geçmişe oranla daha fazla yer alıyor olması, mutfak kültürünün uygulanabilirliği anlamında olumsuz bir etki

oluşturmaktadır. Geçmişte özel günlerde düzenlenen toplu yemeklerde kadınlar tarafından hazırlanan yiyecek ve içeceklerin yerini birçok bölgede daha pratik hazırlanan yemeklere bıraktığı görülmektedir. Bu durumun bir diğer nedeni olarak; geçmişte görülen yatay yapılanmanın oldukça azalarak büyük oranda dikey yapılanmalara geçilmesi gösterilebilir. Köylerde ve mahallelerde imece usulüyle pişirilen yöresel yemekler bir arada yaşamının topluma kazandırdığı bir değer iken, günümüzde yaşanan apartmanlarda aynı durum görülmemektedir.

Sosyal medyanın yaygın kullanımı, seyahat imkânlarının daha ucuz, daha konforlu ve daha hızlı olması gibi avantajlar turizm faaliyetlerine katılım oranını artırmış, bu durum seyahat edilen bölgelerdeki yöresel yemeklerin tanınırlılığının artmasına katkı sağlamıştır.

Ege bölgesi illerinde özel günlerde uygulanan ritüeller genel anlamda benzerlik gösterirken yemek kültürü ilden ilden değişmekte, bunda bahsedilen ilin coğrafi ve sosyolojik yapısı rol oynamaktadır.

Çalışma sonucunda, araştırma kapsamına alınan illerde düzenlenen toplu yemeklerde ikram edilecek yiyecek ve içeceklerin seçiminde, en önemli etkenin sosyo-ekonomik özellikler olduğu belirlenmiş olup ekonomik durumu iyi olan ailelerin yemeklerde kırmızı et ile baklava çeşitlerini, ekonomik durumu daha düşük seviyede olan ailelerin ise tavuk etini ve tatlı olarak tahin helvası ikram etmeyi tercih ettikleri tespit edilmiştir. Ancak düğün yemeklerine genel olarak baktığımızda ekonomik durum farketmeksizin irmik helvasının tercih edilme oranının yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum helvanın kültürümüzde önemli bir yeri olduğunu göstermektedir.

Düğün yemeklerinde coğrafyanın etkisi de hissedilmekte olup, yemeklerde zeytinyağı kullanımının üretimine paralel şekilde Ege Bölümü (Manisa, İzmir, Aydın ve Muğla) yöresel yemeklerinde yaygın olarak kullanılırken, İç Batı Anadolu Bölümü'nde (Afyonkarahisar, Uşak ve Kütahya) pek yaygın kullanılmadığı görülmektedir.

İklim, menü belirlemede önemli bir etken olup özel gün yemekleri hazırlanırken göz önüne alınan bir faktördür. Kış aylarında yapılan düğün yemeklerinde patlıcan kullanılmadığı,

misafirlere ikram edilecek içeceklere mevsime göre karar verilmesi mevsimsel beslenmeye örnek durumundadır. Muğla ilinde özel gün yemeklerinde çorbanın olmaması Muğla ilinin ikliminden kaynaklanan bir durumdur.

Geçmişte düzenlenen sünnet ve düğün törenlerinde ikram edilen yemeklerin düğün evi halkı tarafından kazanlarda pişirildiği, günümüzde ise bu işin ücret karşılığında yapan aşçılara bırakıldığı görülmektedir. Bazı illerde yuvarlak sofralarda tek tabaktan yeme kültürünün yok olduğu ve tabldot sisteme geçildiği; kullanılan yuvarlak yer sofraların yerini masalara bıraktığı görülmektedir.

Geçiş dönemlerinde tüketilen besinler arasında eskiden yöresel ürünler fazla iken günümüzde yöresel ürün kullanımı nadir görülmektedir. Bunun nedeni yöresel ürün kullanımının belirli bir tecrübe ve zaman gerektirmesi ve zamanla yöresel yemek alışkanlıklarında değişimler yaşanmasıdır.

Bu araştırmadan elde edilen verilere dayalı olarak araştırmacılar ve konunun diğer paydaşları için farklı açılardan ele alınarak sunulmuştur. Geçiş dönemleri mutfak kültürünün ve yöresel mutfak uygulamalarının tanıtılması ve yaygınlaştırılmasında;

- Türkiye'ye çeşitli turizm faaliyetleri için ziyarete gelen yabancı turistlerin, konakladıkları otel işletmeleri ile yemek yedikleri lüks restoranların menülerinde değişikliğe gidilmesi; şeflerin otel ve restoran mutfaklarında yöresel ürün kullanımını önemsemesi ve menülerde yöresel yemeklere yer vermeleri,
- Kültür ve Turizm Bakanlığı ile üniversitelerin aşçılık ve gastronomi bölümlerinin işbirliği içinde olması; bulunulan ilin geçiş dönemi mutfak kültürünün ve yöresel mutfak uygulamalarının ileride sektörde yer alacak kişilerce tanınması, yaygınlaştırılarak yaşatılması adına ortak projeler yürütmeleri,
- Yükseköğretim kurumlarınca gastronomi ve mutfak sanatları ile aşçılık bölümlerinin ders müfredatlarına uygulamalı yöresel mutfak dersinin eklenerek ya da ders sayısının artırılarak niteliğinin iyileştirilmesi, yöresel mutfaklar ve geçiş dönemi mutfak uygulamaları üzerine

seminer, panel ve konferans gibi bilinçlendirici toplantıların artırılması,

- Yöresel mutfaklar ve geçiş dönemi mutfak uygulamalarının tanıtımı amacıyla yerel yönetimlerce broşürler, gazete yazıları ve afişler yayınlayarak bölgeyi ziyaret eden turistlere aktarılması,
- İl ve ilçelerin tanıtım filmlerinde gastronomik unsurlara da yer verilmesi,
- Bölgenin yöresel mutfaklar ve geçiş dönemi mutfak ürünlerinin hazırlanıp servis edildiği restoranların faaliyet göstermesi için yatırımcılar ve turizmcilerin ilgili bakanlıkça teşvik edilmesi,
- Düzenlenecek yöresel yemek yarışmaları, yöresel yemek festivalleri, yöresel yemek ve gıda fuarları ve gastronomi turları ile bölge halkının bilinçlendirilmesi,
 - Gastronomi turizmi potansiyeli olan destinasyonların ilgililerce tespit edilerek gastronomi turizmine kazandırmaları, önerilebilir.

Kaynaklar

- Altun, I. (2004). Kandıra Türkmenlerinde Doğum, Evlenme ve Ölüm, Yayıncı Yayınları, Kocaeli.
- Aydın, T. (2000). Aydın Sofrası, Aydın'ın Yöresel Yemekleri, Ege Bölgesi'nin Geleneksel Mutfak Kültürü, Deniz Basımevi, Aydın.
- Baysal, A. (1990). Beslenme Kültürümüz, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Boratav, P. N. (1973). 100 Soruda Türk Folkloru, İstanbul.
- Cicioğlu, M. N. (2006). Geçit Ritleri Bağlamında Ölüm: Gaziantep Örneği, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Creswell, J. W. (2005). Mixed Methods Designs, Educational Research: Planning, Conducting And Evaluating Quantitative And Qualitative Research, 509-529.
- Çölbay, Ş. & Sormaz, Ü. (2015). "Konya'da Geçiş Dönemlerinde Yapılan Yöresel Mutfak Uygulamaları", Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi, Sayı: 4/4 2015 S. 1729-1736.

- Düzgün, E. & Durlu Özkaya, F. (2015). "Mezopotamya'dan Günümüze Mutfak Kültürü", *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 3(1), 41-47.
- Doğaner, A. (2006). *Osmaniye Yöresinde Yaşayan Ulaşlı Türkmenlerinin Geçiş Törenleri*, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili Ve Edebiyatı Anabilim Dalı, Türk Halk Bilimi Folklor Bilim Dalı, Ankara.
- Gürsoy, D. (2016). *Kuzeyden Güneye, Doğudan Batıya Yöresel Mutfagımız*, Oğlak Yayıncılık, İstanbul.
- Halıcı, N. (1997). "Anadolu Bayramlarında Beyaz Renkler", *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*, Türk Halk Kültürünü Araştırma Ve Tanıtma Vakfı Yayınları, Ss. 65-67.
- Karaağaç, M. (2013). *Malatya'da Geçiş Dönemleri*, Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili Ve Edebiyatı Anabilim Dalı, Halkbilimi Bilim Dalı.
- Kaşgarlı, M. (1989). *Divan-U Lügati-T Türk*, Çeviren: Besim Atalay, Türk Tarih Kurumu Yayını, Ankara.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım Ve Yayın Teknikleri*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kryşık, J. L. & Finn, J. (2015). *Etkili Uygulama İçin Sosyal Hizmet Araştırması*, Çev. Ed. E. Erbay, Nika Yayınevi, Ankara.
- Örnek, S. V. (1966). *Sivas Ve Çevresinde Hayatın Çeşitli Safhalarıyla İlgili Bâtil İnançların Ve Büyüsel İşlemlerin Etnolojik Tetkiki*, Ankara Üniversitesi, Dil Ve Tarih Coğrafya Fakültesi Yayınları. Sayı:74.
- Örnek, S. V. (1977). *Türk Halkbilimi*, İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara.
- Özdemir, N. (2005). *Cumhuriyet Dönemi Türk Eğlence Kültürü*, Akçağ Yayınları, Ankara.
- Patton, M. Q. (2014). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri* (Çev. S. Çelikfö Karataş), Pegem Akademi, Ankara.
- Sevinç, E. K. (2015). *Şef Eyüp Kemal Sevinç'ten Yöresel Yemekler*, Eks Mutfak Akademisi, İstanbul.

- Sönmez, F. (2019). Samsun İli Canik İlçesi Geçiş Dönemi Âdetlerinde Görülen Kültürel Değişimler, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili Ve Edebiyatı Anabilim Dalı, Samsun.
- Şengül, S. & Türkay, O. (2017). Türkiye'nin Yöresel Mutfakları, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Tezcan, M. (1998). Türk Evlenme Ve Düğün Gelenekleri Modeli, Türk Halk Kültürü Araştırmaları, Kültür Bakanlığı Yayınları, S.219-230, Ankara.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2006). Eğitimde Kuram Ve Uygulama, Erişim Adresi: [Http://Eku.Comu.Edu.Tr/Index/2/2/Etopkaya.Pdf](http://Eku.Comu.Edu.Tr/Index/2/2/Etopkaya.Pdf), Erişim Tarihi: 05.06.2018.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin Yayınevi, Ankara.
- Yoloğlu, G. (1999). Türklerin Aile Merasimleri, Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları, Ss.17-18, Ankara.
- Yurdigül, A. (2010). Kültür Endüstrisi Bağlamında Yemek Kültürü Eleştirisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

GASTRONOMİK UNSUR OLARAK SOKAK LEZZETLERİ

Yaren ÖDEMİŞ

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak
Sanatları A. Dalı, Aydın, odemisyaren@gmail.com
ORCID ID: 0000-0001-9689-1511

Zeynep ASLAN

Prof. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Aydın, Türkiye, z.aslan.izmir@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0003-4198-7561

1. Giriş

Küreselleşmenin etkisi ile tüm dünyada yiyecek ve içecek sektöründe bir etkileşimin yaşanmaya başlandığı görülmektedir. Bu etkileşimin sonucunda farklı yiyecek içecek akımlarının ortaya çıkmaya başladığı dikkat çekmektedir (Güler, 2010). Fast food, doğal beslenme, etnik yiyecekler veya slow food gibi hareketler bu akımlara örnek gösterilmektedir. Sokak lezzetleri trendi de küreselleşen günümüz dünyasında yerini almaya başlamıştır. Dünyada yemek tüketimine yönelik bir ilgi artışı olduğu bilinmektedir. Ülke mutfaklarının dünyaya açılmasıyla birlikte kültürlerin birbirine benzemeye ve dönüşmeye başladığı görülmektedir. Bu durumdan hareketle, yemek kültürleri dönüştükçe yerel olan ürünler kimi zaman başkalaşarak günümüzdeki şeklini almaktadır (Akarçay, 2019).

Sokak lezzetlerinin ilk ortaya çıkış nedeninin; düşük gelir ve yoğun iş temposuyla çalışanlara ucuz, doyurucu ve lezzetli gıdalar sunmak olduğu bilinmektedir. Sokak lezzetlerini tüketen grup da çoğunlukla düşük gelire çalışanlar ve öğrencilerden oluşmaktadır. Günümüz koşullarında sokak lezzetleri artık bu tüketim düşüncesi ile tüketilmemektedir. Belirli bir tüketici grubuna hitap etmeyip yerli-yabancı turistlerin, yerel halkın, yüksek veya düşük gelirli kesimden tüketicilerin hepsinin ilgi odağı haline geldiği görülmektedir.

Sokak lezzetleri, yerel ve otantik gıdalar olarak bilinmektedir. Buldukları ülkelerin yerel, mevsimlik ve taze ürünlerinden oluşmaktadır. Ülkelerin mutfak kültürlerinin bir yansıması olarak tüketicinin karşısına çıkmaktadır (Solunoğlu ve Nazik, 2018). Sokak lezzetleri bir cazibe ve bir engel olarak iki farklı yüze sahip ürünler olarak görülmektedir. Dışarıdan bakanlar için yaşamın yerli ve modern olmayan kısmının bir parçası 'tuhaf bir renk' olarak algılanmaktadır. Sokak satıcılarının tezgahlarındaki otantik, renkli ve halkla iç içe olan samimi ortam ve keyifli bir deneyim yaratmaktadır. Ancak bu sözlerin arkasında, sokak gıdalarının üretimi, satışı ve tüketiminin çoğu zaman kentsel ve kırsal yoksulların ekonomik olarak hayatta kalmasında kilit bir rol oynadığı kısmı da önemli bir gerçek olarak görülmektedir (Cohen, 1984).

Sokak lezzetlerinin farklı alanlara olan etkisi bu çalışmaya yön vermiş bulunmaktadır. Hazırlanan bu çalışmada; günümüzün ilgi çeken bir yeme içme trendi olarak sokak lezzetleri kavramının tanımına, tarihsel gelişimine, ekonomik, kültürel, hijyen-kalite-güvenlik boyutları ile sokak lezzetlerinin Dünya ve Türkiye'deki belli başlı örneklerine yer verilmektedir. Yapılan çalışma ile gastronomik unsur olarak sokak lezzetlerinin önemine dikkat çekmek ve yürütülecek araştırmalar için örnek teşkil etmek amaçlanmaktadır. Çalışma, ikincil veri toplama tekniklerinden literatür taraması yapılarak ortaya konulmaya çalışılmıştır.

2. Sokak Lezzetleri Kavramı

Sokak lezzetleri kavramı ilk defa 1986 yılında Endonezya'nın Jakarta şehrinde düzenlenen, Asya'da sokak gıdaları üzerine gerçekleştirilen bir çalışmada Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü tarafından tanımlanmıştır. Yapılan tanıma göre sokak lezzetleri; tezgahlar ve seyyar satıcılar tarafından özellikle sokaklarda ve benzeri halka açık yerlerde hazırlanan ve / veya satılan hazır yiyecek ve içeceklerdir (Irigüler ve Öztürk, 2016: 50-51). Bu tanımın dışında çok farklı tanımları da mevcut olan bir kavram olarak bilinmektedir. Açıkta satılan gıda olarak da isimlendirilen sokak yemekleri kavramı Kapusuz ve Sert' e göre; uluslararası anlamda kabul görmüş gıda sağlığı, muhafazası, üretimi ve satışı koşullarına göre belirli bir standardı olmayan, sabit fiziki bir ortamın, yeterli üretim ve muhafaza donanımlarının bulunmadığı, satıcılarının daha çok tek ürün üzerine üretim yaptığı

ve zaman sıkıntısı ile maddi imkansızların arttığı dönemlerde alternatif bir gıda olarak görülen bir kavramdır (Sert ve Kapusuz, 2014). Sokak yemekleri çoğu zaman şehrin işlek caddelerinde, kalabalık nüfusun çalıştığı kamu binalarının çevresinde, okullarda ve özel kuruluşların yakınlarında, parklarda, deniz kıyısı ve plajlarda, tren garı, otobüs terminali ve vapur iskelesi gibi yerlerin yakınlarında, spor müsabakaları-konser vb. etkinliklerin yapıldığı stadyum ve etkinlik merkezlerinin çevresinde satılabilmektedir. Sokak yemekleri birçok farklı nedenden dolayı tercih edilebilmektedir. Genellikle hızlı tüketilebilir olmaları, ucuz olmaları, hoş lezzete sahip olmaları, kolay ulaşılmaları, çeşitli alternatiflerinin olması, yerel atmosferi ve o bölgenin damak zevkini yansıtarak o anlık açlığı kolayca bastırabildiği için özellikle belirli bölgelerde yoğun miktarda tüketilmektedir (Annan-Prah vd., 2011, Akt; Yıldırım ve Albayrak, 2019, Steyn, Labadarios ve Nel, 2011) Sokak lezzetlerini çoğunlukla gelişmekte olan ülkelerin vatandaşlarının ve dar gelirli nüfusun tükettiği bilinmektedir. Ancak bu düşüncenin artık değişmeye başladığı görülmektedir. Yapılan televizyon programları, düzenlenen sokak yemeği festivalleri ve sosyal medyada sıkça paylaşılan sokak yemekleri ile bu kültür büyük ölçüde değişmektedir (Karsavuran, 2018). Artık sokak yemeklerini tüketen kesim için statü ayrımı yapmak pek de mümkün görülmemektedir.

Sokak lezzetleri hızlı sunulup tüketilebilen gıda ürünleri olmalarına rağmen endüstrileşmiş bir yapıya sahip değildir. Çoğunlukla yerel ürünlerle, bölgeye özgü pişirme teknikleri kullanılarak hazırlanan şehrin etnik yapısını da yansıtan bir yeme içme alışkanlığı olarak görülmektedir (Calloni, 2013, Akt; Karsavuran, 2018). Sokak yemekleri fast-food gibi görünen ve bu şekilde tüketilen ürünler olmalarına rağmen yöresel ve geleneksel tatlar içeren yiyecek ve içecekler olarak bilinmektedir (Girgin, 2019).

Sokak lezzetlerini farklı şekillerde sınıflandırmak mümkündür. Satılan ürünlere göre bir sınıflandırma yapılabilmektedir. Sokak lezzetlerini oluşturan ürünleri kategorilere ayırmak gerekirse; yemekler, atıştırmalıklar, içecekler ve meyveler şeklinde sıralanabilmektedir (Steyn, Labadarios ve Nel, 2011). Dünya Sağlık Örgütü ise sokak lezzetleri ile ilgili sınıflandırmayı, ürünlerin hazırlandığı yerlere göre

isimlendirmektedir. Buna göre sokak lezzetleri; küçük ölçekli işletme ya da geleneksel atölyelerde, evde, pazar yerinde ve sokakta hazırlanan ürünler olarak dört gruba ayrılmaktadır. Bu kategoriler, güvenli gıda üretimi sağlamak için yeterli altyapı ve çevre hijyeni sağlamakla giderek artan bir zorunluluğu yansıtmaktadır. Sokak yemek satıcılarının satış şekilleri ve çalışma süreleri dünyanın farklı bölgelerinde farklılık göstermektedir. Satış şekilleri açısından genellikle sabit veya gezici olarak sınıflandırılabilir (WHO, 2010).

Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu ise sokak lezzetlerini; tatlılar, atıştırmalıklar, kahvaltılıklar ve meyve-sebzeler olarak dört kategoride incelemektedir. Kıbrıs sokak lezzetleri üzerine yapılan çalışmada tatlılar, şehrin belirli bölgelerinde, tüm gün boyunca sabit duran araçlarda satılan yiyecekler olarak aktarılmaktadır. Atıştırmalık yiyecekler, genellikle statların ve sinema salonlarının önünde veya çarşılarında dükkanları tek tek gezerek satılan yiyecekler olarak tanımlanmaktadır. Kahvaltılıklar çoğunlukla tüm gün boyunca şehrin belirli bölgelerinde hem sabit hem de seyyar araçlarda satılabilen yiyecekler olarak görülmektedir. Meyve ve sebzeler ise yetiştirildikleri döneme göre sokak tezgahlarında veya seyyar araçlarda yaygın olarak satılmaktadır (Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu, 2018). Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü'nün raporuna göre dünya çapında sayılamayacak kadar çok sayıda ve türde sokak yemeği olduğu için yemekleri bir araya getirmek ve belirli bir liste oluşturmak mümkün görülmemektedir. Listenin oluşturulmasına rağmen sokak yemeklerinin üç kategoriye ayrılması incelenmelerini kolaylaştırmaktadır. Bunlar ise aşağıda sıralanmaktadır (İğdir, 2020):

1. Ülke ve Bölgeye Göre
2. Türüne Göre (Yemek, İçecek, Atıştırmalık)
3. Pişirilme Yöntemine Göre

Dünyanın dört bir yanında sokak yemekleri ile karşılaşmak mümkündür. Örneğin Türkiye 'de 42, Filipinler'de 87 ve Güney Asya ülkelerinde yüzlerce sokak yemeği ile turizme katkı sağlanmaktadır. Özellikle Asya, Afrika, Güney Amerika ve Karayip Adaları sokak yemekleri açısından büyük zenginliğe sahip bölgeler olarak görülmektedir.

Tablo1: Sokak Lezzetleri Açısından Zengin Bölgeler ve Ülkeler

<i>Asya</i>	<i>Afrika</i>	<i>Güney Amerika</i>	<i>Karayip Adaları</i>
<i>Çin</i>	<i>Fas</i>	<i>Arjantin</i>	<i>Barbados</i>
<i>Hindistan</i>	<i>Kenya</i>	<i>Brezilya</i>	<i>Haiti</i>
<i>Tayland</i>	<i>Güney Afrika</i>	<i>Meksika</i>	<i>Jamaika</i>
<i>Endonezya</i>	<i>Nijerya</i>	<i>Peru</i>	<i>Puerto Rico</i>
<i>Filipinler</i>	<i>Tanzanya</i>	<i>Dominik</i>	

Kaynak: (İğdır, 2020: 105).

Sokak yemekleri ile ilgili yasal düzenlemeler olmamasına rağmen bazı ülkelerde daha düzenli ve güvenilir hale getirmek için çalışmaların yapılmaya başlandığı bilinmektedir. Ancak sabit bir yerleri olmadığından sokak satıcılarının tümüne hakim olmak mümkün değildir (Aydın, 2020).

Dünya’da ve Türkiye’de çok fazla rastlanılan bu gıdalar ekonomik açıdan turizm sektöründe büyük paya sahip ürünler olarak bilinmektedir (Gözgeç ve Aydemir, 2019). Yapılan bir çalışmada sokak lezzetlerini en sık tüketenlerin bekarlar, gençler, düşük gelirli ve üniversite mezunları olduğu saptanmıştır. Seyrek tüketen gruplar ise evli, orta yaş grubu, orta düzeyde geliri olanlar ve üniversite mezunu olmayanlar olarak belirlenmiştir. Sokak lezzetlerini gençlerin ve düşük gelirli olanların tüketmesindeki en büyük etken, bu lezzetlerin ekonomik, kolay erişilebilir ve hızlıca hazırlanıp tüketilebilme özellikleriyle ilişkili olduğu düşünülmektedir. Diğer bir değerlendirmeye göre ise yaş, gelir ve eğitim seviyesinin artmasıyla sokak lezzetlerinin tüketiminin arttığı görülmektedir. Bu gruptakiler yemek için daha fazla gelir ayırabildikleri, yemek konusunda daha bilgili ve seçici oldukları ve farklı seçenekleri tercih edebildikleri için sokak lezzetlerini daha az miktarda tüketmektedir (Çakıcı ve Ballı, 2019).

3. Sokak Lezzetlerinin Tarihsel Gelişimi

Sokak yemeklerinin Antik Roma’daki tarihsel geçmişine Pompei kalıntılarında ulaşılmıştır. Tarihte Aztek uygarlığı olarak bilinen şu anki Orta Amerika’da yaşayan Meksikalıların yemekleri arasında da sokak yemekleri olduğu görülmektedir. Tortilla bu

lezzetlere örnek verilebilir (Latifoğlu, 2020). Antik Yunan'da sokak yemeklerinin ilk örneği olarak küçük kızarmış balıkların satıldığı düşünülmektedir. Eski Roma'da evlerinde fırın veya ocağı olmayan yoksul kent sakinleri için sokak yemekleri önemli bir beslenme şekli olmuştur. Eski Çin'de sokak yemekleri genellikle yoksul kesime hitap etmiştir. Ancak zengin kesimin de hizmetkarlarına sokak yemeklerini satın aldırarak evlerinde tükettiği bilinmektedir (Kumar, 2015).

Sokak yemeklerinin tarihi antik çağlara kadar dayanmasına rağmen tüketim sıklığı 18.yüzyılda restoranların ortaya çıkışı ile birlikte büyük bir düşüş göstermiştir. Maddi açıdan güçlü olan kesim, daha iyi hizmet kalitesi ve sık görünümü nedeni ile restoranları tercih etmiştir. Ancak 19.yüzyılda Avrupa'da yaşanan sanayi devrimi ile birlikte düşük ücretli mavi yakalı işçi kesiminin nüfusu artmaya başlamıştır. Bu kesimin yemek pişirmek için yeterli zamana ve yeterli maddi güce sahip olmadıkları bilinmektedir (Irigüler ve Öztürk, 2016). Bu dönemde sokak satıcılarına şehrin tüm sokaklarında hatta mahalle aralarında rastlamak mümkündür. Restoranların az sayıda olduğu dönemlerde, çevrede yaşayanların aynı alanda toplanması, sosyalleşmeleri ve hızlıca karınlarını doyurmaları adına sokak satıcıları bir odak merkezi haline gelmiştir (Girgin, 2019).

Sokak lezzetlerinin yaygınlaşmasında bir başka etken ise ev dışında yeme-içme olgusu olmuştur. 1939-1945 yılları arasında gerçekleşen II. Dünya Savaşı sonrasında oluşan değişiklikler, ev dışında yeme-içme olgusunun ortaya çıkmasını sağlamıştır. Modernleşme ve sanayileşmeyle birlikte kadınların iş hayatında yer almaya başlamasıyla birlikte, aile içi iş bölümlerinde değişiklikler ortaya çıkmıştır. Yoğun iş temposunun arasında evde yemek hazırlama, masa hazırlama, bulaşıkları yıkama gibi iş bölümleri sorun olarak ortaya çıkmıştır (Girgin, 2019). Sokak lezzetleri bu dönemde alternatif ürünler olarak daha sık tüketilmeye başlanmıştır.

1960'lı yıllarda sanayileşme ile birlikte gelişen ülkeler dışarıdan aldıkları göçler, çalışmak amacıyla veya yasadışı yollarla dış ülkelere göçler ve ülkenin içerisindeki kırsal kesimden kentlere yapılan göçler ile kozmopolit bir yapıya sahip olmuştur. Farklı ülkelere göç eden kişiler kazanç sağlamak için kendi kültürlerinde var olan yiyecekleri seyyar şekilde, göç ettikleri

ülkede satarak sokak yemeği sektörünü günden güne global bir hale getirmiştir (Ünal ve İpar, 2020). Aşağıdaki tabloda sokak lezzetlerinin geçmişteki ve gelecekteki durumu ile ilgili tespitler yer almaktadır.

Tablo 2: Sokak Lezzetlerinin Geçmişteki ve Gelecekteki Durumu

Geçmişte ve Günümüzde Gelişmekte Olan Ülkelerde	Günümüzde Gelişmiş Ülkelerde
Düşük gelirliler için ucuz gıda	Yoğun çalışan insanlar için uygun yemek
Sınıfsal ayırım	Sınıf ayırımı yok
Eğitimsiz insanlar için iş imkanı	Mutfak programlarında yeni mezun olanlar ve yetenekli kişiler için iş imkanı
Zamanı ya da evde imkanı olmayan mavi yakalılar için gereklilik	Mutfak kültürleri değişimi için olanak; tadım için gıda
Özensiz satış araçları ve sağlıksız üretim	Gösterişli araçlar ve tezgahlar; yaratıcı sunum

Kaynak: (Irigüler ve Öztürk, 2016: 52)

Geçmişte farklı bir düşünce ile var olan sokak yemek kültürü, 21.yüzyıla gelindiğinde globalleşmenin etkisiyle farklı kültürlerin dikkatini çekip yeni bir yiyecek-içecek endüstrisi olarak ortaya çıkmıştır (İğdir, 2020). Gelir düzeyi düşük kesimin yemeği olarak bilinen sokak lezzetleri artık herkesin yemeği haline gelmiştir. Sokak yemekleri son 20-30 yıldır popüler bir hal almaya başlamıştır. Şehirlerdeki nüfusun artmasıyla birlikte gelişip büyüyen bir sektör haline gelmesi beklenmektedir (Girgin, 2019).

4. Sokak Lezzetlerinin Kültürel Boyutu

Dünya üzerinde yemek kültürü bölgeden bölgeye değişiklik gösterebilmektedir. Kimi bölgelerin kültürlerinde çok sık tüketilen ve tercih edilen yemekler kimi bölgeler için bir tabu olabilmektedir. Ancak tabu olarak sayılacak bu yemekler, insanların ilgisini çekmekte ve o yemekleri tatmak amacıyla farklı bölgelere seyahatler gerçekleştirilmektedir. Kültürler arasındaki bu farklılıklar ve zenginlikler turistlerin seyahat etmeleri için motivasyon kaynağı haline gelebilmektedir. Günümüzde turistler bölge kültürünü seven ve kültürün tüm öğelerini görmek isteyen bir yapıya sahiptir. Bu nedenle de yerel değerler, oldukça önemli

olup bölgenin farklılaştırılmasında katkı sağlayacak unsurlar olarak görülmektedir (Yüncü, 2010).

Sokak lezzetlerinin de kültürü yansıtmakta bir ayna görevi gördüğünü söylemek mümkündür. Kültürün bir ögesi olarak yemek, yüzyılların birikimini ve çeşitliliğini taşımanın, fizyolojik bir ihtiyaç olmanın dışında toplumsal hayatında vazgeçilmez ögesi olarak görülmektedir. İnsanların bir araya geldikleri törenlerde, dini ritüellerde, düğün, doğum günü, eğlenceler, festivaller ve ölümlerde yeme-içme aktivitesi kültürün bir parçası olarak varlığını sürdürmektedir (Beşirli, 2010). Sokak lezzetleri de sosyal ilişkilerin kurulmasında ve sürdürülmesinde kültürün maddi ve manevi bir ögesi olarak günlük hayatta yerini almaktadır. İnsanlar genellikle aileleriyle, arkadaşlarıyla veya başkalarıyla kamuya açık alanlarda yemek yemeyi tercih etmektedir. Halka açık alanlardaki yemek tüketimi restoran çeşitlerinden düğün yemeklerine kadar çok farklı şekillerde sağlanmaktadır. Dünyada en yaygın halk yemeği şekli olarak ise sokak lezzetleri bilinmektedir. Sokak lezzetleri sunuldukları mekanların ve sundukları gıdaların çeşitliliği bakımından oldukça geniş bir alanı kapsamaktadır (Solunoğlu, 2018).

Sokak yemekleri Tayland'da önemli bir kültürel olgu olarak kabul edilmektedir. Burada sokak yemek satışlarının yapıldığı satış yerleri veya pazarlar sadece alışverişin yapıldığı yerler olarak görülmemektedir. Tayland için sokak yemek satışlarının yapıldığı yerler; arkadaşlıkların ve sosyal ilişkilerin kurulduğu, çocukların büyüdüğü, şehir yaşamının aktığı sosyal mekanlar olarak kabul edilmektedir. Bu tarz bir ilişki düşünüldüğünde sokak lezzetleri, bölgenin kültürünü yansıtmakta önemli bir paya sahiptir (Karsavuran, 2018).

Sokak lezzetleri, kültürel ve sosyal mirasın korunması açısından yerel mutfakla birlikte önemli yere sahip olan ürünler olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca sokak lezzetleri farklı lezzet arayışları içinde olan ve yemek yeme aktivitesine önem veren turistler için ilgi çekici olmuştur. Örneğin Singapur, Tayland ve Malezya gibi ülkelerde sokak lezzetlerinin satışı bir turizm hareketi olarak kabul edilmektedir ve yetkililer tarafından bu hareketlilik desteklenmektedir. Sokak lezzetleri destinasyon için çekim kaynağı olarak görülmektedir (Torres Chavarria ve Phakdeek-ausorn, 2017).

Sokakta yemek yiyen kişi, hem bölgenin yaşam tarzına bizzat şahit olup orayı tanımak açısından fayda sağlayacak hem de ucuza, lezzetli ve doyurucu yerel lezzetlerin tadına bakmış olacaktır. Bu durum tüketiciler için uygun fiyatlı cazip bir seçim olmasının yanı sıra günün her saatinde ulaşılabilir olması ve çeşitliliğinin fazla olması nedeniyle geniş bir seçim imkanı sunmasıyla da kolaylık sağlamaktadır (Solunoğlu, 2018). Özellikle bazı sokak lezzetleri ülkelerin mutfaklarında simge haline gelmiştir. Örneğın Meksika’da sokak lezzeti olan taco ve Türkiye’de nohut-pilav veya döner gibi sokak lezzetleri ülkelerin kültürel değerleri olarak görülmeye başlanmıştır. Asya, Afrika, Ortadoğu ve Latin Amerika’da birçok ülkede sokak lezzetleri günlük şehir hayatının bir parçası olarak görülmektedir (Latifoğlu, 2020).

5. Sokak Lezzetlerinin Ekonomik Boyutu

Sokak lezzetleri yerel, otantik ve lezzetli olmaları gibi özellikleriyle yerli ve yabancı birçok turist için motivasyon kaynağı olarak görülmektedir (Cohen ve Avieli, 2004). Sokak lezzetleri önemli turistik ürünler olmaları nedeniyle ekonomik alanda da büyük katkılar sağlamaktadır. Dünya çapında her gün 2,5 milyar kişinin, uygun fiyatlı olması ve erişim kolaylığı gibi nedenlerle sokak lezzetlerini tükettiğı ifade edilmektedir (Solunoğlu, 2018).

Dünya üzerinde milyonlarca insana ekonomik yiyecek sağlayan çok kapsamlı ve bol çeşitliliğe sahip olan sokak lezzeti satışları, yasal olmayan bir sektör olarak görülmektedir (Tinker ve Cohen, 1985; Akt. Zencir ve Bayraktar, 2019; Ohiokephei, 2003). Yasal olarak kabul edilmemiş veya tanınmamış olsa bile, sokak yemek satıcıları dünya üzerindeki birçok ülkenin kent hayatında yerini korumaktadır. Özellikle sokak lezzetlerinin yoğun ilgi gördüğü ülkelerde yapılan satışlarla milyonlarca doların el değiştirdiğı tahmin edilmektedir. Yapılan bu tahmine göre sokak lezzetlerinin ekonomik boyutu oldukça değerli görülmektedir (FAO, 1997).

Küçük bir endüstri olarak görülen sokak lezzetleri, birçok kasabanın ekonomik gelişimi ve planlaması için büyük öneme sahiptir. Latin Amerika’da şehirlerde yaşayan hane halkının harcamalarının %30’unu sokak lezzetleri oluşturmaktadır. Bangkok’ta bulunan 20 bine yakın sokak yemek satıcısı da buradaki şehir halkının gıda alımının % 40’ını karşılamaktadır (Solunoğlu,

2018). New York City Economic Development Corp.'a göre, vergi kayıtları ve çalışma istatistikleri bürosunun analizi, sokak gıda satıcılarının 2005 yılında şehrin 11 milyar dolarlık restoran satışlarına 107 milyon dolar katkıda bulunduğunu ortaya koymaktadır (Prewitt, 2007). Endonezya'nın Bogor şehrinde sokak lezzetlerinin yıllık satışının 67 milyon ABD dolarını bulduğu istatistiklerde görülmektedir. Malezya'daki tahmini 100 bin sokak yemekleri satan tezgahların günlük ortalama satışı hesaplanırsa, yıllık sokak yemeği satışları 2,2 milyar ABD doları olarak hesaplanabilmektedir. Sokak yemeği satılan işletmeler küçük, basit beceriler isteyen, az miktarda sermaye gerektiren yerler olarak bilinmektedir. Ancak yarattığı istihdam düşünüldüğünde büyük bir potansiyele sahip olduğu anlaşılmaktadır. 250 bin nüfusa sahip olan Bogor şehrinde 18.000 sokak yemeği işletmesi olduğu bilinmektedir. Bu da yaklaşık her 14 kişiye bir olacak şekilde hesaplanabilmektedir. Aynı şekilde Bogor şehrinde kayıt dışı sektörde faaliyet gösteren çalışanların kabaca %26'sının da sokak yemek satıcısı olarak istihdam edildiği bilinmektedir (Nzdl, 25.05.2021).

Kadınların da sokak gıda sektöründeki yeri ve bu sektördeki istihdam potansiyelinin oldukça yüksek olduğu ifade edilmektedir (FAO, 1997). Örneğin, Nijerya gibi ülkelerde sokak yemek satışları sosyo-ekonomik bir fayda sağlamanın yanı sıra düşük maliyetlerle beslenme sağlanması ve özellikle kadınlar için istihdam sağlanması bakımından önemli görülmektedir (Ekanem, 1998). Bangkok'ta sokak lezzeti satıcılarının %82'sini kadınlar oluşturmakta ve bu iş gücü kadınlar için sabit bir gelir kaynağı olmaktadır (Chung, Ritoper ve Takemoto, 2010). Uzun saatler çalışmayı gerektirse de alternatif istihdam kaynaklarına göre elde edilen gelirin daha yüksek olduğu görülmektedir. Uganda'da yapılan araştırmaya göre, sokak lezzeti satıcılarının (%87) çoğunun devlet memurlarının kazandığı maaştan daha fazla kazandıkları tespit edilmiştir. Ayrıca sokak lezzet satıcılarının asgari ücretin altında para kazanmadığı da bir başka gözlem sonucu ortaya çıkmıştır. Sokak yemek ticareti maliyeti düşük ve kazançlı bir yatırım olarak düşünülmektedir (Cardoso, Companion ve Marras, 2014).

6. Sokak Lezzetlerinin Hijyen, Kalite ve Güvenlik Boyutu

Gıda güvenliği, gıda kaynaklı hastalıkları önlemek için yetiştirme, hasat, işleme, taşıma, perakende, dağıtım, depolama, hazırlama ve tüketme adımlarının her birinin dahil olduğu gıda üretim aşamalarında ortaya çıkabilecek mikrobiyal, kimyasal ve fiziksel tehlikelerden tedarikin korunmasını içermektedir (WHO, 2006; Akt. Bellia, Pilato ve Seraphin, 2016). Sokak lezzetleri düşük maliyeti, kolay erişilebilirlik ve doyurucu olması gibi nedenlerle gelişmekte olan dünyada, kentsel ve kırsal hayatın vazgeçilmez bir yeme-içme alışkanlığı olarak görülmektedir. Ancak bu yeme-içme alışkanlığının oluşturduğu bazı riskler olduğu da ifade edilmektedir (FAO, 2001).

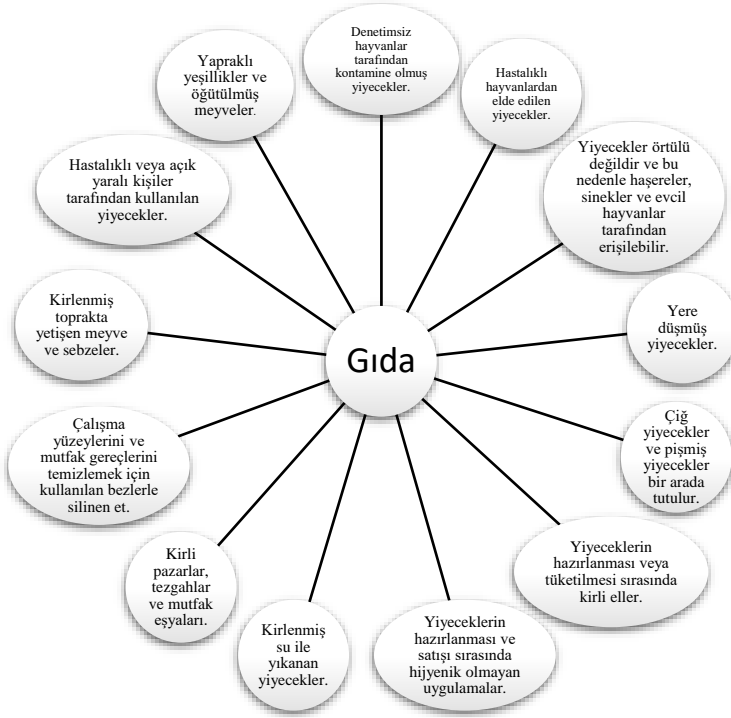
Dünya Sağlık Örgütü bu konuda üç kritik nokta belirlemiştir. Buna göre tehlikeli gıdayı ortadan kaldırması veya daha az kabul edilebilir hale getirmesi gereken hazırlık süreçleri; patojenlerin çoğalmasını, toksinlerin gelişimini ve özellikle işyerindeki riskleri en aza indiren hazırlama yöntemi; bireysel porsiyonlarda yiyecek sunan ve daha sonra herhangi bir kontaminasyonu önlemek gibi her yerde yiyebilecekleri bir şekilde paketlenmiş ambalajlar olması gerektiğine dair kriterler önemli kabul edilmiştir. Diğer bir husus ise sokak yemeğinin daha ekonomik olması için üreticilerin ürünleri ucuz ve gıda açısından daha az değerli (örn. katı yağlar ve yenilebilir sıvı yağlar), tüketici içinse zararlı ürünleri tercih etmesi sorunu olarak bilinmektedir. Ürünün kalitesi ile gıdanın sağlık ve hijyen güvenliği arasında bir ayırım yapmak önemli bir husus olarak değerlendirilmektedir (Bellia, Pilato ve Seraphin, 2016).

Dünya Sağlık Örgütü'nün verilerine göre her yıl 2,2 milyon insanın su ve gıdanın ishal gibi rahatsızlıklar oluşturarak hayatlarını kaybetmelerine neden olduğunu göstermektedir (Solunoğlu ve Nazik, 2018). Bu veriler yiyecek ve içeceklerin insan sağlığı açısından önemini ortaya koymaktadır.

Afrika'da ve genel olarak dünyada sokak lezzeti satıcılarının çoğunun gıda güvenliği konularında bir bilgisi bulunmamaktadır. Sokak lezzetleri, kullanımının tüm aşamalarında tehlikeli suistimallerle karşı karşıya kalmaktadır. Sokak lezzetleri genellikle toprak, toz, kum, böcek, polen gibi çevresel faktörlerden kaynaklanan kontaminasyonlara maruz kalmaktadır (Cardoso,

Companion ve Marras, 2014; Ekanem, 1998). Diğer yaygın risk faktörlerine örnek olarak da et ürünlerinin büzülüp küçülmesini en aza indirmek amacıyla az kızartılması, hazırlanmış yiyeceklerin uygun olmayan sıcaklıklarda saklanması ve bu tür yiyeceklerin soğuk veya yeniden ısıtılmadan servis edilmesi de zaman-sıcaklık suistimalleri olarak görülmektedir (Ekanem, 1998). Dahası satıcılar genellikle gecekondu mahallerinde bulunan evlerinde yiyecek hazırlarken, sağlıksız barınma ve çevre koşulları ve içme suyu eksikliğinden kaynaklanan riskler ortaya çıkabilmektedir. Yoksulluk oranları daha düşük kalitede ürün kullanmaya zorlayabilmektedir (Cardoso, Companion ve Marras, 2014).

Yiyecekler evde veya cadde tarafına yerleştirilmiş ahşap, polietilen torbalar ve teneke gibi malzemelerden yapılmış tezgahlarda hazırlanmaktadır. Ürünlerin hazırlanma yeri her zaman aydınlık, temiz ve kontaminasyon kaynağından uzak bulunmamaktadır. Hatta bazı satıcılar tarafından kullanılan hazırlık yüzeylerinde, çapraz kontaminasyonu artırabilecek önceden hazırlanmış yiyecek kalıntıları olabilmektedir. Sokak lezzetlerinin hijyen, kalite ve güvenlik boyutundaki tehlike kaynağı olarak sayılabilecek konular; satıcının bulunduğu konum, işlenmemiş içerikler (sebzeler, baharatlar, su kaynağı vb.), mutfak eşyaları ve ekipmanlar son olarak da satıcıların kişisel hijyeni tehlikelerin kaynakları olarak sıralanabilmektedir (Rane, 2011). İşlenmemiş içeriklerin kontrol altında olmaması veya satıcının kişisel hijyeninin olmaması gibi olumsuzluklar, Salmonella ve Shigella gibi patojenlerin yiyeceğe taşınmasına neden olabilmektedir. Bu gibi durumlarda tüketicilerde büyük sağlık sorunları ortaya çıkabilmektedir. Şekil 1 üzerinde gıda kontaminasyonunun nedenleri yer almaktadır.



Şekil 1: Gıda Kontaminasyonunun Farklı Nedenleri

Kaynak: (FAO, 2009: 11).

Dünya üzerinde her yıl yaklaşık olarak 2 milyar insanın gıda tedarik zincirindeki kirlenmeden dolayı gıda zehirlenmesi yaşadığı düşünüldüğünde (Solunoğlu ve Nazik, 2018) sokak lezzetlerinin tüketime gelene kadar ki her aşamasını titizlikle kontrol etmek gerekmektedir. Turistler veya sokak yiyecek ve içecek tüketicileri ile yapılan çalışmalarda tüketiciler, ürünlerin riskli olduğunu kabul etmektedir. Ancak lezzetli, uygun fiyatlı ve doyurucu ürünler oldukları için sokak yemeklerini yemekten vazgeçmemektedirler (Privitera ve Nesci, 2015).

7. Dünya’da Sokak Lezzetleri

Sokak lezzetleri çoğu ülkenin yemek kültürünün bir parçası olarak bilinmektedir (Girgin, 2019). Dünya’da sokak yemeklerini farklılaştıran etkenler; din, alışkanlıklar, içerdikleri malzemeler, gelenekler olarak söylenmektedir (Latifoğlu, 2020). Dünya’da

hemen hemen her ulusun kendine özgü sokak yemeği anlayışı bulunmaktadır (Ünal ve İpar, 2020).

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Organizasyonu' nun verdiği bilgiye göre, her gün yaklaşık 2,5 milyar insan sokak yemeği tüketmektedir (Ballı, 2016). Verilen rakamlar oldukça geniş bir kitleyi kapsamaktadır. Günümüzde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde sokak lezzetlerinin önemi anlaşılmış olup bu konuyla ilgili 'Dünya Sokak Gıda Kongresi' gibi organizasyonlar düzenlenmektedir. Ayrıca sokak yemeklerinin sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla 'Sokak Yemekleri Meydanı Derneği', 'İtalyan Sokak Yemekleri Birliği', 'Hindistan Sokak Satıcıları Ulusal Birliği Derneği', 'Atlanta Sokak Yemekleri Koalisyonu', 'İngiliz Sokak Yemekleri Birliği' gibi kuruluşlar da organizasyonlar düzenlemektedir. Kuruluşların dışında sokak yemek kültürünü yansıtan pek çok festival de düzenlenmektedir. Bunlardan bazıları ise; 'Avrupa Sokak Yemekleri Festivali', 'Los Angeles Sokak Yemekleri Festivali', 'Zürih Sokak Yemekleri Festivali', 'Sokak Yemekleri Yiyecek Kamyonu Festivali', ve 'Prag Sokak Yemekleri Festivali' dir (Irigüler ve Öztürk, 2016). Dünya üzerinde yemek odaklı yapılan ve büyük kitleleri çeken etkinlikler çoğunlukla ABD'de gerçekleştirilmektedir. Örneğin 1948'den bu yana düzenlenen ve 3 gün süren Maine Istakoz Festivali, yerli ve yabancı çok fazla turistini ziyaret ettiği bir etkinlik olarak bilinmektedir. Sadece yabancı turistlerden sağlanan ekonomik katkısının 1milyon dolar olduğu görülmektedir. San Francisco'da düzenlenen Sokak Yemek Festivaline de 50 bin kişinin katılım sağladığı söylenmektedir (Dönmez Polat ve Gezen, 2017).

Sokak yemekleri bu anlamda hem ülkelerin kendilerine özgü yemek kültürlerini ve geleneklerini yansıtır devamlılığını sağlayabilmekte, hem de ekonomik anlamda ülkeye büyük bir maddi destek sağlamaktadır (Gözgeç ve Aydemir, 2019). Senegal, Bangladeş, Endonezya ve Filipinler'de kadın satıcılar ekonomik kazanç sağlamak amacıyla satış yapmaktadır. Bu ülkelerdeki satıcıların ortalama kazancı, asgari ücretle çalışanın (Filipinler), vasıfsız tarım işçisinin (Bangladeş), inşaat işçisinin (Endonezya) veya Dakar'daki (Senegal) bir hizmetçinin gelirinden fazla olduğu bilinmektedir. İngiltere de gece saatlerinde ekonomiyi canlandırmak istemekte ve bu amaçla son zamanlarda sokak gıda

satıcılarını destekleyici teşvikler uygulamaktadır (Gözgeç ve Aydemir, 2019).

Asya'da sokak yemeklerinin beslenme büyük bir yere sahip olduğu bilinmektedir. Sokak satıcılarının organize bir şekilde yer aldığı da görülmektedir. Singapur'da ortak pazar, Tayvan'da gece pazarları, Kore'de sokak satıcıları ve Japonya'da yatai olarak bilinen seyyar araçlarda ve yerlerde sokak yemekleri satışı yapılmaktadır (Girgin, 2019).

Her ülkenin kendine özgü ulusal bir sokak yemek kültürü bulunmaktadır. Bu ulusal ürünler, farklı etnik kökenlere sahip milletler tarafından o ülkelerde kabul edilip, üretilmekte ve tüketilmekte olan gıdalardır (Demir vd., 2018). Çeşitliliği oldukça geniş olan sokak lezzetlerinde üreticiden tüketiciye bile değişiklikler görülmektedir. Ürünlerin ana bileşenleri ülkeye özgüdür ancak belgelendirilmemişlerdir. Sayıları da oldukça fazla olan sokak lezzetleri için bir liste yapılması imkansız gibi görülmektedir (Girgin, 2019). Ancak Şekil 2'de bazı ülke ve bölgelerin popüler sokak lezzetlerine ve bu lezzetlerin içerikleri hakkında kısa bilgilere yer verilmektedir.

Afrika	Etiyopya	Injera ve Wot	Sığır, kuzu, tavuk, keçi, mercimek veya nohuttan yapılan baharatlı güveç ile teff ekmeği.
	Gana	Fufu, Banku, Kenkey	Kızarmış patates ve vahşi hayvan eti veya tavuk ile buğulanmış cassava/muz küspesi.
	Kenya	Nyama choma ile Ugali	Izgara dana, sığır, koyun, kuzu, keçi eti ile buğulanmış mısır/cassava hamuru.
		Mandazi	Lezzet için hindistan cevizi sütü yerfıstığı ezmesi veya badem kullanılarak yapılan kızarmış çörekler.
	Nijerya	Chin Chin	Buğday veya börtülce unu ve yumurtadan yapılan çörek.
		Suya	Kavrulmuş muz ve mısır, kızarmış patates ve balık ile mangalda baharatlı et.
		Akara	Kızarmış fasulye keki.
		Moin-moin	Kuru fasulye ve balıktan yapılan buğulanmış kek.
		Chuanr	Kavrulmuş veya şişte kızartılmış kuzu, domuz, sığır, tavuk eti.
	Asya	Çin	Tang Hu Lu
Rice			Taze soğan, soya filizi, lahana ve zencefil kökü, soya peyniri (tofu), domuz eti veya tavuk ile servis edilir.
Hindistan		Chaat	Çeşitli malzemelerle (limon, nar taneleri, tuz, demirhindi) ve farklı Hint turşusu içeren keskin, baharatlı karışım.
		Aaloo tikki	Yağda kızartılmış patates köftesi ve masala, nohutlu köri ile servis edilir.
Güney Kore		Gimbap	Deniz yosununa sarılmış etli veya balıklı pirinç.
		Mandu	Etle doldurulmuş hamur işi.
Tayland		Pad Thai	Yumurta, balık sosu, demirhindi suyu ile kızarmış pirinç eriştesi ve kırmızı biber, soya filizi, karides, tavuk, tofu, ezilmiş fıstıkla süslenmiş.
Güney Amerika	Arjantin	Choripan	Fransız ekmeğine sarılmış izgara sosis.
		Empanadas	Sığır eti, balık, jambon, sebze veya peynirle doldurulmuş derin yağda kızartılmış köfteler.
	Meksika	Taco	Bir dolgunun etrafına sarılmış mısır veya buğday tortilla.
	Peru	Tamales	Kızartılmış domuz eti veya tavukla doldurulmuş mısır kabuğu dolması.
Orta Doğu	Mısır	Falafel	Nohut ve/veya bakladan yapılan kızarmış top veya köfte.
	Filistin	Madlu'e	Şurup içinde zengin bir bisküvi üzerinde tatlı peynir lorları.
	İsrail	Sadikh	Pide ekmeğine sarılmış haşlanmış yumurta, patlıcan, tahin ve mango turşusu.

Şekil 2: Dünya'nın Farklı Yerlerinden Sokak Lezzetleri

Kaynak: (Fellows ve Hilmi, 2012: 27-32).

Dünya üzerinde sadece Afrika'da popüler olan sokak yemeklerinin sayısının 3000'den fazla olduğu bilinmektedir. Güney Afrika'da Johannesburg'daki sokak satıcılarının sayısının da tahmini olarak 15000'den fazla olduğu tahmin edilmektedir. Güney Afrika'nın popüler sokak yemekleri arasında et yahnisi, haşlanmış tavuk, kızartılmış et, salata, garnitür gibi ürünlerle servis edilen mısır veya yulaf lapası gibi tam öğünler yer almaktadır (Girgin, 2019). Arjantin'de "empadanas" (hamur işi), Bangladeş'te "singara" (sebzeli dürüm), Bolivya'da "salteñas" (etli/tavuklu kızarmış dürüm), Mısır'da şeker kamışı suyu, El Salvador'da "pupusas" (doldurulmuş mısır ekmeği), Gürcistan'da "khachapuri" (peynirli ekme) ve "samosa", Macaristan'da "Langos" (lokma), Hindistan'da "aloo tikki" (baharatlı patates aperatifleri), İran'da haşlanmış baharatlı fava fasulyesi, Rusya'da "köfte", Orta Asya, Çin, Kore ve Güneydoğu Asya'da "kızartılmış böcekler", Amerika'da "hot-dog", Meksika'da "taco", Japonya'da "takoyaki" ünlü sokak yemekleri arasında sıralanmaktadır (Gözgeç ve Aydemir, 2019; Yıldız, 2019).

Tablo 3: Dünya'da En İyi Sokak Yemekleri Sunan Şehirler: Top 10 Listesi

Conde Nast Traveler, 2016	Fisher, 2016	Heelan, 2014	Bhide, 2013	New York Daily News, 2013	VirtualTourist, 2012
Singapore	Chicago	Bangkok	Bangkok	Hong Kong	Bangkok
Bangkok	Istanbul	Tel Aviv	Istanbul	Rio de Janeiro	Singapore
Tokyo	Mexico City	Istanbul	New York	Paris	Penang
Hong Kong	Marrakesh	Paris	Marrakesh	Boston	Marrakesh
Istanbul	New York	Mexico	Ho Chi Minh	Istanbul	Palermo
Barcelona	Austin	Hong Kong	Palermo	Mexico	Ho Chi Minh
Prague	Bangkok	Kuala Lumpur	Rio de Janeiro	Ottawa	Istanbul
Budapest	Berlin	Mumbai	Paris	Marrakesh	Mexico City
Paris	Los Angeles	Tokyo	Hong Kong	Berlin	Brussels
Munich	Ho Chi Minh	Singapore	London	Fukuoka	Ambergris Caye

Kaynak: (Irigüler ve Öztürk, 2016: 53-54).

Tablo 3' de görüldüğü üzere sokak yemeklerine özellikle Singapur, Malezya, Hindistan ve Tayland gibi Doğu Asya ülkelerinde rastlanmaktadır (Solunoğlu, 2018). Avrupa da

sektörün gücünü göz önüne alıp konuyla ilgili adımlar atmaktadır. Dünya'nın en iyi sokak lezzetleri için CNN'nin hazırlamış olduğu şehirler listesinde Bangkok ilk sırada yer almaktadır. Türkiye de bu listede İstanbul şehri ile 6.sırada yerini almaktadır. Ayrıca Food & Wine dergisinin hazırladığı en iyi sokak yemeği yenilebilecek yerler listesinde Berlin üçüncü sıradadır. En lezzetli sokak lezzeti olarak ise Berlin'deki Türk dönerine yer verilmiştir (Sünnetçioğlu ve Yıldırım, 2019).

8. Türkiye'de Sokak Lezzetleri

Türk toplumunun tarihine bakıldığında, yeme-içme kültüründe uzun yıllar hızlı ve hazır gıdaların yer aldığı görülmektedir. Osmanlı zamanlarından beri sokak yemek kültürü beslenme alışkanlıklarımızın arasında bulunmaktadır (Aydın, 2020). Türkiye coğrafi konumu, bünyesinde barındırdığı çeşitli etnik kökene sahip vatandaşları ve tarihi geçmişi ve mutfak kültürü ile çeşitlilikler göstermektedir. Bu çeşitlilik durumu sokak yemekleri bakımından en zengin ülkeler arasında yer almasını sağlamaktadır. Türkiye'nin tarihi değerlendirildiğinde birçok medeniyete ev sahipliği yaptığı görülmektedir. Orta Asya'dan göç eden Türklerin, Hititlerin, Bizanslıların, Romalıların ve Anadolu'da egemen olmuş Selçuklu ve Osmanlı gibi büyük imparatorlukların etkisiyle oluşmuş sokak yemek kültürüne sahiptir. Ayrıca bu yemeklerin Ortadoğu, İran, Yahudi, Akdeniz ve Balkan mutfakları ile de harmanlandığı görülmektedir (Solunoğlu, 2018).

Günümüzde restoran kültürü gelişmiş olsa da Türkiye'de sokak yemek kültürü hala yerini korumaktadır. Osmanlı zamanında sokak yemekleri ilk kez 1502 yılında Sultan II. Beyazıt döneminde yer almaya başlamıştır (Aydın, 2020). Bu dönemde kalite, boyut ve ambalaj gibi konularda ferman hazırlatılarak belirli bir standart oluşturulmuştur (Solunoğlu, 2018).

Türk yeme-içme kültüründe sokak yemeklerinin yeri çok eski zamanlara dayanmaktadır. Sokaklarda; simit, börek, çörek, şambali ve halka tatlısı gibi hamur tatlıları, nohutlu pilav, ekmeğ arasına ciğer, balık, kebab, döner, köfte, közde veya haşlanmış mısır, boza, şerbet, macun, pamuk şekeri, kestane, midye, çiğ köfte, kağıt helva, ayran, kokoreç, midye, elma şekeri, dondurma vb. gibi birçok gıda satılmaktadır (Ballı, 2016; Sert ve Kapusuz, 2014). Bu gıdalar kendi aralarında bir çeşitlilik göstermektedir. Besin değerleri,

içerikleri, pişirme yöntemleri, sunum ve tüketim aşamaları birbirinden farklı özellikler içermektedir. Bu anlamda sokak lezzetleri farklı birçok kategoriye de içinde barındırmaktadır. Ürünler; içecek, ana yemek, atıştırmalık ve meyve-sebzeden oluşabilmektedir (Ballı, 2016). Tablo 4’de Türkiye’nin öne çıkan bazı şehirlerinde sıkça tüketilen sokak lezzetlerine örnekler yer almaktadır.

Tablo 4: Türkiye’de Sokak Lezzetleri

	İstanbul	İzmir	Adana
Yemekler	Nohut dürüm, balık ekmek, tavuklu-nohutlu Pilav, sabırtaşı içli köfte, Arnavut ciğeri, Sarıyer böreği, Kanlıca yoğurdu, kelle söğüş, midye tava, midye dolma, topik, kumpir, ıslak hamburger, simit, köfte.	Boyoz, kumru, gevrek, kokoreç, kelle söğüş, midye dolma, uykuluk, Boşnak böreği.	Adana kebab, ciğer, şırdan, mumbar, kırkkat, sıkma, gözleme, kol böreği, taban simidi, kazan simidi.
İçecekler	Boza, turşu suyu, kahve, şerbetler, salep, ayran.	Sübye, sıkma meyve ve sebze suyu (atom), şerbetler.	Şalgam, aşlama (meyan kökü şerbeti).
Tatlılar	Osmanlı lokması, irmik helvası, Osmanlı macuncuları, tulumba tatlısı.	İrmik helvası, şambali, lokma, tahin helvası.	Bicibici, halka tatlısı, burma tatlısı, karakuş, taş kadayıf, şam tatlısı, tulumba tatlısı.
Meyve ve Yemişler	Can erik, Çengelköy salatalığı, frenk yemişi, çağla badem.	Buzlu badem, haşlanmış ve közlenmiş mısır.	Hint inciri.

Kaynak: (Ballı, 2016; Demir vd., 2018; Yentürk, 2018).

Türkiye’nin çeşitli şehirlerinde sokak lezzetlerine rastlanmaktadır. İstanbul, İzmir ve Adana sokak lezzetlerinin çeşitliliği bakımından öne çıkan önemli şehirlerden sayılmaktadır. Bu şehirler, tarihi ve kültürel çeşitliliği ile sokak lezzetleri bakımından farklı tatlara sahiptir. İstanbul’un mutfak kültürü dönemlere göre değişiklikler göstermiş olsa da bazı sokak lezzetleri varlığını korumaktadır. İstanbul sokak lezzetlerine örnek olarak; Fatih’te Nohut Dürüm, Eminönü’nde Balık Ekmek,

Unkapanı'nda Tavuklu-Nohutlu Pilav, İstiklal Caddesi'nin sembolü Sabırtaşlı İçli Köfte, Taksim Talimhane'de Arnavut Ciğeri, Sarıyer'de kıyma, soğan ve kuş üzümüyle hazırlanan Sarıyer Böreği, Topağacı'nda kadınların evlerinde hazırlayıp sattıkları ev yoğurdu, İstanbul'un simgelerinden Kanlıca Yoğurdu, Kelle Söğüş, Beyoğlu balık pazarında Lakerda, Midye Tava, Midye Dolma, Pangaltı'nda ermeni mezesi Topik, Sütlüce'de Uykuluk, Ortaköy'de Kumpir, Süleymaniye'de Kuru Fasulye, domates ve sarımsak sosuyla hazırlanan Islak Hamburger, tekerlek üstü satılan kahvaltılıklar, Karaköy'de Çıtır Simit ve İstanbul'un her yerinde bulunan köfte gösterilmektedir. İstanbul sokaklarında en popüler meyveler ise Can Eriği, Çağla Badem, Frenk Yemişi ile Çengelköy Salatalığı olarak bilinmektedir. İstanbul sokak lezzetleri arasında içeceklere de rastlanmaktadır. Bunlar; fermente bir içecek olan boza, kahve, eski bir geleneğin temsilcisi olarak turşu suları, kış aylarında sıkça tüketilen salep ve Osmanlı'dan günümüze miras kalan şerbetlerdir. Tatlı olarak ise Gülhane'de Osmanlı Macuncuları, Beşiktaş'ta İrmik Helvası, Osmanlı lokması ve Alibeyköy'de Tulumba Tatlısı en fazla tercih edilen sokak lezzetleri arasında yer almaktadır (Demir vd., 2018). Günümüzde İstanbul'un her köşesinde hala çeşitli sokak lezzetlerine rastlanmaktadır. Tarihi, kültürü, sanatı ve coğrafi konumuyla kozmopolit bir mega kent olan İstanbul, sokak lezzetlerinin önemli örneklerine rastlanabilecek şehirlerdendir (Demir vd., 2018).

Kültürler arası zenginlik ve sokak lezzetleri bakımından öne çıkan bir diğer örnek ise İzmir olarak bilinmektedir. Tarih boyunca çeşitli topluluklara kucak açan İzmir'de; bölgede yaşayan yerleşik ya da göçebe Türkler, İzmirli Rumlar, Levantenler, Sefaratlar, mübadele yıllarında Batı Trakya ve adalardan gelenler, Makedonlar, Boşnaklar, Arnavutlar, Afrika kökenli Araplar bu kültürün çeşitliliğini oluşturmaktadır (Zencir ve Bayraktar, 2019: 1371). İzmir sokak lezzetleri arasında; boyoz, kumru, sübye, şambali, lokma, buzlu badem, kokoreç, kelle söğüş ve midye dolma yer almaktadır (Yıldız, 2020). Boyoz İzmir'e özgü bir börektir. İlk kez işitenlere garip gelen bir isme sahiptir. Bu sözcük Ladino dilindedir. İspanya'dan 1492 yılında kovulan Sefarad Yahudilerinin konuştuğu dilden ortaya çıkmıştır (Yentürk, 2018). Buradan da anlaşıldığı üzere boyoz İzmir'e Sefarad mutfağından kalmış bir üründür. Bunun gibi birçok ürüne İzmir mutfağında rastlanmaktadır. Örneğin ot yemek kültürü Giritlilerden, midye

dolma ve anasonlu gevrek Rumlardan ve tatlı bir meşrubat olan kavun çekirdeklerinin ezilmesiyle elde edilen sübye de yine Sefarad Yahudilerinden miras olarak kalan ürünlerdir (Yıldız, 2020)

Sokak lezzetleri Adana’ da da yaygın olarak varlığını sürdürmektedir. Adana farklı kültürel yapısı ve kendine has mutfak kültürü ile sokak lezzetleri bakımından yerli ve yabancı turistlerin dikkatini çekmektedir. Bölgenin iklim şartları, insanların sokaklarda zaman geçirmelerine imkan sağlamaktadır. Adana yemek kültüründe yeme-içme günün 24 saatinde sürmektedir. Bu nedenle her köşe başında bir sokak satıcısı görmek mümkündür. Farklı damak tatlarına hitap eden Adana sokak lezzetleri arasında; Adana kebab, şırdan, mumbar, kırkkat, sıkma, gözleme, kol böreği, şalgam, aşlama, bicibici, halka tatlısı, burma tatlısı, taş kadayıf, şam tatlısı, tulumba tatlısı ve hint inciri bulunmaktadır (Ballı, 2016).

9. Sonuç

Sokak lezzetleri antik çağlardan beri insanların hayatında yer almış bir beslenme şeklidir. Bu lezzetler çoğunlukla buldukları şehrin yerel ürünleri kullanılarak üretilmiş olan otantik, renkli ve iştah açıcı yiyecek ve içecekler olarak bilinmekte olup o zamanlardan beri varlığını sürdürmeye devam etmektedir. Sokak lezzetleri her mevsimde ve günün herhangi bir saatinde kolay ulaşılabilen ürünler olarak tercih edilmektedir. Sokak lezzetlerinin gıda güvenilirliği, kalitesi ve hijyeni resmî kurumlar tarafından kontrol edilememektedir. Ancak tüketiciler bunun bilincinde olup sokak lezzetlerini tüketmeye devam etmektedir.

Ülkelerin kültürel mirasının korunmasında sokak lezzetleri büyük bir önem taşımaktadır. Sokak lezzetleri sadece insanların karınlarını doyurmaları ile sınırlı bir eylem değildir. Bütün tarihsel ve toplumsal detaylara temas edebilen bir mirastır. İnsanların binlerce yılda biriktirdiklerinin hikayelerinin yansımasıdır. Sokak lezzetlerinin satış yerlerinde yemeğin pişirilmesi seyredilir, kokusu içe çekilir, çiğnenir, yutulur ve bundan haz alınır. Tüketicisi artık bu hikâyenin taşıyıcısı konumuna geçmektedir (Yentürk, 2018: 41). Sokak lezzetleri kültüre, ekonomiye ve kadın iş gücüne olan katkısı ile yüzyıllardır varlığını sürdürmüş bir değer olarak önemini korumaktadır. Çoğunlukla hijyen ve kalite boyutu ile incelenmiş olan sokak lezzetleri kültürel boyutları ile de çalışılması

gereken bir konu olarak görülmektedir. Ayrıca sokak lezzetleri gastronomik bir unsur olarak gastronomi turizminde daha fazla değerlendirilebilir ve bağlamda iller bazında konu ile ilgili çalışmalar arttırılabilir.

Kaynakça

- Akarçay, E. (2019). İzmir Sokak Lezzetleri. *Meltem İzmir Akdeniz Akademisi Dergisi*, 5, 106-109. <https://doi.org/10.32325/iaad.2019.11>
- Annan-Prah, A., Amewowor, D. H. A. K., Osei-Kofi, J., Amoono, S. E., Akorli, S. Y., Saka, E., & Ndadi, H. A. (2011). Street foods: Handling, hygiene and client expectations in a World Heritage Site Town, Cape Coast, Ghana. *African Journal of Microbiology Research*, 5(13), 1629-1634. <https://doi.org/10.5897/AJMR11.199>
- Aydın, B. (2020). *Sokak Lezzetlerinin Gıda Güvenliği Açısından Değerlendirilmesi* (Vol. 21, Issue 1) [İstanbul Gedik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Ballı, E. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3-17. <https://doi.org/10.21325/jotags.2016.18>
- Bellia, C., Pilato, M., ve Seraphin, H. (2016). Street Food and Food Safety: A Driver for Tourism? *Quality-Access to Success*, 17(1).
- Beşirli, H. (2010). *Yemek, Kültür ve Kimlik*. Milli Folklor. <https://millifolklor.com/PdfViewer.aspx?Sayi=87&Sayfa=156>
- Cardoso, R. de C. V., Companion, M., ve Marras, S. R. (2014). Street Food (Culture, Economy, Health and Governance). In R. de C. V. Cardoso, M. Companion, & S. R. Marras (Eds.), *Street Food*. Routledge. www.routledge.com
- Chung, C., Ritoper, S., ve Takemoto, S. (2010). *Bangkok and Access to Food for Low-Income Residents*.
- Cohen, M. (1984). *Women and the Urban Street Food Trade: Some Implications for Policy*.
- Cohen, E., ve Avieli, N. (2004). Food in tourism - Attraction and

- impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755–778.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.02.003>
- Çakıcı, C., ve Ballı, E. (2019). *Sokak Lezzetleri Tüketim Sıklığı*.
- Çavuşoğlu, M., ve Çavuşoğlu, O. (2018). Gastronomi Turizmi ve Kıbrıs Sokak Lezzetleri Üzerine Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 637–651.
- Demir, Ş., Akdağ, G., Sormaz, Ü., ve Özata, E. (2018). Sokak Lezzetlerinin Gastronomik Değeri: İstanbul Sokak Lezzetleri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 589–601.
<https://dergipark.org.tr/en/pub/guntad/448175>
- Dönmez Polat, D., ve Gezen, A. (2017). Gastronomide Sokak Yiyecekleri ve Satıcıları: Teorik Bir Çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 117–124.
<https://doi.org/10.21325/jotags.2017.116>
- Ekanem, E. O. (1998). The street food trade in Africa: Safety and socio-environmental issues. *Food Control*, 9(4), 211–215.
[https://doi.org/10.1016/S0956-7135\(97\)00085-6](https://doi.org/10.1016/S0956-7135(97)00085-6)
- FAO. (1997).
http://www.fao.org/3/W4128T/w4128t03.htm#P38_5679
(Erişim tarihi: 25.05.2021)
- FAO. (2001, August 21). Street Foods Made Safer:
<http://www.fao.org/News/2001/010803-e.htm> (Erişim tarihi: 25.05.2021)
- FAO. (2009). *Good Hygienic Practices in the Preparation and Sale of Street Food in Africa*.
- Fellows, P., ve Hilmi, M. (2012). *Selling street and snack foods*.
- Girgin, G. (2019). *Tüketicilerin Sokak Lezzeti Tercihleri ve Hijyen Algılarının Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesi*. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gözgeç, H., ve Aydemir, B. (2019). Gastronomide Kadın Sokak Gıda Satıcıları: Bir Örnek Olay Çalışması. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4.
- Güler, S. (2010). Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 24–30.
www.turkishcuisine.org,

- Iğdır, E. (2020). Gastronomi Turizmi Kapsamında Sokak Lezzetlerinin Yeri ve Gastronomik Bir Ürün Olarak Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Research Institute*, 1(2), 101-110.
- İrügüler, F., ve Öztürk, B. (2016). Street food as a gastronomic tool in Turkey. *International Gastronomic Tourism Congress Proceedings, March*, 49-64.
- Karsavuran, Z. (2018). Sokak Yemekleri: Farklı Disiplinlerin Yaklaşımı ve Gastronomi Turizmi Alanında Sokak Yemeklerinin Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 246-265. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.185>
- Kumar, D. (2015, 08 04). *Worldchefs*. <https://www.worldchefs.org/world-news/05dfb5ac392306ffd7bbed67db575d31df63673b> (Erişim tarihi: 25.05.2021)
- Latifoğlu, A. H. (2020). *Sokak Yemeklerinin Bilinirlik, Beğeni, Gastronomik Hareketlilik ve Gıda Güvenliği Açısından İncelenmesi*. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Nzdl. (25.05.2021). The New Zealand Digital Library, The University of Waikato: <http://www.nzdl.org/cgi-bin/library.cgi?e=d-00000-00---off-0cdl--00-0----0-10-0---0---0direct-10---4-----0-0l--11-en-50---20-about---00-0-1-00-0-0-11-1-0utfZz-8-10&cl=CL4.65&d=HASH01f16f4d3710064dbad45e85.9>=1> (Erişim tarihi: 25.05.2021)
- Ohiokpehai, O. (2003). Nutritional Aspects of Street Foods in Botswana. *Pakistan Journal of Nutrition*, 2(2), 76-81.
- Prewitt, M. (2007). *Nrn*. <https://www.nrn.com/archive/street-vendors-brave-tough-urban-market> (Erişim tarihi: 25.05.2021)
- Privitera, D., ve Nesci, F. S. (2015). Globalization vs. Local. The Role of Street Food in the Urban Food System. *Procedia Economics and Finance*, 22, 716-722. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00292-0](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00292-0)

- Rane, S. (2011). Street Vended Food in Developing World: Hazard Analyses. *Indian J Microbiol*, 51(1), 100-1006. <https://doi.org/10.1007/s12088-011-0154-x>
- Sert, S., ve Kapusuz, F. (2014). Açıkta Satılan Gıdalar : Öğrencilerin Görüşleri ve Tercih Etme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, June, 25-35.
- Solunoğlu, A. (2018). *Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tutumları: Gaziantep ve İstanbul Örnekleri*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Solunoğlu, A., ve Nazık, M. H. (2018). Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tercihleri: Gaziantep Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 40-59. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.271>
- Steyn, N. P., Labadarios, D., ve Nel, J. H. (2011). Factors which influence the consumption of street foods and fast foods in South Africa-a national survey. *Nutrition Journal*. <https://doi.org/10.1186/1475-2891-10-104>
- Sünnetçioğlu, S., ve Yıldırım, H. M. (2019). Sokak Yiyeceklerinin Tüketiminde Satıcıya Olan Güven, Algılanan Risk, Algılanan Fayda, Tutum ve Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(3), 2799-2818. www.fao.org
- Torres Chavarria, L. C., ve Phakdee-auksorn, P. (2017). Understanding international tourists' attitudes towards street food in Phuket, Thailand. *Tourism Management Perspectives*, 21, 66-73. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.11.005>
- Ünal, A., ve İpar, M. S. (2020). Destinasyon Pazarlamasının Bir Bileşeni Olarak Sokak Lezzetlerinin Değerlendirilmesi: İzmir Örneği. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Kafkas University Journal of the Institute of Social Sciences Sonbahar Autumn*, 26, 843-863. <https://doi.org/10.9775/kausbed.2020.043>
- Yentürk, N., (2018). *Ayaküstü İzmir Sokak ve Fırın Lezzetleri*. İstanbul. Oğlak Yayıncılık.
- Yıldırım, Ö., ve Albayrak, A. (2019). Yabancı Turistlerin İstanbul

- Sokak Yemeklerini Değerlendirmeleri Üzerine Bir Çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1077–1092. <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.409>
- Yıldız, E. (2020). Gastronomik Ürün Olarak Sokak Lezzetleri: İzmir Sokak Lezzetleri Üzerine Bir Araştırma. *The Journal of Academic Social Sciences*, 104(104), 353–366. <https://doi.org/10.29228/asos.42846>
- Yüncü, H. R. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. In S. Şengel (Ed.), *10. Aybastı-Kabataş Kurultayı, Yerel Değerler ve Yayla Turizmi* (pp. 27–34). Detay Yayıncılık.
- Zencir, E., ve Bayraktar, G. (2019). Sokak Satıcılarının Gözünden Sokak Lezzetleri: İzmir Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1367–1382. <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.425>
- WHO. (2010). Safety of Street-Vended Food. *International Food Safety Authorities Network (INFOSAN)*. http://www.who.int/foodsafety/consumer/keys_training/en.

KONYA İLİNDEKİ BAZI YÖRESEL ÇORBALARIN FONKSİYONEL BESİN İÇERİĞİNİN İNCELENMESİ

Yılmaz SEÇİM

Doç. Dr. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bil. Enstitüsü,
Turizm Fak., Gastronomi ve Mutfak Sanatları Böl., Konya
ORCID ID: 0000-0002-9112-7650

Samet Can AKSU

Arş. Gör. Alanya HEP Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Antalya
ORCID ID: 0000-0002-9977-9768

1. Giriş

Besleyici olmasının yanında sağlıklı kalmaya yardımcı olan, iyi hali geliştiren ve hastalığın oluşmasını engelleyen gıdalara, fonksiyonel gıdalar denilmektedir (Erbaş, 2006: 791). Fonksiyonel gıdalar, doğal bir gıda ürünü olabileceği gibi (domates- likopen), ürün içeriğinin zenginleştirilmesi (yumurtaya omega-3 eklenmesi) veya tüketiminde sağlığa zararı olacak maddenin ürün içerisinden çıkarılmasıyla (tuz içindeki sodyumun azaltılması) da ürün fonksiyonel özellikte olmaktadır (Aslan ve Ayaz, 2019: 46). Fonksiyonel gıdaların uzun vadeli bir eğilim olacağı öngörülmekte ve pazar her yıl yaklaşık olarak %7-10 arası büyümektedir (Doyon ve Labrecque, 2008: 1134). Bunun nedenleri arasında sağlık masraflarının pahalılaşması ve yaşam sürelerinin artmasıyla yaş olarak ileri düzeydeki kişilerin daha kaliteli bir hayat yaşamak istemeleri yer almaktadır (Bigliardi ve Galati, 2013: 118). Fonksiyonel gıdalar, 2014 yılında dünya genelinde 100 milyar Euro'yu geçen bir pazara sahip olurken 2020 şubat ayında dünya genelinde güçlendirilmiş fonksiyonel gıda satışları 267 milyar dolara, doğal olarak sağlıklı olan gıda ürünü satışları 259 milyar dolara ulaşmıştır (Sloan, 2020; Dayısıoğlu vd., 2014: 59). Türkiye'de 1152 kadınla yapılan araştırmada fonksiyonel gıdaların

tüketiminin yüzde 83,4 olmasına rağmen fonksiyonel gıdanın ne olduğunu bilenlerin oranı ise sadece 4,6' da kalmıştır (Dölekoğlu vd., 2014: 573-578).

Çorbanın Türk mutfak kültüründe önemli bir yeri bulunmaktadır. Ekonomik olmasının yanında besinsel değerinin yüksek olması bu durumun oluşmasında etkili olmuştur (Arlı ve Gümüş, 2007: 148). Çorba, sağlığa katkısıyla faydalı bir yemek türüdür. Çoğu çorba et suyu ile yapılmakta bundan dolayı besin değeri yüksek olmaktadır (Güldemir vd., 2018: 56). Bu çalışmada Konya mutfağında yer alan yöresel (tutmaç, terhun, toyga, tandır, bamy) çorbaların içerisinde bulunan malzemeleri ve bu malzemelerin fonksiyonel yararları incelenmiştir. Tüketilen ürünlerin yapım işlemleri esnasında yaşadıkları değişimler de araştırmada göz önünde bulundurulmuş, elde edilen verilere literatür incelemesi yapılarak ulaşılmıştır.

2. Dünya Mutfak Kültüründe Çorba

Dünyada neredeyse tüm ülkelerde yapılmakta olan çorbalar, o ülkede yetiştirilen tahıl, baklagil ve büyükbaş-küçükbaş hayvan etlerinden yapılmaktadır. Hindistan'da dahl çorbası yapımında mercimek, Mısır'da fool nabeğ çorbası yapımında bakla ve Karayipler'de siyah fasulye çorbası yapımında kullanılan fasulye bu duruma örnek oluşturmaktadır (Clarkson, 2010:86). Çorba hemen her ülkenin kültüründe yer almaktadır. Çinliler çorbayı yemeğin sonunda tüketirken diğer ülkelerin yemek sıralamasında başlangıçta yer almaktadır. Osmanlı mutfağında önemli yeri olan paça çorbası sırasıyla Balkanlara, Karadeniz'in kuzey kesimlerine ve 19. yüzyıl sonlarında göç dalgasıyla Amerika'ya taşınmıştır. Bu durum Türk mutfağında önemli yeri olan paça çorbasının etkileşim ile diğer mutfaklara yayıldığıнын bir göstergesidir (Gümüş, 2011: 62-63).

Biyoaktif bileşen ve sağlığa faydaları açısından değerli olan çorbalar, dünyada pek çok ülkenin menüsünde bulunmaktadır. İspanya mutfağında yer alan gazpacho çorbası, içeriğinde bulunan malzemeler sayesinde zengin c vitamini içeriğine sahiptir. C vitamini serbest radikaller ile etkileşime girerek hücre hasarını engellemektedir. Bunun yanında kolojen sentezi ve prostasiklin üretimi ile kalp sağlığını korumaktadır (Sanchez-Moreno, 2006: 183-184). İtalyan minestrone çorbası ise içerdiği malzemelerin

(soğan, kereviz, sarımsak, havuç, fasulye, domates) biyoaktif bileşenler bulundurmasıyla bazı kronik rahatsızlıklar üzerinde (diyabet, çeşitli kanser türleri, nörolojik hastalıklar) olumlu etkisi bulunmaktadır (Gulertolini ve Romagnoli, 2012: 215).

3. Türk Mutfak Kültüründe Çorba

Türk yemek kültüründe çorbanın önemli bir yeri vardır. Batı coğrafyasında iştah açıcı olarak görülen çorba, Anadolu sofralarında yemek sınıfında yer almaktadır. Tüketimi Türkler arasında yaygın olan çorbanın en çok tercih edilenleri ise tarhana, yoğurt, un, mercimek ve pirinç çorbalarıdır (Arılı ve Gümüş, 2007:143). Pek çok çorbada yumurta, süt veya yoğurt kullanılarak terbiye hazırlanmaktadır. Bu terbiyelerin çorbalara eklenmesiyle birlikte çorbaların protein değeri artmaktadır. İçerisine un konulan çorbaların pişirilmesi esnasında yağda unun fazla kavrulması, protein değerinde azalmaya ve vitamin kaybına neden olmaktadır (Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 120). Eski dönemlerde Türkler'in göçebe hayat sürmeleri yeme içme alışkanlıklarına da yansımıştır. Göç edilen bölgelerde bitkilerin kullanımı fazla olmadığından Türklerin yiyeceklerinin çoğunu hububatlar oluşturmaktaydı. Var olan sebze ve hububatlar ise genellikle etli ve sulu şekilde pişirilmekteydi. Bundan dolayı Türk mutfak kültüründe çorba çeşidi fazladır (Güler, 2010: 26-27).

Orta Asya'da Türkler, tahıl ürünlerini kullanarak umaç (oğmaç, omaç) olarak adlandırılan bir çeşit çorba yaparlardı. Bu çorbanın ana malzemesi, çoğunlukla yuvarlak şekilde kesilen erişteydi. Fakat içerisine et konulup tüketildiği de olurdu. Orta Asya'dan beri tüketilmekte olan bir diğer önemli çorba ise tarhanadır (Kılıç ve Albayrak, 2012: 714). Tarhananın yapımında, kurutma aşaması B grubu vitaminlerinin kaybının yaşanmaması için direkt güneş ile temasının engellenmesi gerekmektedir (Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 120). Selçuklu ve sonrasında kurulan Anadolu Beyliklerinde buğday ve arpa yüksek miktarda tüketilmiştir. Olgunlaşmış buğdaylar toplanıp dövülmekte, savurma yöntemiyle samanından ayrılan buğdayın bir bölümü taş dibeklerde nemlendirilip ahşap tokmaklarla dövülerek, buğday kepeğinden ayrılmakta ve yarma (dövme) elde edilmekteydi. Elde edilen yarma toyga aşısı, yoğurtlu çorba, keşkek ve aşure yapımında kullanılmak üzere ayrılırdı (Akın vd., 2015:42). Selçuklu devletinde

düğünlerde yemekler ikram edilirdi. Yoğurtla yapılan toyga çorbası ise en çok tercih edilen yemek konumundaydı (Seçim, 2015:125).

Osmanlı'da saray kayıtlarında buğday, pirinç, mercimek ve etlerden çorba yapıldığı bilinmektedir. Ekşi tüketim yaygın olduğundan limon suyu, koruk suyu, nar ekşisi, ekşi erik ve sumak çorba yapımında kullanılmaktadır. Osmanlı döneminde çorbaların hastalıklara iyi geldiği düşünülmekteydi. Bu nedenle mercimek, nohut ve arpadan yapılan çorbalara tıbbi açıdan önemli faydaları olan bitkiler ve maddeler eklenmiştir. (Sabbağ ve Boğan, 2019:12).

Cumhuriyet döneminde batılılaşma hareketiyle ülke içerisinde fastfood tüketimi artmış hayvansal yağ kullanımı sağlığa zararlı olabileceği endişesi ile azaltılıp onun yerine Ayçiçek, zeytinyağı ve margarin tüketimi yaygınlaşmıştır. Cumhuriyet mutfağında; Mercimek, ezogelin, tuzlama, işkembe, domates, tarhana çorbalarının tüketimi ülke genelinde devam etmiştir (Kızıldemir vd., 2014: 202). Orta Asya Türk yemeklerinden biri olan Toyga aşının yani çorbasının günümüzde de hala yapılıyor olması Türk toplumunun geleneklerine bağlı olduğunun bir göstergesi niteliğindedir (Gümüş, 2011: 55). Cumhuriyet dönemi Türk toplumunda, çorbanın içeriği ve ismi çok değişmese de çorbanın tüketimi için kullanılan araç-gereçler ve sofraya düzeni değişikliğe uğramıştır. Geçmişte yere oturmak suretiyle sini üzerinde tek, geniş tasta tüketilen çorba, günümüzde masaya oturularak ve daha küçük porsiyonlarda paylaşılırak içilmektedir (Hatipoğlu ve Batman, 2014: 68).

4. Konya Mutfak Kültüründe Çorba

Çatalhöyük kazı çalışmalarında bulgur ve mercimek tanelerinin bulunması Konya mutfağında yapılmakta olan tandır ve mercimek çorbasının kökenlerinin M.Ö. 6000 yıllarına dayandığını göstermektedir. Konya mutfağında yemeklerin ana malzemesi et ve tahıldır. Düğü (ince bulgur), süzme yoğurt, terhun, kadife, reyhan yemeklerde sıkça kullanılan diğer malzemelerdir. Toga çorbası toyga ve yoğurt çorbası adıyla da bilinmekte olup ikisi arasındaki tek fark yoğurt çorbasında pirinç, toga çorbasında yarma kullanılmasıdır (Büyükşalvarcı vd., 2016:166-167). Eski Konya mutfağında çeşitli nedenlerden dolayı evin dışında kurulan ocak günlük yemeklerin yapımında kullanılmıştır. Ekmek yapımı için yakılan ateş pişirme işlemi bittikten sonra közün boşa gitmemesi

amacıyla tandır çorbası veya kelle paça gibi yemekler pişirilmiştir (Odabaşı, 2001: 46).

Mevlevi mutfağı, özellikle Konya ilinde 13. yüzyıldan bugüne kadar kültürel özelliklerini koruyabilmiştir. Mevlevi yemek kültürü, Türk adet ve gelenekleriyle paralellik göstermekte ve sofraya önce çorba gelmektedir. Konya’da bulunan bazı restoran işletmelerinde ana yemeğe geçilmeden önce çorba içilirken, çorbadan önce ferahlık sağlanması için misafirlere sirkencübin verilmektedir (Ertaş vd., 2017: 53-57). Selçuklu ve Mevlevi mutfağındaki kaynaklarda tutmaç çorbasının adı sıklıkla geçmekte ve günümüzde de tutmaç yapımı hala sürmektedir (Batu, 2018: 189). Konyalılar, tutmaç çorbası içine eklenen hamuru yaz döneminde yapıp kurutarak uzun kış şartlarında kullanılmak için depolamaktadır (Ertaş vd., 2017: 70). Anadolu Selçuklu döneminde kalan fazla yoğurt yayık içinde çalkalanarak tereyağı üretilirdi. Kalan ayrandan da toyga aşı yapıp tüketilirdi (Akın vd., 2015: 41-42). Çorbanın yapımında kullanılan malzemelerin kolay temin edilebilmesi, uygun fiyatlı olması ve yapılışının basit olması gibi etkenler yemeğin geçmişten günümüze taşınmasında önemli rol oynamıştır (Ertaş vd., 2017: 60). Konya ilindeki yiyecek-içecek işletmelerinin incelendiği araştırmada Konya restoranlarında yaygın olarak hazırlanan çorbalar arabaşı, bamya ve yoğurt çorbası olduğu tespit edilmiştir (Büyüksalvarcı, 2016: 177).

5. Fonksiyonel Gıdalar

Fonksiyonel gıda kavramı ilk olarak Japonya’da yaşça ileri düzeydeki kesimin yaşam standartını artırmak ve hastalıkları azaltmak için gıdaların sağlığa etkilerinin araştırılmasıyla başlamış ve bunun sonucunda ortaya çıkmıştır (Çirişoğlu ve Olum, 2019). Japonya’da, günümüzde Avrupa’da olduğu gibi, fonksiyonel gıdalar bir endüstri dalı haline gelmiş ve bu endüstri sağlığa faydası olduğu iddia edilen ürünlerin yasal denetiminin sağlanması konusundaki yasal düzenlemelerin belirlenmesi açısından bir baskı oluşturmuştur. Bu baskı sonucunda yasal olarak fonksiyonel gıdaların üretimi ile tüketicilerin sağlık iddialarına olan güveninin garanti altına alınması hedeflenmiştir (Gürsoy ve Kınık, 2004: 200). Bunun sonucunda “Fonksiyonel Gıda Çalışma Grubu” kurulmuş ve bu grubun raporları neticesinde sayısı yüzleri bulan gıda, FOSHU (Foods for Specified Health Use) lisansı almıştır. Bu lisansı alan gıdaların biyoaktif içeriğinin hangi sağlık sorunlarına iyi geldikleri

yapılan çalışmalar ile tespit edilmiştir (Aslan ve Ayaz, 2019: 47). FOSHU ise; besinsel değerinin yansira bireyin sağlığına, psikolojik durumuna ve fiziksel performansına olumlu etkileri olan gıdalar olarak tanımlanmıştır (Seçim, 2018: 2). Bir gıdanın fonksiyonel olarak kabul edilebilmesinin için bazı koşulları sağlaması gerekmektedir. Bunlar; biyoaktif bileşikleri, probiyotik mikroorganizmaları ve prebiyotik maddeleri içermesi ve vücudun ilgili bölgesine yeterli miktarda iletilmesi gereklidir. Biyoaktif bileşiğin etkisi, vücuttaki eksikliğinden dolayı ortaya çıkan hastalık belirtilerinin giderilmesiyle ilgili değildir. Temel fonksiyonunun haricinde sağladığı faydanın etkisiyle olmalıdır (Erbaş 2006: 791). Fonksiyonel gıdalar, fonksiyonel bir etken madde içeren doğal bir gıda (sarımsak- allisin) ürünü olabileceği gibi fonksiyonel etkeni sonradan ilave edilmiş veya zararlı bir bileşiği çıkartılmış bir gıda da olabilmektedir. Ayrıca bazı gıdaların işlenmesiyle biyoyararlığı artırılmaktadır. Örneğin domatesin işlenmesiyle içerisinde bulunan likopen miktarında artışının sağlanması, gıda içerisinde bulunan bazı bileşiklerin biyoyararlığı artırılarak fonksiyonel gıdaların üretilebilmesine örnek oluşturmaktadır (Dayısoğlu vd., 2014: 58).

Tablo 1. Bazı Fonksiyonel Gıdaların Kaynağına Göre Sınıflandırması

Bitkisel	Hayvansal	Mikrobiyal
Askorbik asit	Linoleik acid (CLA)	<i>Saccharomyces Boulardü (maya)</i>
Gallik asit	Lesitin	<i>Lactobacillus acidophilus (LCl)</i>
Allisin	Kalsiyum	<i>Streptococcus salvarius (subs. Thermophilus)</i>
Likopen	Selenyum	<i>B.infantis</i>

Kaynak: (Erenoğlu-Son, 2019: 11)

Tablo 2. Çorbaların İçerikleri ve Biyoaktif Bileşenleri

Çorba Adı	Kullanılan malzeme	Ölçü	Fonksiyonel özelliği	Biyokatif bileşenler
Tutmaç Çorbası (Halıcı, 2015:55)	Koyun eti	½ kilo	Var	Taurin, Konjuge Linoleik Asit (KLA) ve Peptitler (Evren ve Çinkır, 2019: 982), L-Karnitin (Kurt ve El, 2011: 99).
	Yumurta	3 adet	Var	Ovalbumin, Sistatin, Konalbumin, Ovomusin, Sialik Asit (Yüccer vd., 2014:73)
	Süzme yoğurt	½ kilo	Var	Kalsiyum, Fosfor, Riboflavin, Tiamin, B12, Niasin, Magnezyum, Çinko (Küçük ve Yıbar, 2018: 550)
	Sarımsak	6 diş	Var	Allisin, A, B1, Niasin, Vitamin C (Akan, 2014: 96)
	Sade yağ	3 çorba kaşığı	Var	Konjuge Linoleik Asit (KLA) (Seçkin ve Baladura, 2011: 32)
Bamya çorbası (Bamya Çorbası, t.y.)	Kullanılan malzeme	Ölçü	Fonksiyonel özelliği	Biyoaktif bileşenler
	Çiçek bamya	½ su bardağı	Var	Lutein, β-karoten, Vitamin A, C, E, Glutamik asit (Roy, Shrivastava ve Mandal, 2014: 122)
	Limon suyu	-	Var	Eriositrin ve Hesperidin, Luteolin (Cin ve Gezer, 2017: 53)
	Kuyruk yağı	½ su bardağı	-	*
	Koyun eti	1 su bardağı	Var	Taurin, Konjuge Linoleik Asit (KLA) ve Peptitler (Evren ve Çinkır, 2019: 982), L-Karnitin (Kurt ve El, 2011: 99).
	Tereyağı	1 yemek kaşığı	Var	Konjuge linoleik asit (KLA) (Seçkin ve Baladura, 2011: 32)
	Soğan	2 adet	Var	Kuersetin, Antosiyenin, Mirisetin, Kaempferol, Selenyum (Mlcek ve vd., 2015: 999)
	Domates salçası	1 yemek kaşığı	Var	Likopen, Lutein, Tiamin, Riboflavin, Niasin, Vitamin C ve A, β-karoten (Ulusal Gıda Kompozisyon Veri Tabanı, t.y.)
Terhun çorbası (Seçim, 2019: 94)	Kullanılan malzeme	Ölçü	Fonksiyonel özelliği	Biyoaktif bileşenler
	Kuzu boyun	300 gr	Var	Taurin, Konjuge Linoleik Asit (KLA) ve Peptitler (Evren ve Çinkır, 2019: 982), L-Karnitin (Kurt ve El, 2011: 99).
	Un	3 yemek kaşığı	Var	B vitaminleri, Tokoferol, Pentotenik Asit, Folik Asit

				(Kotancılar, 1995: 432-434), Demir (Köten vd., 2019: 122)
	Yumurta	1 adet	Var	Ovalbumin, Sistatin, Konalbumin, Ovomusin, Sialik Asit (Yüccer vd., 2014:73)
	Süzme yoğurt	500 gr	Var	Kalsiyum, Fosfor, Riboflavin, Tiamin, B12, Niasin, Magnezyum, Çinko (Küçük ve Yıbar, 2018: 550)
	Et suyu	1 litre	Var	Kolajen peptit (Borumand ve Sibilla, 2015:48)
	Tereyağı	2 yemek kaşığı	Var	Konjuge linoleik asit (KLA) (Seçkin ve Baladura,2011:32)
	Terhun (kuru)	2 çorba kaşığı	Var	Demir, İyot, Kalsiyum, Magnezyum, Provitamin A, Vitamin B ve C, Kumarin, Ocimene, Phellandrene (Metel, 2017:325)
Toyga çorbası (Toyga çorbası, 2020)	Kullanılan malzeme	Ölçü	Fonksiyonel özellikleri	Biyoaktif bileşenler
	Yarma buğday	2 su bardağı	Var	Tokoferol, Lutein, β -carotene, Direnci Nişasta, Lunasin (Poudel ve Bhatta, 2017: 2)
	Nohut	1 su bardağı	Var	Saponin, Tiamin, Riboflavin, Niasin (Pekşen ve Artık, 2005: 112)
	Un	1 su bardağı	Var	B vitaminleri, Tokoferol, Pentotenik Asit, Folik Asit (Kotancılar, 1995: 432-434), Demir (Köten vd., 2019:122)
	Süzme yoğurt	500 gr	Var	Kalsiyum, Fosfor, Riboflavin, Tiamin, B12, Niasin, Magnezyum, Çinko (Küçük ve Yıbar, 2018: 550)
	Yumurta	1 adet	Var	Ovalbumin, Sistatin, Konalbumin, Ovomusin, Sialik Asit (Yüccer vd., 2014:73)
	Et suyu	1 litre	Var	Kolajen peptit (Borumand ve Sibilla, 2015:48)
	Tereyağı	-	Var	Konjuge Linoleik Asit (KLA) (Seçkin ve Baladura, 2011:32)
	Nane	-	Var	Gallik Asit (Altok vd., 2006: 98)
	Kırmızı biber	-	Var	Kapsaisin, Kapsinoidler (Yaşar Fırat ve İnanç, 2019: 452-453)
Tandır çorbası (Seçim, 2019: 92)	Kullanılan malzeme	Ölçü	Fonksiyonel özellikleri	Biyoaktif bileşenler
	Yeşil Mercimek	100 gr	Var	Saponin, Tiamin, Riboflavin, Pyridoksin, Niasin (Pekşen ve Artık, 2005: 112)
	Kuru Fasulye	100 gr	Var	Saponin, Tiamin, Riboflavin, Pyridoksin (Pekşen ve Artık, 2005: 112)

	Bulgur	100 gr	Var	Diyet Lifi, Dirençli Nişasta (Tacer, 2008: 56).
	Nohut	100 gr	Var	Saponin, Tiamin, Riboflavin, Niasin (Pekşen ve Artık, 2005: 112)
	Et suyu	8 su bardağı	Var	Kolajen peptit (Borumand ve Sibilla, 2015:48)
	Domates salçası	1 yemek kaşığı	Var	Likopen, Lutein, Tiamin, Riboflavin, Niasin, Vitamin C ve A, β-karoten (Ulusal Gıda Kompozisyon Veri Tabanı, t.y.)
	Kıyma	2 yemek kaşığı	Var	Taurin, Konjuge Linoleik Asit (KLA) ve Peptitler (Evren ve Çınkır, 2019: 982), L-Karnitin (Kurt ve El, 2011: 99)
	Kırmızı biber	1 tatlı kaşığı	Var	Kapsaisin, Kapsinoidler (Yaşar Fırat ve İnanç, 2019: 452-453)
	Soğan	2 adet	Var	Kuersetin, Antosiyanin, Mirisetin, Kaempferol, Selenyum (Mlcek ve vd., 2015: 999)
	Karabiber	1 tatlı kaşığı	Var	Fenolik amidler (piperettine, piperanine, piperylin A piperolein B and pipericine), flavonidler, (Çoban ve Patır, 2010: 14)

* Bilgiye ulaşamadık.

6. Çorbaların İçeriğinde Bulunan Gıda Maddelerinin Fonksiyonel Özellikleri

6.1. Tutmaç Çorbası

6.1.1. Sarımsak

Çorba içerisinde yer alan sarımsağın tüketimiyle LDL-kolesterol seviyesinin düştüğü, akciğer kanseri ve prostat gelişiminin baskılandığı yapılan çalışmalarda gözlemlenmiştir (Akan, 2014: 97). Sarımsağa antimikrobiyal özellik kazandıran, kokusunu ve tadını veren allisin bileşiğidir (Evren vd., 2006: 691). Sarımsağın içinde bulunan allinaz enzimi sayesinde allisin oluşmaktadır. Bu olay ancak sarımsağın parçalanmasıyla meydana gelebilmektedir (Curtis vd., 2004: 79). Sarımsak ısıtılınca tabii tutulduğu zaman asitlik değeri artar ve yoğun tatlı bir lezzet oluşur. Toplam polifenol içeriğinin ve antioksidan kapasitesinin arttığı görülmektedir (Özaydın vd., 2020: 28). Biyoaktif bileşik açısından incelendiğinde ısıtılma işlem uygulamaları sarımsağın biyoaktif bileşenlerini düşürdüğü tespit edilmiştir. Aynı zamanda

haşlamanın kızartmaktan daha az zararlı olduğu saptanmıştır (Queiroz vd., 2014: 1312-1313).

6.1.2. Yumurta

Yumurta, kişilerin günlük beslenmesinde ihtiyaç duyduğu esansiyel yağ gereksinimini karşılamakta ve doğal bir “fonksiyonel gıda” olarak tanımlanmaktadır. Yumurta akı içerisinde bulunan ve fonksiyonel olarak en değerli olan maddeler; ovalbumin, ovotransferrin, ovomukoid ve lizozimdir. Ovalbumin, tümör gelişimini baskılamaktayken ovotransferrin, bebeklerde ishal tedavisinde kullanılmaktadır (Yüccer vd., 2012: 75). Yumurtada bulunan kaliteli protein içeriği, vücutta onarım sürecini artırmakta, yara, yanık, cerrahi müdahale ile pek çok enfeksiyonlu hastalıklarda tüketilmesiyle istenen sonuçlar daha hızlı alınmaktadır. Günlük beslenme rutinine iki yumurta eklenen yanık vakalarında hastaların daha hızlı iyileştiği saptanmıştır (Çelebi ve Karaca, 2006: 259).

Çiğ yumurta ve pişmiş yumurta arasında besinsel değer farkı bulunmaktadır. Yumurtanın haşlama işlemi esnasında yağ kompozisyonunda herhangi bir değişiklik yaşanmazken kızartma esnasında doymuş yağ asitleri artmaktadır. Yumurtada bulunan proteinlerin bağırsakta emilimi ve vücut dokularında toplanması çiğ yumurtaya göre pişmiş yumurtada daha yüksek miktarda gerçekleşmektedir. Haşlama ve poşe pişirme yöntemiyle herhangi bir mineral kaybı görülmemekle birlikte B12 vitamini her iki yöntemde de %50’ den fazla değer kaybetmektedir (Bedogni ve Battistini, 2002: 177-181).

6.1.3. Yoğurt

Streptococcus thermophilus ve *Lactobacillus delbrueckii subsp. Bulgaricus* bakterileri bünyesinde kaliteli protein, karbonhidrat ve lipid bulunmaktadır. Bunun yanında; kalsiyum, potasyum, fosfor, magnezyum, çinko ve B vitaminleri açısından da oldukça zengin bir ürün olan yoğurt, fonksiyonel bir gıda olarak değerlendirilmektedir. Yoğurdun sağlığa olumlu etkileri arasında gıda kaynaklı alerjiler ve intoleransların ortaya çıkışını kontrol edebildiği, kan basıncını düşürdüğü, diyabetin kontrol altına alınmasında etkili olduğu ve bağırsak kanserinin oluşumunu engellediği kaydedilmiştir. Görülen bu antikarsinojenik etki bakteriyel enzimlerin baskılanmasına, intestinal pH’nın azalmasına

ve immun sistemin aktif hale gelmesine bağlanmaktadır (Kızılaslan ve Solak, 2016: 55). Yoğurt içerisinde bulunan konjüge linoleik asit (KLA) yağ dışı vücut kitlesini artırırken yağ kütleini azaltmaktadır (Pei vd., 2017: 1570). *Lactobacillus GG*, *Bifidobacteriumlactis* ve *Streptococcus termophilus* ishal rahatsızlığına, *Lactobacillusbulgaricus* ve *Streptococcusthermophilus* laktoz emilimini tolere etmeye, *Bifidobacterium* kanser gelişimini önlemeye ve *S. boulardii* kan basıncını düşürmeye yardımcı olmaktadır (Gülbandılar vd., 2017: 46).

6.2. Bamya Çorbası

6.2.1. Bamya

Yapılan çalışmalar bamya kabuğunun önemli biyoaktif bileşenlere sahip olduğunu göstermiştir. Bamya ayrıca kuersetin, kumarin gibi fenolik bileşikler açısından da zengin bir üründür. Bamya içerisinde bulunan polisakkaritler kan düzeyindeki kolesterol seviyesini düşürmekte ve anti-kanser etkisi göstermektedir. Yapılan çalışmalarda bamyada bulunan isoquercitrin ve kuersetin gibi flavanoidlerin kan şekerini ve serum lipid düzeyini düşürdüğü tespit edilmiştir (Roy vd., 2014: 122-126). Bamya ürünün içerisinde bulunan polisakkaritler, vücut üzerinde bağışıklık düzenleyeci, antioksidan ve anti-hiperglisemik etki göstermektedir (Wang vd., 2020: 1). Bamya içerisinde bulunan mineraller, suda çözülebilen vitaminler ve bazı proteinler haşlamayla kaybolmakta ancak ürün içerisindeki beta-karoten miktarında artış gözlemlenmektedir. Bunun yanında bamyada bulunan lif miktarında da haşlamayla artış kaydedildiği tespit edilmiştir (Arlai, 2012: 40).

6.2.2. Soğan

Soğanın içerisinde vitaminler, antibiyotikler, kompleks şekerler, sülfür bileşikler, enzimler, glikozidler, flavonoidler ve mineraller bulunmaktadır. Soğanın insan sağlığına faydaları arasında antikanserojen maddelerin içeriği, antiplatelet (kan trombositlerini yok eden) aktivitesinin olması, antialerjik ve antibiyotik etkilere sahip olması bulunmaktadır. Bu etkiler soğanın tadı ve kokusundan sorumlu olan organasülfür bileşiklerine ve flavonoid bir madde olan ve özellikle antikanserojen maddelere sahip olarak bilinen kuersetine bağlanmaktadır (Mlcek vd., 2015: 999). İnsan sağlığı açısından önemli bir flavanoid olan kuersetinin

her gün 300 gram tüketildiği takdirde plazmada önemli artış sağlanmaktadır. 40 dakika boyunca kızartılan soğanlarda flavanoid bileşikler %80 oranında korunurken mikrodalgada pişirilen soğanın içerisinde bulunan kuersetin miktarı 1,5 kat artmıştır. Haşlanan soğanda ise flavanoid ve askorbik asit miktarı azalmaktadır (Ioku vd., 2001:78-79). Yapılan bir diğer çalışmada da soğanın haşlama işleminden sonra toplam flavonoid analizi yapılmıştır. Haşlama işlemi neticesinde, toplam flavonoid miktarında soğanda %43,9 oranında azalma tespit edilmiştir. Toplam flavonol miktarında ise %20,6 kaybı yaşanmıştır (Makris ve Rossiter, 2001: 3216).

6.2.3. Limon

Limon içerisinde yer alan naringenin, trigliserit ve glikoz seviyesini düşürmekte bunun yanında HDL kolesterolünü artırmaktadır (Testai ve Calderone, 2017: 6). Hesperidin ise serbest radikal seviyesini düşürerek hücre hasarını önlemektedir (Wilmsen vd., 2005: 4757). Bir diğer önemli etken madde olan askorbik asit (vitamin C) kemik, diş ve damar sağlığını korumak ve enfeksiyonlara karşı vücut direncini artırmak gibi yararları bulunmaktadır (Njoku vd., 2011: 1168). Ancak sığağa karşı duyarlı olan vitamin C özellikle 28 dereceyi geçen uygulamalarda yıkıma uğramaya başlamaktadır (Marti vd., 2009: 685).

6.2.4. Domates Salçası

Likopen domates ve domates ürünlerinde bulunan kırmızı renge sahip bir fitokimyasaldır. Domates salçasında likopen miktarı taze domatese oranla daha fazla bulunmaktadır. Likopen yağda çözünen bir yapısı bulunduğundan yağ ile kullanımı daha iyi emilim sağlamaktadır. Özellikle prostat kanserine karşı etkili olmaktadır (Alda vd., 2009: 540-541). Likopenin oksidatif stresin biyogöstergeçlerini düşürme kabiliyeti sayesinde koroner kalp hastalığı, osteoporoz, tip 2 diyabet gibi kronik hastalıkların ortaya çıkma riskini azalttığı belirtilmektedir (Rao, 2004: 161). Tüm karotenoid maddelerde olduğu gibi likopende sıcaklığa karşı dirençlidir. Hatta sıcaklığın likopen üzerine olumlu etkileri bulunmaktadır (Kasnak ve Palamutoğlu, 2015: 227). Domates ve domatesin işlenmesiyle meydana gelen ürünlerin kg başına içerdikleri lipoken miktarlarına bakıldığında en fazla likopen içeriğine sahip olan ürün domates salçasıdır. Yapılan çalışmalar

sonucu en fazla likopen kaybına kızartmanın neden olduğu tespit edilmiştir (İzgi, 2012: 4).

6.3. Terhun Çorbası

6.3.1. Terhun

Terhun tıbbi açıdan idrar söktürücü ve bağırsak parazitlerini hareketsiz bırakma etkisine sahiptir. Vücutta kan dolaşımını artırıp bünyeye dinçlik verir, safra kesesinin daha etkin çalışmasını sağlar, mide suyu azlığından kaynaklanan gastritlerde, mide suyunun artışı sağlayarak şikayetleri azaltır (Harşit, 2015: 6). Tarhun yapısında bulunan kumarinlerin antitümör, antihiv, kardiyoprotektif, vasodilatör ve Ca²⁺ antagonist aktivitesi gibi önemli biyolojik aktivitelere sahip oldukları tespit edilmiştir (Yurtvermez, 2016: 10).

6.4. Tandır Çorbası

6.4.1. Baklagiller (Nohut, Kuru Fasulye, Yeşil Mercimek)

İzoflavonlar, baklagilleri ve soyayı fonksiyonel yapan bileşiktir (Aslan ve Ayaz, 2019: 47). Mercimek, nohut, soya ve kuru fasulyenin saponinlerce zengin olduğu ve kanserli hücre üremesini önleyebildiği savunulmaktadır (Dündar, 2001: 135). Isıl işlem gören nohutun içerisinde fitik asit, tanen ve saponin miktarında önemli ölçüde azalma görülmüştür. Aynı zamanda B vitamini içeriğinde de kayıplar meydana gelmektedir (Alajaji ve Adawy, 2006: 808-809). Baklagillerin kabuğundan ayrılmaları ile vitamin oranı artmaktadır. Pişirme aşaması B1, B2 ve C vitamini miktarında azalmaya neden olmaktadır. Uzun süren pişirme B vitamini kaybı bakımından kötü etki yaratmakta ve B grubu vitaminler suda çözündüklerinden pişirme suyuyla kaybedilmektedir. Basınç altında pişirme ve otoklav tipi pişirme, vitamin kaybı yaşamadan pişirmenin en iyi yollarıdır. Baklagiller içerisindeki folik asit, sağlıklı hücrelerin yapımına yardımcı olan suda eriyebilir B vitamindir. Yemeklik tane baklagiller ayrıca bağırsak sağlığı için faydalı olan ve ortalama %11 oranında bulunan çözünmez diyetel lifleri de içerirler. Tohum kabuğunu soyma ve pişirme avantajları bulunmaktadır. Bunlar; protein sindirilebilirliğinin artması, protein kalitesinin artması, tanen içeriğinin azalması, diyetel lif miktarı ve mineraller azalmasıdır. Kuru ısıtma işlemlerde, yüksek sıcaklıkta kısa süreli pişirme işlemi su ile pişirmeye benzer etkilere

neden olmaktadır. Yüksek sıcaklıkta kısa süreli kavurma baklagilin besleyici değerinde azalmalara neden olmaktadır (Pekşen ve Artık, 2005: 112).

6.4.2. Bulgur

Bulgurun yapısında magnezyum, krom gibi mineraller, bazı fenoller, selenyum ve ayrıca B12 vitamini dışında bütün vitaminler bulunmaktadır. Bulgur kaynatma suyu, kaynama sırasında suya geçen B1, B2, B3 vitaminlerinin yanı sıra karbonhidrat bakımından da zengindir (Çavuş vd., 2020: 581). Bulgurun antioksidan aktiviteleri diğer tam buğday ürünleriyle benzer niteliktedir. Bulgur üretimi esnasında uygulanan pişirme ve kabuk soyma basamakları, fenolik madde miktarı ve antioksidan aktivitelerinde azalmaya neden olmaktadır. Bulgurun, dirençli nişasta ve diyet lifi gibi fonksiyonel bileşikler açısından zengin olduğu tespit edilmiştir. Antioksidan ve fenolik madde üzerinde olumsuz etkiler yaratan ısıl işlem ve kurutma gibi bulgur üretimindeki proses aşamalarının dirençli nişasta miktarı üzerinde olumlu etkisi olduğu görülmüştür (Tacer, 2008: 56).

6.5. Toyga Çorbası

6.5.1. Kırmızı et

İnsan sağlığı açısından normal beslenme görevinin dışında, yararlı fonksiyonlara sahip bitkisel veya hayvansal peptitlere ve bunların kaynağı olan gıda proteinlerine “biyoaktif peptitler ve proteinler” denilmektedir. Biyoaktif peptitlerin antimikrobiyel, antitrombotik, hipokolesterolemik, antioksidan ve bağışıklık sistemini düzenleyici etkileri bulunmaktadır. Et proteinleri tek başına esansiyel aminoasit kaynağıdır. Et; kreatin, taurin, konjuge linoleik asit (KLA) ve peptitler gibi biyoaktif bileşenlere sahiptir (Evren ve Çınkır, 2019: 982). Konjüge linoleik asit çeşitli pişirme yöntemleriyle (kızartma, ızgara, mikrodalga ve fırında) pişirilmiş, pişen etlerde KLA içeriğinde değişiklik saptanmamıştır (Kara, 2009: 69). Sığır ciğerindeki bakır ve magnezyumun kaynatma işlemi ile suya geçtiği ve minerallerin biyoyararlılığının arttığı görülmektedir (Li vd., 2020: 2).

6.5.2. Tereyağı

Tereyağı içindeki konjuge linoleik asit (KLA) esansiyel yağ asidi, vücut içerisinde sentezlenemediğinden dolayı dışarıdan

besinler vasıtasıyla alınması gereken bir yağ asididir. Konjuge linoleik asidin fonksiyonel olarak sağlık üzerinde faydalı etkileri bulunmaktadır. Bunlar; vücutta bulunan yağ miktarını azaltmak, antikanserojenik etki yaratmak, bağışıklığı desteklemek, kemik oluşumunu ve kas kitlesini artırıcı etki göstermektir (Seçkin ve Baladura, 2011: 32).

6.5.3. Buğday

Bütün buğday; kepek (lif miktarının yarısını, antioksidanları, B vitaminlerini, demir, çinko ve magnezyumun %80'ni içerir), endosperm ve çekirdekten oluşmaktadır. Bütün buğday %90 oranında nişasta, protein ve diyet lifinden oluşurken az miktarda lipid, fenolik madde, vitamin ve mineral içermektedir (Poudel ve Bhatta, 2017: 1). Tam buğday bu bileşikleri içermesinden dolayı fonksiyonel ve biyoaktif bir ürün olarak değerlendirilmektedir (Yılmaz ve Yıldırım, 2020: 110). Fonksiyonel bir lif olan ve buğday içerisinde yer alan dirençli nişasta (EDN), amilaz enzimleri ile sindirime uğramayan bundan dolayı da ince bağırsakta emilimi olmayan nişasta türüdür. Bu özelliği sayesinde kalp- damar rahatsızlıkları, diyabeti ve kolon kanserini önlemede aynı zamanda mide-bağırsak sağlığını iyileştirmede vücut için olumlu etkileri vardır (Demirekin ve Gül, 2016: 72-75). Durum buğdaylarında bulunan toplam karotenoid içerikleri diğer buğday türlerinden daha yüksektir. Karotenoidler buğday tanesinde daha çok embriyo tabakasında bulunmaktadır. Buğdayların yapısında yer alan en önemli flavonoid, bir flavon olan tricinin olup en çok embriyo kısmında yer almaktadır (Yüksel vd., 2011: 27).

Buğday işlenmesiyle ortaya çıkan kepek ve rüşeymin toplam fenolik ve flavanoid madde miktarı buğday özütüne göre daha zengin olduğu tespit edilmiştir (Yağcı vd., 2006: 500). Kabuk soyma aşaması da tiamin ve riboflavin kaybına neden olmaktadır. Tiamin haşlanma işleminden etkilenirken riboflavin pişirme işleminden etkilenmemiştir. Ancak güneşte kurutma işlemi riboflavin kaybına neden olmaktadır (Babaoğlu vd., 2020).

7. Sonuç

Detaylı şekilde yazılı kaynak taraması ile yapılan bu çalışma ile fonksiyonel gıdaların neler olduğu ve Konya mutfağı içerisinde yer alan önemli yöresel çorbaların besin içeriklerinin ve bu içeriklerin vücuda yararı olan fonksiyonel özelliklerinin neler

olduğu açıklanmıştır. Aynı zamanda ısıtma işlem uygulamalarının ve yapım aşamalarının ürün üzerindeki olumlu veya olumsuz etkileri sıralanmıştır. Bunun neticesinde domates ve domates ürünlerinin içinde bulunan likopenin, ısıtma işlem ile kullanımında biyoyararlılığını artırdığı, Sarımsak içerisinde bulunan polifenollerin ısıtma işleminden olumlu yönde etkilendiği, kızartılan soğanın flavanoid içeriğini önemli düzeyde koruduğu, balya içerisindeki beta-karoten miktarının düşük düzeyde de olsa arttığı ve bulgurun kaynatma ve kurutma işlemlerinin dirençli nişasta üzerinde olumlu yönde katkısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İncelenen toyga, balya, tandır, tutmaç ve terhun çorbalarının içerisinde kullanılan çoğu ürünün besinsel değerinde ve biyoyararlılığında azalma olduğu görülmektedir. Yöresel ürünlerin fonksiyonellik yönüne vurgu yapılarak tanıtımının yapılması ve bilinirliğini artırılması hem yöre mutfağı açısından hem de bölgedeki üreticiler açısından faydalı olacaktır.

Kaynakça

- Akan, S. (2014). Sarımsak (*Allium sativum* L.) Tüketiminin İnsan Sağlığına Yararları. *Akademik Gıda*. 12(2): 95-100.
- Akın, G., Özkoçak, V. ve Gültekin, T. (2015). Geçmişten Günümüze Geleneksel Anadolu Mutfak Kültürünün Gelişimi. *Ankara University Faculty of Letters Anthropology Journal*. 30: 33-51.
- Alajaji, S. A. ve El-Adawy, T. A. (2006). Nutritional Composition of Chickpea (*Cicer arietinum* L.) as Affected by Microwave Cooking and Other Traditional Cooking Methods. *Journal of Food Composition and Analysis*. 19, 806-812. Doi: 10.1016/j.jfca.2006.03.015
- Alda. L. M., Gogoşă, I., Bordean, D. M., Gergen, I., Alda, S., Moldovan, C., Niţă, L. (2009). Lycopene Content of Tomatoes and Tomato Products. *Journal of Agroalimentary Processes and Technologies* 15(4): 540-542.
- Arlai, A., Nakkong, R., Samjain, N. ve Sitthipaisarnkun, B. (2012). The Effects of Heating on Physical and Chemical Constitutes of Organic and Conventional Okra. *Procedia Engineering* 32, 38 – 44. Doi: 10.1016/j.proeng.2012.01.1234
- Arlı, M. ve Gümüş, H. (2007). Türk Mutfak Kültüründe Çorbalar. 38. *ICANAS (Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları*

- Kongresi*) içinde (143-159 ss.). Ankara: Atatürk Kültür, Dil Tarih Yüksek Kurumu.
- Aslan, R. ve Ayaz, K. (2019). Fonksiyonel Gıdalar: Besinler İlacımız Olabilir mi? *Göller Bölgesi Aylık Hakemli Ekonomi ve Kültür Dergisi*. 7(77): 45-49.
- Atıncı, M. ve Kalkan, İ. (2018). Flavonoidler ve Sağlık Üzerine Etkileri. *Aydın Gastronomy*. 2(1): 31-38.
- Babaoğlu, H. Ç., Saka, İ. ve Özkaya, B. (2020, Ekim). Buğdayın Bulgura İşlenmesi Sırasında Bileşimde Meydana Gelen Değişmeler. *Türkiye 13. Gıda Kongresi* içinde (253 ss.).
- Bamya Çorbası. (t.y.). Konya Valiliği. Erişim Adresi: Bamya Çorbası (konya.gov.tr)
- Batu, A. (2018). Konya (Turkey) Gastronomy Culture Extending to Seljuk Empire. *Journal of Ethnic Foods*. 5(3): 184-193. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jef.2018.07.005>
- Bedogni, G. ve Battistini, N. C. (2002). Effects of Cooking and Storage on the Nutritional Value of Eggs. Watson, R. R. (Ed.). *Eggs and Health Promotion*. İçinde (177-183 ss.).
- Bertolini, M. ve Romagnoli, G. (2012). An Italian Case Study for the Process-Target-Cost Evaluation of the Ohmictreatment and Aseptic Packaging of a Vegetable Soup (minestrone). *Journal of Food Engineering*. 110, 214-219. Doi:<https://doi.org/10.1016/j.jfoodeng.2011.05.032>
- Bigliardia, B. ve Galati, F. (2013). Innovation Trends in the Food Industry: The Case of Functional Foods. *Trends in Food Science & Technology*. 31, 118-129. Doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tifs.2013.03.006>
- Borumand, M. ve Sibilla, S. (2015). Effects of a Nutritional Supplement Containing Collagen Peptides on Skin Elasticity, Hydration and Wrinkles. *Journal of Medical Nutrition and Nutraceuticals*, 4(1): 47.
- Büyükşalvarcı, A., Şapçılar, M. C. ve Yılmaz, G. (2016). Yöresel Yemeklerin Turizm İşletmelerinde Kullanılma Durumu: Konya Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 4(4): 165-181. Doi: 10.21325/jotags.2016.54

- Cin, P. ve Gezer, C. (2017). Fonksiyonel Bir Besin Olarak Turunçgiller ve Metabolik Sendrom İlişkisi. *Journal of Food and Health Science*. 3(2): 49-59. Doi: 10.3153/JFHS17007
- Clarkson, J. (2010). *Soup a Global History*. London: Reaktion Books
- Curtis H., Noll, U., Störmann, J. ve Slusarenko, A. J. (2004). Broad-Spectrum Activity of the Volatile Phytoanticipin Allicin in Extracts of Garlic (*Allium sativum L.*) Against Plant Pathogenic Bacteria, Fungi and Oomycetes. *Physiological and Molecular Plant Pathology*. 65, 79-89.
- Çatak, J. ve Yaman, M. (2019). Research Article Determination of Nicotinic Acid and Nicotinamide Forms of Vitamin B3 (Niacin) in Fruits and Vegetables by HPLC Using Postcolumn Derivatization System. *Pakistan Journal of Nutrition*. 18(6): 563-570. Doi: 10.3923/pjn.2019.563.570
- Çavuş, Z. K., Karaoğlu, E. ve Özer, S. (2020, Aralık). Investigation of The Sensory Characteristics Of Shalgam Made With Bulgur Boiler Water. *International Marmara Sciences Congress* içinde (580-584 ss.).
- Çelebi, Ş. ve Karaca H. (2006). Yumurtanın Besin Değeri, Kolesterol İçeriği ve Yumurtayı n-3 Yağ Asitleri Bakımından Zenginleştirmeye Yönelik Çalışmalar. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*. 37(2): 257-265.
- Çirişoğlu, E. ve Olum, E. (2019). Türk Mutfağındaki Fonksiyonel Gıdaların Gastronomi Turizmi Açısından Önemi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*. 3(4): 1659-1680. Doi: 10.26677/TR1010.2019.264
- Dayısoylu, K. S., Gezginç, Y. ve Cingöz, A. (2014). Fonksiyonel Gıda Mı, Fonksiyonel Bileşen Mi? Gıdalarda Fonksiyonellik. *GIDA/The Journal of FOOD*. 39(1): 57-62. Doi: 10.5505/gida.03511
- Demiekin, A. ve Gül, H. (2016). Enzime Dirençli Nişasta ve Sağlık Üzerindeki Etkileri. *U. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi*. 30(2): 71-78.
- Doyon, M. ve Labrecque, J. (2008). Functional Foods: a Conceptual Definition. *British Food Journal*. 110(1): 1133-1149. Doi: 10.1108/00070700810918036

- Dölekoğlu, C. Ö., Şahin, A. ve Giray, F. H. (2014). Kadınlarda Fonksiyonel Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörler: Akdeniz İlleri Örneği. *Journal of Agricultural Sciences*. 21(4): 572 – 584. Doi: 10.1501/Tarimbil_0000001358
- Dündar, Y. (2001). Fitokimyasallar vc Sağlıklı Yaşam. *Kocatepe Tıp Dergisi*. 2, 131-138.
- Emir Çoban, Ö. ve Patır, B. (2010). Antioksidan Etkili Bazı Bitki ve Baharatların Gıdalarda Kullanımı. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*. 5(2): 7-19.
- Erbaş, M. (2006). Yeni Bir Gıda Grubu Olarak Fonksiyonel Gıdalar. *Türkiye 9. Gıda Kongresi* içinde (791-794 ss.). Bolu: Gıda Teknolojisi Derneği.
- Erenoğlu Son, N. ve Yaman, Ç. (2019). Beslenme Obezite ve Toplum Sağlığı. Ç. Yaman ve N. Erenoğlu Son (Ed.). *Fonksiyonel Gıdalar* içinde (114-144 ss.). İstanbul: Güven Plus Grup Danışmanlık A.Ş. Yayınları.
- Ertaş, M., Solak, B. B. ve Kılınç, C. Ç. (2017). Konya'da Mevlevi Mutfağı Yiyeceklerinin Gastronomi Turizminde Canlandırılması. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*. 1, 52-70.
- Ertaş, Y. ve Gezmen-Karadağ, M. (2013). Sağlıklı Beslenmede Türk Mutfak Kültürünün Yeri. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*. 2(1): 117-136.
- Evren, M., Apan, M. ve Albayram, C. (2006). Sarımsağın Antimikrobiyel Özellikleri. *Türkiye 9. Gıda Kongresi* içinde (689-692 ss.). Bolu: Gıda Teknolojisi Derneği
- Evren, M., ve Çınkır, N. I. (2019, Nisan). Et ve Et Ürünlerinde Biyoaktif Bileşenler. 4 th International Anatolian Agriculture, Food, Environment and Biology Congress içinde (980-983 ss.).
- Gülbandılar, A., Okur, M. ve Dönmez, M. (2017). Fonksiyonel Gıda Olarak Kullanılan Probiyotikler ve Özellikleri. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*. 10(1): 44-47.
- Güldemir, O., Haklı, G. ve Işık, N. (2018). Türk Mutfağında Kahvaltıda Tüketilen Çorbalar ve İllere Göre Dağılımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 39, 56-66.

- Güler, S. (2010). Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 26, 24-30.
- Gümüş, H. (2011) *Türk Mutfak Kültüründe Çorba*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi) Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gürsoy, O. ve Kınık, Ö. (2004). Fonksiyonel Gıda İngrediyenti Olarak Probiyotikler ve Yasal Düzenlemeler için Japonya Modeli. *Türk Mikrobiyoloji ve Cemiyeti Dergisi*. 34, 200-209.
- Halıcı, N. (2015). *Türk Mutfağı*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Harşit, B. (2015). *Doğu Karadeniz Bölgesi'nde Halk Arasında Tıbbi Amaçlı Kullanılan Bazı Bitkilerin Antioksidan Aktivitelerinin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Artvin Çoruh Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Artvin.
- Hatipoğlu, S. ve Batman, O. (2014). Osmanlı Saray Mutfağına Ait Gastronomik Unsurların Günümüz Türk Mutfağı İle Kıyaslanması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*. 11(2): 62-74.
- Ioku, K., Aoyama, Y., Tokuno, A., Tera, J., Nakatani, N. ve Take, Y. (2001). Various Cooking Methods and the Flavonoid Content in Onion. *Journal of Nutritional Science and Vitaminology*. 47, 79.
- İzgi, C. (2012). *Farklı Kurutma Metotlarının Domatesteki Likopen Miktarına Etkisi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Kara, O. O. (2009). *Konjuge Linoleik Asit Metabolizması ve Sağlık Üzerine Etkileri*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Kasnak, C. ve Palamutoğlu, C. (2015). Doğal Antioksidanların Sınıflandırılması ve İnsan Sağlığına Etkileri. *Türk Tarım - Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi*. 3(5): 226-234.
- Kılıç, S. ve Albayrak, A. (2012). İslamiyetten Önce Türklerde Yiyecek ve İçecekler. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*. 7(2): 707-716.

- Kızılaslan, N. ve Solak, İ. (2016). Yoğurt ve İnsan Sağlığı Üzerine Etkileri. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*.12, 52-59.
- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E. ve Saruşık, M. (2014). Türk Mutfak Kültürünün Tarihsel Gelişiminde Yaşanan Değişimler. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 14(3): 191-210.
- Köten, M., Karahan, A. M., Karahan, L. E. ve Yazman M. M. (2019). Tarhananın Besinsel Önemi ve Fonksiyonel Bileşenlerce Zenginleştirilmesi. *Harran Üniversitesi Mühendislik Dergisi*. 4(3): 120-129.
- Kurt, Ö ve El, S. N. (2011). Biyoaktif Bir Gıda Bileşeni L-Karnitin: Beslenme ve Sağlık Açısından Önemi ve Biyoyararlılığı. *TÜBAV Bilim Dergisi* 4(2): 97-102.
- Küçük, S. C. ve Yıbar, A. (2018). D Vitamini ile Zenginleştirilmiş Yoğurdun Besin Değeri ve Metabolik Etkileri. *Gıda*, 43(4): 549-557.
- Li, Y., Fan, D., Zhao, Y. ve Wang, M. (2020). Effects of Quercetin and Cinnamaldehyde on the Nutrient Release from Beef into Soup during Stewing Process. 131, 1-9.
- Makris, D. P. ve Rossiter, J. T. (2001). Domestic Processing of Onion Bulbs (*Allium cepa*) and Asparagus Spears (*Asparagus officinalis*): Effect on Flavonol Content and Antioxidant Status. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*. 49, 3216-3222.
- Martí, N., Mena, P., Cánovas, J. A., Micol, V. ve Saura, D. (2009). Vitamin C and the Role of Citrus Juices as Functional Food. *Natural Product Communications*. 4(5): 677-700.
- Mete, O. (2017). *Baharatlar*. İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Mlcek, J., Valsikova, M., Druzvikova, H., Ryant, P., Jurikova, T., Sochor, J. ve Borkovcova, M. (2015). The Antioxidant Capacity and Macroelement Content of Several Onion Cultivars. *Turkish Journal of Agriculture and Forestry*. 39, 999-1004. Doi:10.3906/tar-1501-71
- Njoku, P.C., Ayuk, A.A. ve Okoye, C. V. Temperature Effects on Vitamin C Content in Citrus Fruits. *Pakistan Journal of Nutrition*. 10(12): 1168-1169

- Özaydın, A. G., Arın, E. ve Önem, E. (2020). Türk Mutfağında Yeni Bir Fonksiyonel Gıda Olarak Siyah Sarımsak (*Allium sativum* L.): Fenolik Madde İçeriği ve Bakteriyel İletişim (Quorum Sensing) Üzerine Etkisi. *Akademik Gıda*. 18(1): 27-35. Doi: 10.24323/akademik-gida.730036
- Pei, P., Martin, D. A., DiMarco, D. M. ve Bolling, B. W. (2017). Evidence for the Effects of Yogurt on Gut Health and Obesity. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 57(8): 1569-1583. Doi: 10.1080/10408398.2014.883356
- Pekşen, E. ve Artık, C. (2005). Antibesinsel Maddeler ve Yemeklik Tane Baklagillerin Besleyici Değerleri. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*. 20(2): 110-120.
- Poudel, R. ve Bhatta, M. (2017). Review of Nutraceuticals and Functional Properties of Whole Wheat. *Journal of Nutrition & Food Sciences*. 7(1): 1-6.
- Queiroz, Y. S., Antunes, P. B., Vicente, S. J. V., Sampaio, G. R., Shibao, J., Bastos, D. H. M. ve Torres, E. A. F. S. (2014). Bioactive Compounds, in Vitro Antioxidant Capacity and Maillard Reaction Products of Raw, Boiled and Fried Garlic (*Allium sativum* L.). *International Journal of Food Science and Technology*. 49, 1308-1314.
- Rao A. V. (2004). Processed Tomato Products as a Source of Dietary Lycopene: Bioavailability and Antioxidant Properties. *Canadian Journal of Dietetic Practice and Research*. 65, 161-165.
- Roy, A., Shrivastava, S. L. ve Mandal, S. M. (2014). Functional properties of Okra *Abelmoschus esculentus* L. (Moench): Traditional Claims and Scientific Evidences. *Plant Science Today*. 1(3): 121-130. Doi: 10.14719/pst.2014.1.3.63
- Sabbağ, Ç. ve Boğan, E. (2019). Ulusal Gastronomi ve Türk Mutfağı. M. Sarıışık ve G. Özbay (Ed.). *Türk mutfağının gelişim sürecine genel bakış* içinde (3-79 ss.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sanchez-Moreno, C., Cano, M.P., Ancos, B., Plaza, P., Olmedilla, B., Granada, F. ve Martin, A. (2006). Mediterranean Vegetable Soup Consumption Increases Plasma Vitamin C and Decreases F2-isoprostanes, Prostaglandin E2 and Monocyte

- Chemotactic Protein-1 in Healthy Humans. *Journal of Nutritional Biochemistry*. 17, 183-189. Doi:10.1016/j.jnutbio.2005.07.001
- Seçim, Y. (2015). Evaluation of Seljuk and Ottoman Cuisine in terms of Gastronomy. *Journal of Tourism Theory and Research*. 4(2): 122-132.
- Seçim, Y. (2018). Türk Mutfağında Kullanılan Bazı Fonksiyonel Gıdalar ve Özellikleri. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*. 2(1), 1-10.
- Seçim, Y. (2019). *Konya Mutfağı*. Konya: Literatürk Academia.
- Seçkin, A. K. Ve Baladura, E. (2011). Süt ve Süt Ürünlerinin Fonksiyonel Özellikleri. *Celal Bayar Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*. 7(1): 27-38.
- Sloan, A. E. (2020). The Top 10 Functional Food Trends. *Food Technology*. 74(3). Erişim adresi: The Top 10 Functional Food Trends- IFT.org
- Tacer, Z. (2008). *Bulgurun Fonksiyonel Özelliklerinin Belirlenmesi*. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul
- Testai, L. ve Calderone, V. (2017). Nutraceutical Value of Citrus Flavanones and Their Implications in Cardiovascular Disease. *Nutrients*. 9(5): 1-13. Doi: <https://doi.org/10.3390/nu9050502>
- Toyga Çorbası. (2020). Erişim adresi: Toyga çorbası (tukav.org.tr)
- Ulusal Gıda Kompozisyon Veri Tabanı. (t.y.). Erişim adresi: Veri Bankası- Domates salçası- Türkomp | Ulusal Gıda Kompozisyon Veri Tabanı (turkomp.gov.tr)
- Wang, C. Yu, Y., Chen, T. T., Wang, Z.W. ve Yan, J.K. (2020). Innovative Preparation, Physicochemical Characteristics and Functional Properties of Bioactive Polysaccharides From Fresh Okra (*Abelmoschus esculentus (L.) Moench*). *Food Chemistry*. 320, 1-11.
- Wilmsen, P. K., Spada, D. S. ve Salvador, M. (2005). Antioxidant Activity of the Flavonoid Hesperidin in Chemical and

Biological Systems. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*. 53, 4757–4761. Doi: 10.1021/jf0502000

- Yağcı, S., Altan, A., Göğüş, F. Ve Maskan, M. (2006). Gıda Atıklarının Alternatif Kullanım Alanları. *Türkiye 9. Gıda Kongresi*. İçinde (499-502 ss.). Bolu: Gıda Teknolojisi Derneği.
- Yaşar Fırat, Y. ve İnanç, N. (2019). Kırmızı Biberin Besin Alımı ve Enerji Metabolizması Üzerine Etkileri. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*. 8(4): 451-459.
- Yılmaz, M. S. ve Yıldırım, A. (2020). Firik Üretim Teknikleri ve Fonksiyonel Özellikleri. *Harran Üniversitesi Mühendislik Dergisi*. 5(2): 109-121.
- Yurtvermez, B. (2016). *TARHUN (Artemisia dracunculus L.) Bitkisinden Biyolojik Aktivite Gösterebilecek Sekonder Metabolitlerin İzolasyonu ve Kimyasal Yapılarının Belirlenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ağrı.
- Yüccer, M., Temizkan, R. ve Caner, C. (2012). Fonksiyonel Gıda Olarak Yumurta: Bileşenleri ve Fonksiyonel Özellikleri. *Akademik Gıda*. 10(4): 70-76.
- Yüksel, F., Koyuncu, M. ve Sayaslan, A. (2011). Makarnalık Buğday (*Triticum durum*) Kalitesi. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*. 4(2): 25-31.

COĞRAFI İŞARETLİ GIDALARDA ORGANOLEPTİK ANALİZİN ÖNEMİ

Fügen DURLU ÖZKAYA

Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Gastronomi ve
Mutfak Sanatları Bölümü, Ankara, fugen.ozkaya@hbv.edu.tr,
ORCID ID: 0000-0003-2893-9557

Batuhan ÖZTÜRK

Arş. Gör., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Gastronomi ve
Mutfak Sanatları Bölümü, Ankara, batuhan.ozturk@hbv.edu.tr,
ORCID ID: 0000-0003-4951-0469

1. Giriş

Coğrafi işaretleme; yerelin ve doğanın korunarak, bir takım kurallar ve yasalar aracılığıyla gelecek nesillere aktarılmasıdır (Öz ve Dönmez, 2018). Kendine has özelliklerle ön plana çıkan ve bulunduğu bölge ile bütünleşen ürünlerin sahip olduğu coğrafi işaretin (Polat Üzümcü, vd., 2017) temel amacı; özellikle bu ürünlerin bir kalite unsuru olarak ortaya konması ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasıdır (Tanrıku, 2007). Belirli bir coğrafyaya aidiyet, spesifik özellikler ve taşınan bu özellikler ile coğrafi bölge arasındaki ilişki, ürünün coğrafi işaret alabilmesi için gereken unsurlardır. Bu unsurlar ile birlikte işaretlenen ürünün sahtelikler yolu ile haksız kazanç sağlanması ve ürünün kalite unsurlarının zayıflatılması engellenmiş olmaktadır (Polat Üzümcü, vd., 2017).

Kısaca belirli bir bölge ya da yöre ile bütünleşmiş, kendine has özellikleri bulunan ürünler için kullanılan coğrafi işaretler, menşe, mahreç ve geleneksel ürün işareti olarak üçe ayrılmaktadır (Bulut ve Fural, 2018). Menşe Adı Korunmuş Ürünler, belirli bir üretim sistemine sahiptir ve bu sisteme uyularak uygun çevre koşullarında dünyanın her yerinde üretilebilmektedir. Mahreç Adı Korunmuş Ürünler, kendine has karakteristikleri meydana getiren fiziksel, kimyasal, duyuşsal gibi pek çok koşulu etkileyen coğrafi

koşullar söz konusudur. Bu sebeple mahreç işaretine sahip ürünler yalnızca bulunduğu yöre ya da bölge ile özdeştir. Geleneksel Standart Teminatlı Ürünler, üretimin gerçekleştiği alandan ziyade, üretimin nasıl yapıldığına odaklanmaktadır. Bu ürünler de dünya genelinde doğal ve endüstri halini almamış bir sistem ile üretilebilmektedir (Dikici, vd., 2013).

Bir ürünün coğrafi işaretlemeye sahip olması, tescillenme anından itibaren ürünün ekonomik değerinde artış yaşanmasını sağlamaktadır. Ürünün ekonomik değerinin artmasıyla birlikte üretici haklarının sağlam bir zemine oturması sağlanmakta, tüketiciler için de güvenilir bir satış ortamı oluşmaktadır. Bu sebeple coğrafi işaretleme yapılması üretim ve tüketim aşamalarındaki stabilizasyonla birlikte yöresel kalkınmaya ve dolayısıyla kırsal göçün önlenmesine yardımcı olmaktadır (Kantarıcı Savaş, 2017). Bu çıktılar ile birlikte geleneksel – yöresel ürünlerin korunması önem arz etmektedir (Öz ve Dönmez, 2018).

Belirgin özellikleri ve ünü ile ait oldukları bölge ya da yörenin karakteristiklerini de bünyesinde bulunduran ürünlere verilen coğrafi işaretlerin temel amaçları aşağıdaki gibidir (Gökovalı, 2007):

- Üretici ve tüketicilerin haklarını korumak,
- Ulusal ve uluslararası tanıtım yapmak,
- Turizm geliri sağlamak,
- Coğrafi işaret ile tanıtılan yörede diğer unsurlar ile gelir sağlamak,
- Ülke çapında kültürel ve ulusal değerleri korumak,
- Haksız kazancın önüne geçmek (Polat Üzümcü, vd., 2017).

İçerisinde bulunduğumuz zaman diliminde globalleşmenin etkileri ile birlikte yöresel, bölgesel veya ülke bazlı sahip olunun kültürel değerler erozyona uğramaktadır. Bu sebeple son yıllarda kültürel unsurların sürdürülebilirliğinin sağlanması amacıyla pek çok girişimde bulunulmuştur. Turizm aracılığıyla bölgesel kalkınmanın sağlanması, yerel ürün ve aktivitelerin pazarlanması amaçlanmıştır (Vatansever Deviren ve Yıldız, 2017). Son 50 yıllık periyotta sosyal, ekonomik ve teknolojik gelişmeler turizm sektörünün işleyişinde değişimlere sebep olmuştur. Değişen talep ile birlikte turistler deniz, güneş, kum seyahatinden ziyade alternatif turizm çeşitlerine ilgi duymaya başlamıştır. Özellikle

kültürel değerlerin tecrübe edilebildiği aktivitelerle, yöre ya da bölgedeki yöresel ürünlerin önemi artmıştır (Polat, 2017). Bu noktada kendine has ürünleri bünyesinde bulunduran yöre ya da bölgelerin tercih edilirliliği; ürünün kalitesi, yöre halkının yaşayış biçimi, tarihi ve kültürel değerleri ile doğru orantılı olarak artış göstermektedir. Bu durum coğrafi işaretlemenin gerekliliğini ve önemini ortaya koymaktadır (Mercan ve Üzülmöz, 2014). Meydana gelen coğrafi işaretleme uygulamaları yöredeki gastronomik unsurların, hazırlanış şekillerinin, tarım faaliyetlerinin korunmasına yardımcı olmaktadır. Tüm bu kazanımlarla birlikte yöre ya da bölgenin ulusal ve uluslararası platformda tanıtımının yapılması, böylelikle potansiyel bir destinasyon halini almasında yardımcı olmaktadır (Hazarhun ve Tepeci, 2018). Fransa'nın Champagne köpüklü şarabı, İspanya ve İtalya gibi ülkelerin peynir, et, şarap gibi ürünlerini kırsal turizm, gastronomi turizmi, bölgesel turizm gibi alternatif turizm uygulamalarıyla tanıtması, yöresel ürünlerin turistik unsur olarak kullanılmasına önemli birer örnektir. Bahsi geçen bu ürünlerin coğrafi işarete sahip olmaları, coğrafi işaretlemenin bölgesel kalkınmada ve turizm aktivitelerine katkılar sağladığını göstermektedir (Mercan ve Üzülmöz, 2014). Türkiye'de de Giresun Fındığı, Ege İnciri, Malatya Kayısı, Kars Kaşarı gibi ürünlerin önemli ekonomik girdiler sağladığı bilinmektedir (Hazarhun ve Tepeci, 2018).

Araştırmanın temel amacı coğrafi işaretli bir gıda ürünü olan Kars Kaşarının organoleptik değerlendirme yöntemi ile karakteristiklerinin ve kalite unsurlarının belirlenerek duyuşal değerlendirmelerin coğrafi işaretli ürünlerin devamlılığı açısından öneminin ortaya konmasıdır. Organoleptik analiz ile belirlenen kalite unsurları ile Kars-Ardahan yöresinde coğrafi işaret tescili ile üretilen Kars Kaşarlarının tescil belgesinde belirtilen şartlara uyularak üretilip üretilmediğinin belirlenmesi ve dolayısıyla sürdürülebilirlik perspektifinden değerlendirilmesi çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır.

Çalışma kapsamında tadımı gerçekleştirilen peynirlerin almış oldukları puanların üreticilerin Kars Kaşarı üretim şartlarına sadık kalarak üretim yapıp yapmadığını belirlemek oldukça önemlidir. Aynı zamanda bu çalışmadan elde edilecek sonuçlar, ileriye dönük olarak çeşitli coğrafi işaretli gıda ürününün

organoleptik analiz yöntemi ile değerlendirilebilmesi adına önem teşkil etmektedir.

Çalışma 2019 yılında Kars ilinde Kars Kaşarı üretimi yapan 25 imalathanenin üretmiş olduğu peynir numuneleri ile sınırlı olup, farklı meslek gruplarından oluşan panel üyelerine verilen tadım eğitiminin yeterli ve doğru olduğu varsayılmaktadır.

1.1. Dünyada ve Türkiye’de Coğrafi İşaretleme

Yasalar aracılığıyla geleneksel ve yerel ürün ya da değerlerin korunması anlamına gelen coğrafi işaretleme (Bulut ve Fural, 2018) ilk kez 1883 yılında imzalanan Paris Sözleşmesinde Sinai Mülkiyet Haklarının korunması olarak yer almıştır (Şahin, 2013). İmzalanan Paris Sözleşmesinin ardından 1891 yılında “Aldatıcı Mahreç İşaretlemenin Engellenmesi” konusunu temel alan Madrid Anlaşması imzalanmıştır (Kantarıcı Savaş, 2017). Bu iki uygulamanın ardından 1958 Lizbon Anlaşmasında ise Menşe Adı İşaretleme ilk kez bir düzenlemede kullanılmış ve “coğrafi işaretler” ismi ile bir takım kararlar onaylanmıştır. Onaylanan bu kararların kapsamı Avrupa Birliği ülkelerince netleştirilmiştir (Şahin, 2013). Lizbon Anlaşmasının imzalanmasıyla kurulan Lizbon Sistemi kabul edilmiş ve 1966 yılında yürürlüğe girmiştir. Kurulan sistem ile birlikte üye ülkelerde coğrafi işaretli ürünlere koruma sağlanması hedeflenmiştir. Günümüzde 28 ülke tarafından Lizbon Anlaşmasında kabul edilen sistem, Dünya Fikri ve Sinai Mülkiyet Hakları Organizasyonu Uluslararası Bürosu tarafından yönetilmektedir (Gökovalı, 2007). Kurulan bu sistem haricinde Dünya Ticaret Örgütü’nün kuruluş aşamasında, “Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması” 1994 yılında imzalanmıştır. İmzalanan bu anlaşmaya göre patent, marka vb. hakların korunması hedeflenmiştir. Anlaşmanın 22. ve 24. maddeleri coğrafi işaretlerin, uluslararası anlamda korunmasını hedeflemekte ve belirlenen hükümler Dünya Ticaret Örgütü tarafından yürütülmektedir (Kantarıcı Savaş, 2017; Gökovalı, 2007).

Türkiye’de coğrafi işaretleme ile ilgili ilk uygulamalar ise 1871 “Alameti Farika Nizamnamesi’ne” kadar uzanmaktadır (Şahin, 2013). Günümüz anlamıyla ilk olarak 1995 yılında Dünya Ticaret Örgütüne üye olunması ile başlamış (Öz ve Dönmez, 2018) ve Sinai Mülkiyet haklarında yapılan düzenlemelerle 555 sayılı

“Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname” ile yürürlüğe girmiştir (Kantarıcı Savaş, 2017). Geçen süre içerisinde coğrafi işaretlemenin pek çok alanda önem kazanması ile birlikte 2016 yılında 6769 sayılı “Sinai Mülkiyet Kanununda” coğrafi işaretlemeye yeni düzenlemeler getirilmiştir (Kantarıcı Savaş, 2017). Günümüzde Türkiye’de coğrafi işaretleme işlemlerini yürüten kurum “Türk Patent ve Marka Kurumu” olarak belirlenmiştir (Öz ve Dönmez, 2018).

Türkiye’de 1995 yılında yayınlanan 555 sayılı kanun hükmünde kararname ile birlikte; doğal ürünlerin, tarım, maden ve el sanatları ürünleri ile sanayi ürünleri gibi koşullara uygun tüm ürünlerin coğrafi işaretlerle korunmasına karar verilmiştir. Alınan bu kararlar doğrultusunda, 1996 yılında 25 adet halı dokuması “Sümer Halı Bölge Müdürlüklerinin” başvurusuyla Türkiye’de ilk coğrafi işaret alan ürünler olmuştur (Keskin, 2019). Türkiye’de coğrafi işaretleme ile ilgili işlemlerin yürütücüsü olan Türk Patent ve Marka Kurumu, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı bünyesinde görev yapmaktadır. Türk Patent ve Marka Kurumunun 2020 yılı verilerine göre Türkiye tarafından coğrafi işaret verilen toplamda 743 ürün bulunmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2021). Bu ürünler için Türk Patent Enstitüsün yapmış olduğu gruplama Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Türkiye Tescilli Coğrafi İşaret Ürün Grupları (2020 Yılı Verilerine Göre Belirtilmiştir).

Tescilli Coğrafi İşaretli Ürün Grupları	Yüzde (%)
Yiyecekler için Çeşni/Lezzet Vericiler, Soslar ve Tuzlar	0,8
Peynirler ve Tereyağı Dışında Kalan Sütler	0,9
Fırıncılık ve Pastacılık Mamulleri, Hamur İşleri, Tatlılar	15,5
Bal	1,8
Halılar, Kilimler ve Dokumalar Dışında Kalan El Sanatı Ürünleri	5,3
Peynirler	3,4
İşlenmiş ve İşlenmemiş Meyve ve Sebzeler ile Mantarlar	26,2
Biralar ve Diğer Alkollü İçecekler	1,5
Dondurmalar ve Yenilebilir Buzlar	0,5
Alkolsüz İçecekler	1,1
Dokumalar	4,3
Tereyağı Dahil Katı ve Sıvı Yağlar	1,8
Yemekler ve Çorbalar	20,7

İşlenmiş, İşlenmemiş Et Ürünleri	2,2
Çikolata, Şekerleme ve Türevi Ürünler	4,6
Diğer Ürünler	4,6
Halı ve Kilimler	4,9

Tablo 1’de görüldüğü gibi Türkiye’de coğrafi işarete sahip olan peynirler, toplam coğrafi işaretli ürün sayısına göre %3,4 orana sahiptir. Türkiye’nin coğrafi işaretleme kapsamında koruma altına almış olduğu peynirler, coğrafi işaret türü ve işaretin verildiği şehirler tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Türkiye Coğrafi İşaretli Peynirler

<i>Ürün Adı</i>	Coğrafi İşaret Türü	Şehir
Antakya Carra Peyniri	Menşe	Hatay
Antakya Küflü Sürkü (Çökeleği)	Mahreç	Hatay
Antakya Sürkü (Antakya Çökeleği)	Mahreç	Hatay
Antep Peyniri / Gaziantep Peyniri / Anteğ Sıkma Peyniri	Menşe	Gaziantep
Bolu Keşi	Mahreç	Bolu
Diyarbakır Örgü Peyniri	Mahreç	Diyarbakır
Edirne Beyaz Peyniri	Mahreç	Edirne
Erzincan Tulum Peyniri	Menşe	Erzincan
Erzurum Civil Peyniri	Mahreç	Erzurum
Erzurum Küflü Civil Peyniri (Göğermiş Peynir)	Mahreç	Erzurum
Ezine Peyniri	Menşe	Çanakkale
Grana Padano	Menşe	Desenzo del Grada (İtalya)
Gümüşhane Deleme Peyniri	Mahreç	Gümüşhane
Gelli / Halloumi	Menşe	Lefkoşa / KKTC
Karaman Divle Obruğu Tulum Peyniri	Menşe	Karaman
Kars Kaşarı	Menşe	Kars
Kırklareli Beyaz Peyniri	Menşe	Kırklareli
Malkara Eski Kaşar Peyniri	Menşe	Tekirdağ
Manyas Kelle Peyniri	Mahreç	Balıkesir
Maraş Parmak / Sıkma Peyniri	Mahreç	Kahramanmaraş
Parmigiano Reggiano (Parmesan Peyniri)	Menşe	Reggio Emilia (İtalya)
Pınarbaşı Uzunyayla Çerkes Peyniri	Menşe	Kayseri

Sakarya Abhaz (Abaza) Peyniri	Mahreç	Sakarya
Van Otlı Peyniri	Menşe	Van
Yozgat Çanak Peyniri	Mahreç	Yozgat

Çalışma kapsamında değerlendirilen Kars Kaşarı ilk olarak 1926 yılında Kars'ın Kümbetli Köyü'nde üretilmiştir. Yörenin hayvancılık uygulamalarına uygun olan kaşar üretimi, 1927 - 1933 yılları arasında artmış ve 6 yıllık süre içerisinde 40 imalathaneye kadar ulaşmıştır. Zaman içerisinde bu imalathanelerde çırak olarak çalışan kişiler usta olmuş ve böylelikle geleneksel üretim yapısı korunmuştur. Kars Kaşarı yapımında kullanılan süt, 1600 kadar çiçekli bitkinin bulunduğu bir alanda otlayan hayvanlardan elde edilmektedir. Mayıs - Ağustos aylarında serbest otlayan hayvanlardan elde edilen sütle üretilen Kars Kaşarının lezzet ve aroma özelliklerinin belirlenmesinde önemli olan aldohitler, ketonlar, yağ asitleri, esterler, terpenler, hidrokarbonlar gibi bileşikler bünyesinde barındırmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2020).

Kars Kaşarı üretiminde öncelikle süt 32 - 35 °C'ye kadar ısıtılıp mayalandırılır. Mayalama işleminin gerçekleşip gerçekleşmediği "parmak basma", "bıçak atma" gibi geleneksel yöntemlerle kontrol edilir ve oluşan pıhtılar kırılır. Sonrasında 5 - 10 dk beklenip pıhtılar dibe çökünce yüzeye çıkan su karışımının üstüne serilen çendele bezi ve baskı yardımıyla alınır. Akabinde bez üstünde kalan su ovularak kalan fazla su ayrıştırılır. Ayrıştırma işlemi tamamlanınca peynirler bezden çıkartılıp olgunlaşma işlemi için tezgaha alınır ve parçalara bölünür. Teleme "sulu haşlama" yöntemiyle haşlanır ve küçük parçalara ayrılarak tekrar kalan peynir suyu ortamdan uzaklaştırılır. Haşlama işlemi başlamadan önce peynirler için kalıplar hazırlanır ve sonrasında teleme haşlanır, tuzlanır ve yoğrulur. Yoğurma işlemi sonrasında peynir kalıp büyüklüğünde kesilip göbek bağlatılır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2020).

1.2. Organoleptik Analiz Metodu

Organoleptik değerlendirme, yiyeceklerin bir takım karakteristiklerinin kalitesinin duyu organları aracılığıyla belirlenmesidir (Durlu Özkaya, vd., 2013). Temelde gıdaların "iyilik" ve "kötülük" derecelerini belirlemek için yürütülen organoleptik değerlendirmeler, ürünlerin kalitelerini kontrol

etmek, o ürünleri araştırmak ve/veya yeni ürünler geliştirmek amacıyla gerçekleştirilmektedir (MEB, 2012; Altuğ Onoğur ve Elmacı, 2015). Organoleptik analizler genellikle, piyasaya yeni bir ürün sürüleceği zaman, tüketiminde problem yaşanan bir ürünün beğenilirliğini arttırmak ya da tüketicilerin istek ve beklentilerini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmektedir (Altuğ Onoğur ve Elmacı, 2015; Eminoğlu ve Şenel, 2019).

Yiyeceklerin karakteristik özelliklerinin koklama, dokunma, görme, işitme ve tatma duyularıyla ölçülmesi prensibine dayalı olan duyuşal değerlendirme (Eminoğlu ve Şenel, 2019), analiz edilen ürünlerin duyuşal kaliteleri hakkında bilgiler sunan bir yaklaşımdır (Nakov, vd., 2018). Bu yaklaşımda insan duyuları tıpkı kimyasal bir analizdeki araçların görevini üstlenerek ürünün; dokusu, kokusu, şekli, rengi, kıvamı, lezzet ve aroması hakkında bilgilendirmeler yapmaktadır (MEB, 2012). Bahsedilen bu duyuşal özellikler duyuş organları tarafından belirlenmekte ve yiyeceklerin kabul edilebilirliğini ortaya koymaktadır (Durlu Özkaya, vd., 2013). Gıdaların kabul edilebilirliğini belirlemede dikkate alınan duyuşal özellikler Tablo 3.'de detaylandırılmıştır.

Tablo 3. Gıdaların Organoleptik Özellikleri

Karakteristik Çeşidi	Özellikleri
Lezzet/Koku/Aroma	Tat ve koku algılarının birleşimidir. Gıdalardan çıkan uçucu bileşenlerin kokusu ile dil üzerinde çözünün maddelerin kimyasal algısının tümüdür.
Viskosite/Konsistens ve Tekstür	Viskosite akışkan, konsistens yarı akışkan ve tekstür ise katı gıda maddelerinin halini belirtmektedir. Doku özellikleri açıklanırken kullanılmaktadır. Doku özellikleri parmak hissi ve ağız hissi doku özellikleri olarak ikiye ayrılmaktadır.
Ses	Gıdaların el ile parçalanması, ısırılması, çiğnenmesi esnasında işitilen seslerdir. Gıdaların tazeliği, bayatlığı, gevrekliği gibi konularda bilgi verir.
Görünüş	Tüketicinin gıdalara karşı gerçekleştirdikleri ilk duyuşal değerlendirme kriteridir. Renk, parlaklık, gibi optik özellikler ile şekil, boyut, yüzey dokusu gibi fiziksel özellikleri ifade etmektedir.

Kaynak: Altuğ Onoğur ve Elmacı, 2015.

Gıdalar ile ilgili objektif (kimyasal ve fiziksel) bilgiler pek çok kanal aracılığıyla elde edilebilmektedir. Ulaşılan kimyasal ve fiziksel özellikler (gıda bileşenleri, moleküler yapı) gıdanın sübjektif yani duyuşal özelliklerinin belirlenmesinde etken

olmaktadır (Eminoğlu ve Şenel, 2019). Organoleptik değerlendirmeler, sektörel perspektifle incelendiğinde; hedeflenen sektörü anlamak, üretilecek ürünün öne çıkan özelliklerini belirlemek, ürün geliştirme safhasına gelindiğinde israfı önlemek, kalite sorunlarını gidermek ve raf ömrünü belirleyip maximize etmek amacıyla yürütülmektedir (Iannario, vd., 2012).

Organoleptik analiz ile işleme tabi tutulan ürünlerin genellikle eğitilmiş panel üyeleri tarafından tadımı gerçekleştirilmektedir. Bu tadım ile birlikte gıdaların hem nitel hem nicel özellikleri ortaya konularak analiz gerçekleştirilmektedir. Bu yöntemler kullanılarak yiyeceğin çok yönlü durumu ile hedonik tepkilerini belirlemek, kimyasal ve duyuşal özellikleri arasındaki ilişkiyi tespit etmek mümkün hale gelmektedir (Yang ve Lee, 2019). Belirlenen duyuşal özellikler ve bu özelliklere verilen değerler, bireylerin kültürel, tarihsel, çevresel ve bir takım özel etkenlerin bir araya gelmesiyle ortaya çıkmaktadır. Kompleks bir değerlendirme sürecinin ardından ulaşılan verilerin ölçeklendirilmesi de oldukça önemlidir (Iannario, vd., 2012). Bu bağlamda numunenin çeşitli karakteristiklerinin içeriksel şiddetini belirlemek amacıyla kategori, hedonik ve grafik skalalar olmak üzere üç farklı ölçeklendirme yöntemi kullanılabilir (Durlu Özkaya, vd., 2013).

Organoleptik analiz yöntemi yiyecek-içecek kontrolünde kullanılmaya başlandığı zamandan bu yana tekniğin geliştirilmesi ve yeni uygulamalar eklenmesi adına pek çok çalışma yapılmış ve yapılmaya da devam etmektedir (Durlu Özkaya, vd., 2013). Bu bağlamda organoleptik değerlendirme yönteminin tarihsel süreci incelenecek olursa:

Organoleptik değerlendirme konusunda ilk çalışmaların İngiltere’de 18. yüzyılda “Kadınlar Birliği” tarafından “Gıda Alışveriş Yönergesi” adı altında yayınlandığı görülmektedir. Bu yayında satın alınacak yiyeceğin dikkat edilecek özellikleri ile nasıl kontrol edileceğinden bahsedilmektedir. Ardından 1975 yılında İngiliz Standart Enstitüsü (BSI) duyuşal değerlendirmeler ile ilgili bir sözlük yayınlamış ve 1976 yılında Uluslararası Standart Örgütü (ISO) kapsamında “Duyuşal Analiz Yöntemleri Standartları” hakkında bir taslak yayınlamıştır. Türkiye’de ise 1957 yılından bu yana şarap kalite kontrollerinin duyuşal değerlendirme yöntemi ile yasal çerçeveler içerisinde yürütüldüğünü söylemek doğru

olacaktır. Bunun yanı sıra 1983 yılında TSE 3904 ile birlikte “Tat Duyarlılığı” standardı yayınlanmış ve günümüzde hali hazırda TSE tarafından yayınlanan ve ISO çerçevesinde düzenlenmiş toplamda 28 adet standart bulunmaktadır (Altuğ Onoğur ve Elmacı, 2015).

2. Yöntem

Gerçekleştirilen bu çalışmada Türkiye'nin Kars ilinde 2019 yılı Temmuz ayında 25 farklı imalathanede üretilen coğrafi işaretli Kars Kaşarı örnekleri organoleptik değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Gerçekleştirilen duyu analizler ile 25 farklı imalathanede hazırlanan coğrafi işaret tescil belgesine sahip Kars Kaşarının görünüş, koku/tat, doku, tuzluluk ve genel beğeni düzeylerinin belirlenmesi ile duyu değerlendirmelerin coğrafi işaretli gıda maddeleri açısından öneminin vurgulanması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda 49 panelist ile birlikte duyu değerlendirme gerçekleştirilmiştir. Oluşturulan 49 kişilik panelde 3 kişi eğitimli panelist olup geriye kalan 46 kişilik gruba dört temel tat, tadın değişik yoğunlukları, mutlak eşik ve tanıma eşiği ile koku testleri konularında eğitimli panelistler tarafından eğitim verilmiştir. Aynı zamanda panelistler, Durlu-Özkaya ve Üner'in (2016) “Kars Kaşarında Duyusal Analiz” adlı çalışmasında belirtmiş oldukları Kars Kaşarının sahip olması gereken duyu özellikler hakkında detaylı bir şekilde bilgilendirilmiştir. Değerlendirilen numunelerin kalite özelliklerinin farklılıklarının en doğru şekilde ortaya konulması için farklılık testlerinden, puanlama testi uygulanmıştır.

Farklılık testleri; örnekler arasındaki farklılıkları tespit etmek amacıyla uygulanmaktadır. Temelde analiz edilen numuneler arasında farklılığın mevcut olup olmadığıyla farklılık olması durumunda bu farklılığın şiddeti nedir sorularına yanıt aranmaktadır. Puanlama testi ise, değerlendirilen numuneler arasındaki kalite farklılıkları ile bu farklılıkların miktarlarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Numunelerin kalite unsurlarının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen puanlamada “0” ile “10” arasında bir değer verilmesi gerekmektedir. Genellikle “0” yenilemez, tüketilemez, aşırı zayıf anlamına gelirken, “10” fevkalade, mükemmelin sayısal karşılığıdır (Altuğ Onoğur ve Elmacı, 2015).

Puanlama testlerinde rakamsal olarak ifade edilen puanların karşılıkları Tablo 4.'de sunulmuştur:

Tablo 4. Puanlama Testi

Puan	Tanım
10	Mükemmel
9	Çok iyi
8	İyi
7	Oldukça iyi
6	Sınırın üstünde
5	Sınırdadır
4	Sınırın altında
3	Biraz zayıf
2	Zayıf
1	Çok zayıf
0	Aşırı zayıf

Kaynak: Altuğ Onoğur ve Elmacı, 2015.

Veri elde etmek amacıyla hazırlanan form; görünüş, koku/tat, doku, tuzluluk ve genel beğeni düzeyinin her bir numune için "0" ile "10" arasında bir değer verilerek belirlenmesine yöneliktir. Hazırlanan formda "0" hiç beğenmedim anlamına gelirken, "10" çok beğendimi ifade etmektedir.

Gerçekleştirilen organoleptik analiz sonucunda 25 farklı Kars Kaşarı numunesine dair elde edilen verilerin aritmetik ortalama ile ortanca değerleri belirlenmiştir. Her bir numunenin görünüş, koku/tat, doku, tuzluluk ve genel beğeni düzeylerine göre "en iyi" ve "en kötü" skora sahip numuneler tespit edilmiştir.

3. Bulgular

Çalışma kapsamında farklı yaş gruplarından, 49 panelist ile Kars Kaşarının organoleptik analizi gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar peynir üreticisi, akademisyen, gazeteci, iş adamı, turizmci, organizatör, emlakçı, koordinatör, avukat, aşçı, çiftçi, öğretmen, memur, yönetici, esnaf, sosyolog, mühendis, yazar ve satın alma uzmanı gibi farklı meslek gruplarına dahildir. Çalışmada ağırlıklı olarak Kars ve İstanbul'da ikamet eden bireylerin panelist olarak bulunmasıyla birlikte Türkiye'nin dokuz farklı şehirden ve yurtdışından katılımcılar ile birlikte tadım gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada yer alan katılımcıların demografik dağılımları Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5. Panelistlerin Demografik Özellikleri

Cinsiyet	n	Şehir	n
Erkek	38	Kars	19
Kadın	11	İstanbul	13
Toplam	49	Mersin	3
Yaş	n	Sakarya	3
18 - 25	1	İzmir	3
16 - 35	5	Ankara	2
36 - 41	11	Konya	2
42 - 51	18	Hakkari	1
52 - 61	8	Ardahan	1
62 ve üstü	6	Yurt Dışı	2
Toplam	49	Toplam	49

Durlu-Özkaya ve Üner’in (2016) “Kars Kaşarında Duyusal Analiz” adlı çalışmasında belirtmiş olduğu Kars Kaşarı kalite ve kusur özellikleri göz önünde bulundurularak (Durlu Özkaya ve Üner, 2016), görünüş, koku/tat, doku, tuzluluk ve genel beğeni düzeyi durumları değerlendirilen 25 farklı Kars Kaşarı numunesinin aritmetik ortalama sonucu Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6. Kars Kaşarı Numunelerinin Aritmetik Ortalama Sonuçları

Örnek Kodu	Görünüş	Koku/Tat	Doku	Tuzluluk	Genel Beğeni	Genel Toplam
1	6,80	6,90	6,91	7,06	7,13	6,96
2	6,60	7,40	7,44	7,11	7,55	7,22
3	7,02	6,97	7,00	7,39	8,93	7,46
4	7,10	7,04	5,91	5,97	7,21	6,46
5	7,06	6,78	6,82	7,29	7,19	7,02
6	7,04	7,02	6,85	6,35	7,07	6,86
7	8,08	7,73	7,82	7,86	8,00	7,89
8	7,90	7,62	7,51	7,67	7,79	7,69
9	7,87	7,63	7,76	7,68	8,51	7,87
10	6,86	6,76	6,86	6,86	6,88	6,84
11	6,97	6,61	6,71	6,57	6,71	6,71
12	5,48	5,72	6,43	6,59	6,51	6,14
13	7,58	7,46	7,29	7,75	7,70	7,45
14	8,40	8,11	8,13	9,08	8,26	8,39
15	7,62	7,42	7,13	7,35	7,33	7,37
16	8,12	7,85	7,87	7,78	7,97	7,91
17	7,18	7,51	7,13	6,95	7,53	7,26

18	8,06	7,72	7,55	7,55	7,83	7,74
19	7,39	7,48	7,51	7,68	7,65	7,54
20	8,09	7,58	7,14	7,53	7,75	7,61
21	7,73	7,39	6,53	7,29	7,31	7,25
22	6,44	6,33	6,31	6,82	6,37	6,45
23	7,35	7,47	7,27	7,62	7,57	7,45
24	8,02	7,76	7,66	7,69	7,78	7,78
25	7,92	6,57	7,75	7,37	7,45	7,41

Veriler incelendiğinde tadımı gerçekleştirilen numunelerin arasında görünüş ($\bar{x} = 8,40$), koku/tat ($\bar{x} = 8,11$), doku ($\bar{x} = 8,13$), tuzluluk ($\bar{x} = 9,08$) ile en yüksek değerlere 14. Numunenin sahip olduğu görülmektedir. Genel beğeni düzeyi açısından en yüksek değeri ($\bar{x} = 8,93$) 3. numune almıştır. Tüm değerlerin toplamı ortalamalarının alınması sonucunda en yüksek değeri yine 14. numune almıştır.

Görünüş özellikleri ($\bar{x} = 5,48$), koku/tat özellikleri ($\bar{x} = 5,72$) ve genel beğeni düzeyi açısından ($\bar{x} = 6,14$) en düşük değerlere 12. numune sahip olmuştur. Doku özellikleri açısından ($\bar{x} = 5,91$) en düşük değere 4. numune sahip olurken, tuzluluk özellikleri ile en düşük değere ($\bar{x} = 6,35$) 6. numune sahip olmuştur.

Duyusal değerlendirilmesi yapılan Kars Kaşarı numunelerinden elde edilen verilerin aritmetik ortalama ile birlikte ortanca değerleri de hesaplanmıştır. Numunelere verilen değerlerin ortancaları Tablo 7’de sunulmuştur.

TABLO 7. KARS KAŞARI NUMUNELERİNİN ORTANCA DEĞERLERİ

Örnek Kodu	Görünüş	Koku/Tat	Doku	Tuzluluk	Genel Beğeni
1	7	7	7	7	7
2	8	8	8	8	8
3	7	7	7	8	7
4	7	7	7	7	7
5	8	7	7	8	8
6	7	7	7	8	7
7	8	8	8	8	8
8	8	8	8	8	8
9	8	8	8	8	8
10	7	7	7	7	7
11	7	7	7	7	7
12	7	7	7	7	7
13	8	7	7	8	7,5
14	9	9	9	9	9
15	8	7	8	8	8

16	8	8	8	8	8
17	8	8	8	8	8
18	8	8	8	8	8
19	8	8	8	8	8
20	8	8	8	8	8
21	8	7	8	8	8
22	7	6	6	6	6
23	8	8	8	8	8
24	8	8	8	8	8
25	8	7	7	8	8

Veriler incelendiğinde görünüş, koku/tat, doku, tuzluluk ve genel beğeni düzeyleri açısından en yüksek ortanca değerlere, aritmetik ortalama sonucunda ulaşıldığı gibi 14. numunenin ($X_{ort} = 9$) sahip olduğu görülmüştür. Tüm numuneler için genel bir değerlendirme yapıldığında 1., 4., 6., 10., 11. ve 12. numunelerin değerlerinin ($X_{ort} = 7$) düşük olduğu, geri kalan Kars Kaşarı numunelerinin sahip olduğu ortanca değerlerin kabul edilebilir seviyede olduğu görülmüştür.

4. Sonuç ve Öneriler

Yürütülen araştırma ile Kars Kaşarı için Türk Patent Enstitüsü tarafından belirtilen standartlara uygun olarak değerlendirilen numunelerde aritmetik ortalama ile görünüş, koku/tat, doku, tuzluluk ve genel beğeni düzeyleri ölçülmüştür. Elde edilen bulgular doğrultusunda Kars'ta 25 farklı imalathanede üretilen 25 coğrafi işaretli Kars Kaşarının arasında görünüş, koku/tat, doku ve tuzluluk duyusal kalite özellikleri açısından en yüksek değerlere 14. numune sahip olmuştur. Genel beğeni düzeyi açısından ise en yüksek değere 3. numune sahip olmuştur.

Elde edilen bulgular ile birlikte görünüş, koku/tat ve genel beğeni düzeyleri açısından 12. Numunenin, doku özellikleri açısından 4. Numunenin, tuzluluk özellikleri açısından ise 6. Numunenin en düşük değerlere sahip olduğu belirlenmiştir.

Numunelere yapılan değerlendirme sonucunda ortanca değerler bakımından en yüksek değerlere tüm duyusal özelliklerde aritmetik ortalama olduğu gibi 14. Numune en yüksek değerlere sahiptir. En düşük değerler incelendiğinde aritmetik ortalama sonuçları ile ortanca değerlerin paralellik gösterdiği görülmüştür.

Ulaşılan sonuçlar doğrultusunda yörede üretilen Kars Kaşarlarının büyük bir oranda belirlenen coğrafi işaretli ürün

standartlarına uygun şekilde üretilmeye devam ettiği görülmüştür. Çalışma kapsamında en düşük değerleri alan numunelerin kabul edilebilir kusur özelliklerine sahip olduğu belirlenmiştir.

- Coğrafi işaretli ürünlerin ülke ekonomisi ve tanınırlığına olan katkısı oldukça önemlidir. Koruma altına alınan ürünlerin gelecek nesillere uygun koşullarda aktarılması amaçlanmaktadır. Bu noktada yöresel olarak değerli görülen ürünlerin coğrafi işaretler kapsamında standartlarının belirlenmesi ile birlikte bu standartların uygun şekilde devam ettirilip ettirilmediğinin kontrol edilmesi oldukça önemlidir.
- Gerçekleştirilen bu çalışmanın Türkiye'deki coğrafi işaretli diğer gıda ürünlerinin belirlenen standartlarda duyu özelliklerinin kontrol edilmesi açısından örnek teşkil edeceği düşünülmektedir.
- Coğrafi işaretlerle korunan gıda maddesi üreticilerinin organoleptik analiz konusunda bilgilendirilmesi durumunda ürün standartlarının korunmasının kolaylaştırılabileceği düşünülmektedir.
- Kars ilinde Kars Kaşarı üretimi yapan işletmelerin yerel yönetimlerle kuracakları iş birliği ile festivaller düzenlenebilir. Bu festivaller her yıl Kars Kaşarının üretim sürecini ve bir önceki yılın üretiminden peynirlerin tadım etkinliğini içerisine alan bir konseptte tertip edilebilir. Böylelikle katılımcıların Kars Kaşarının üretim serüveni ile duyu özelliklerini detaylı bir şekilde öğrenmeleri sağlanabilir.
- Düzenlenebilecek olan festivallerin meydana getireceği etki sözlü, yazılı ve sosyal medya platformlarında süreci detaylıca açıklar şekilde tanıtımının yapılması uyandırılacak etkinin çok daha geniş kitlelere ulaştırılmasını sağlayabileceği düşünülmektedir.
- Kars Kaşarının, Türk Mutfak Kültürü içerisinde bulunan yöresel yemekler ile eşleştirilmesini sağlamak adına çeşitli yiyecekler üretilip eğitilmiş panelistler tarafından organoleptik analizi yapılabilir. Böylelikle Kars Kaşarının tüketiminin daha da yaygınlaştırılabileceği düşünülmektedir.

- Kars Kaşarı dahil olmak üzere coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin tescil belgelerinin gözden geçirilerek duyuusal özelliklerinin bu belgelere eklenmesi sağlanabilir. Böylelikle sürdürülebilirliğin sağlanması adına önemli bir adım atılabileceği düşünülmektedir.
- Ürünlerin devamlılığının sağlanması adına denetim mekanizmaları arasında uzman akademisyenler ve sektör temsilcilerinden oluşan bir komisyon oluşturulabilir. Bu komisyonun denetim sürelerinde üretilen ürünlerin organoleptik analizinin düzenli olarak gerçekleştirmeleri ve üretim metotlarına uyulup uyulmadığını tespit etmeleri sağlanabilir. Böylelikle organoleptik özellikleri net bir şekilde ortaya konulan coğrafi işaretli gıda ürünlerinin üretim standartları belirlenmiş ve kalite koşullarının devamlılığı sağlanabilir.

Kaynakça

- Altuğ Onoğur, T. ve Elmacı, Y. (2015). *Gıdalarda Duyusal Analiz*. İzmir, Sidas Yayınları.
- Bulut, İ. Ve Fural, Ş. (2018). "Serik Bıçağı'nın Coğrafi İşaret Tescili Kapsamında Değerlendirilmesi". *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(Özel Sayı), 557 – 580.
- Dikici, A., Koluman, A. ve Aktaş, R.K. (2013). "Gıdaların Coğrafi İşaretlenmesi". *İstanbul Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Dergisi*, 39(1), 136 – 138.
- Durlu Özkaya, F. ve Üner, E.H. (2016). "Kars Kaşarında Duyusal Analiz". *Türkiye'de ve Dünyada Yerel-Geleneksel Peynirler: Kars Kaşarı Coğrafi İşareti Sempozyumu Bildiri Kitabı*, 183 – 193.
- Durlu Özkaya, F., Coşansu, S. ve Ayhan, K. (2013). *Her Yönüyle Gıda*. İzmir, Sidas Yayınları.
- Eminoğlu, G. ve Şenel, E. (2019). "Süt ve Ürünlerinin Duyusal Değerlendirmesinde Kemometrik Yaklaşımlar". *Akademik Gıda*, 17(1), 102 – 110.

- Gökovalı, U. (2007). "Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 141 – 160.
- Hazarhun, E. ve Tepeci, M. (2018). "Coğrafi İşarete Sahip Olan Yöresel Ürün ve Yemeklerin Manisa'nın Gastronomi ve Turizminin Gelişimine Katkısı". *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 371 – 389.
- Iannario, M., Manisera, M., Piccolo, D. ve Zuccolotto, P. (2012). "Sensory Analysis in the Food Industry as a Tool for Marketing Decisions". *Advances in Data Analysis and Classification*, 6(4), 303 – 321.
- Kantarıcı Savaş, S. (2017). "Türkiye'de Coğrafi İşaret Kavramına Genel Bakış". *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(5), 203 – 210.
- Keskin, H. (2019) "Coğrafi İşaretli Yöresel Gıdaların Turistik Destinasyon Pazarlamasına Etkileri – Balıkesir İli Örneği". Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Mercan, Ş.O. ve Üzülmez, M. (2014). "Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği". *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 67 – 94.
- Nakov, G., Komlenic, D.K., Ivanova, N., Damyanova, S., Godjevargova, T. ve Susak, A. (2018). "Sensory Analysis of Biscuits from Einkorn Flour, Barley Flor, Einkorn Flakes and Wheat Flour in Different Proportions and Different Sugars". *In Proceedings of the 9th International Congress Flour-Bread' 17*, 105 – 114.
- Öz, H. ve Dönmez, B. (2018). "Yerel Gıda ve Coğrafi İşaretleme Kapsamında Süryani Şarabı'nın Değerlendirilmesi". *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 260 – 269.
- Polat Üzümcü, T., Alyakut, Ö. ve Adalet Akpulat, N. (2017) "Coğrafi İşaretleme Kapsamında Kocaeli Gastronomik Ürünlerinin Değerlendirilmesi". *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19(28), 132 – 140.

- Polat, E. (2017). "Turizm ve Coğrafi İşaretleme: Balıkesir Örneği". *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 17 – 31.
- Şahin, G. (2013). "Coğrafi İşaretlerin Önemi ve Vize (Kırklareli)'nin Coğrafi İşaretleri". *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 23 – 37.
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı. (2012). "Gıda Teknolojisi, Duyusal Test Teknikleri".
- Tanrıkulu, M. (2007). "Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin Tespiti ve Tescil Edilmesini Önemi". *Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*, 1(2), 173 – 184.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2020) Web: <https://www.ci.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 25.06.2020).
- Vatansever Deviren, N. ve Yıldız, O. (2017). "Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Muğla Örneği". *The Journal of Academic Social Science Studies*, 62, 511 – 523.
- Yang, J. ve Lee, J. (2019). "Application of Sensory Descriptive Analysis and Consumer Studies to Investigate Traditional and Authentic Foods: A Review". *Foods*, 8(2), 54.

MEVLEVİLİKTE MUTFAK VE YEMEK KÜLTÜRÜ

Gül Seray ŞİMŞEK

Yüksek Lisans Öğrencisi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Aydın, Türkiye.
gulseray.simsek@gmail.com

Zeynep ASLAN

Prof. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Aydın, Türkiye. z.aslan.izmir@gmail.com

1. Giriş

Mevlevilik, Mevlana'nın düşünce ve felsefesi ile ortaya çıkmıştır. Mevlana'nın ölümünden sonra ise Mevlevilik tarikatı kurulmuş olup diğer tarikatlardan kendi içerisinde uygulanan belirli kurallar ve ritüeller ile ayrılmıştır. Bu kuralların uygulandığı yer olarak mutfak öne çıkmıştır. Mutfakta uygulanan bu kurallar, Türk mutfağında bilinen ilk "mutfak çalışma kuralları" nı oluşturmuştur. Bu bağlamda mutfak kutsal kabul edilmiş ve dergâhın ruhu olarak görülmüştür (Halıcı, 2007).

Mevlevi mutfağında, mutfak sadece yemek yenen bir yer olarak değil aynı zamanda dergâhta bulunan derviş adaylarının da eğitim yeri olarak görülmektedir. Bu açıdan mutfakta belirli kurallar uygulanmaktadır. Matbah-ı Şerif olarak da adlandırılan mutfakta, yapılan işler sembolik görülmekle beraber asıl amacı dervişlerin ham bir şekilde girdikleri tarikata manevi olarak pişip olgunlaşarak devam etmelerini sağlamaktır (Ceylan ve Yaman, 2018).

Mevlevi mutfağının, Mevlana'nın 13. Yüzyılda bölgede yaşamış olmasından dolayı özellikle Konya ilinde gelişme gösterdiği bilinmektedir (Ertaş vd., 2017). Konya mutfağı, köklü geçmişi olan bir mutfak kültürüne sahiptir. Geçmişte birçok farklı

medeniyete ev sahipliği yapan Konya'nın, günümüzde yapımına devam eden yemekleri o dönemlere dayanmaktadır.

Zaman içerisinde Türk mutfak kültüründe değişimler yaşanmıştır. Bu değişim içerisinde geleneksel mutfağın korunması önem taşımaktadır. Bu nedenle, Mevlevi mutfak kültürü ve Ateşbaz-ı Veli makamının değeri aktarılmalıdır (Aksoy vd., 2016). Bu çalışmada, Mevlevi kültürünü en çok etkileyen olgu olan mutfak ve yemek kültürü incelenmektedir.

2. Konya Mutfak Kültürünün Tarihsel Süreci

2.1. İlk Çağlarda Konya mutfak kültürü

Konya, tarihsel süreç içerisinde birçok farklı medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Konya isminin Luvi kavminden geldiği bilinmekle beraber, yaklaşık 5000 yıl önce "İkkuwaniya", 2500 yıl sonrasında "İkonion", Ortaçağ' da Araplar tarafından "El-Konya, Bizanslar tarafından "Lykonion" ismi kullanılmıştır. Türkler ise "Konya" olarak adlandırmıştır (Seçim, 2019).

Konya, köklü bir kültürel geçmişe sahiptir. Konya'nın geçmişi yaklaşık 13 bin yıl öncesine dayanmaktadır. Çatalhöyük, Konya ve çevresinde kurulmuş olan eski bir yerleşim yeridir. Çatalhöyük medeniyetinin ev sahipliği yaptığı dönemde, bölgede tarım ve hayvancılık yapıldığı bilinmektedir. Konya; Hitit, Frig, Lidya, Pers, Roma ve Selçuklu gibi medeniyetlere de ev sahipliği yapmıştır (Seçim, 2019).

Çatalhöyük, o dönemde var olan diğer uygarlıklar içerisinde gelişmişlik açısından ileri seviyede bir yerleşimdir (Akbulut, 2019). Konya bölgesinde yemeklerin kimliğini ilk etkileyen Çatalhöyük medeniyeti olmuştur. Günümüzde o dönemden gelen et ve tahıl ürünleri Konya mutfağının en önemli unsurlarını oluşturmaktadır (Seçim, 2019). Mercimekli bulgur pilavı, mercimek yemeği, tandır çorbası gibi mercimek ve bulgur ile yapılan yemeklerin Çatalhöyük dönemine dayandığı düşünülmektedir (Halıcı, 2005).

2.2. Selçuklu dönemi Konya mutfak kültürü

Selçuklular, sosyal hayatta toplumun ihtiyaç duyacağı birçok meslekten insanı yetiştirmiştir. Bu meslekler arasında; ekmekçilik, çiftçilik, etçilik (kasaplık) ve aşçılık da yer almaktadır. Selçuklular

döneminde kentte yaşayan gayrimüslimler; kasaplık, şarap üretimi, meyhanecilik ve tarım ile ilgilenmişlerdir (Seçim, 2019).

Konya'nın, Anadolu Selçukluları zamanında başkent olmasının etkisi mutfağa da yansımıştır. Konya mutfağı, Selçuklu mutfağı ile etkileşim içerisinde olmuştur. O dönemde et ve süt ürünleri en çok tüketilen besinler arasında yer almıştır (Akbulut, 2019). Mevlana 13. Yüzyıldaki Selçuklu zamanı Konya mutfağını, o dönemin yiyecek ve sofraya ile alakalı bilgilerine eserlerinde yer vererek günümüze aktarılmasını sağlamıştır (Halıcı, 2005).

Selçuklular, yaşamlarında gösteriş ve lüksten kaçınmakla beraber bu durumu mutfakta da devam ettirmişlerdir. Yemek çeşitliliği, farklı bölgelere göç etmiş toplumların mevcut sadeliğini içermektedir. Bu beslenme düzeninde yer almakta olan ürünler; peynir, yoğurt, kaymak, süt ve etten oluşmaktadır (Büyükipekci, 2019).

2.3. Osmanlı dönemi Konya mutfak kültürü

Osmanlı döneminde, yiyecek-içecek maddeleri pazarlarda satılmakta ve bu Pazar alanları; tahıl, hayvan veya odun pazarı gibi adlandırmalar ile birbirinden ayrılmıştır. Konya mutfağının temelini, Kafkaslar' dan ve Yakın Doğu'dan gelen insanlar oluşturmakla beraber; kendi bölgelerinde yaptıkları ekmek, tutmaç ve ovmaç gibi ürünleri, Konya kimliğine uygun yapmaya devam etmişlerdir. Konya mutfağında önemli bir yeri olan domates ve patates ise Osmanlı Devleti'nin son döneminde yemeklerde yer almıştır (Seçim, 2019).

Selçuklu Devleti'nin yıkılmasından sonra yerine Karamanoğlu Beyliği geçmiştir. Beylik ile Osmanlılar arasında yıllarca süren siyasal sürtüşmeler nedeniyle Konya, yüzyıllar sürececek bir gerileme dönemine başlamıştır. Konya mutfak kültürü de bu durumdan etkilenmiş ve mutfak geleneği değişime uğramadan yaşatılmaya devam etmiştir. Özellikle Konya ova köyleri mutfaklarında bu etki daha fazla görülmüştür (Batu, 2016). Mevlevi mutfağı ise, Konya mutfağını büyük ölçüde etkileyen mutfakların başında yer almıştır (Halıcı, 2005).

2.4. Cumhuriyet dönemi Konya mutfak kültürü

Cumhuriyet'in ilanı ile tarikatlar kapanmıştır. Bununla birlikte Konya mutfağının gelişmesinde aşçılar ve konaklar öne

çıkıştır. Geleneksel yemekler zamanla, anne-kız, kaynana-gelin ve usta-çırak ilişkisi ile birlikte aktarılmıştır. 1960'lı yıllardan sonra ise, Konya'ya özgü sebze ve meyvelerin yetiştirilmesi ve geleneksel yemekleri bilenler azalmış, ekonomik değişimler, teknolojinin gelişmesi gibi nedenler ile de Konya mutfak kültüründe değişiklikler meydana gelmiştir (Halıcı, 2005).

3. Mevlevi Mutfak Kültürü

3.1. Mevlevi mutfağında yeme içme kültürü

Yiyecek, mutfak ve sofraya kavramlarının dervişler için önem taşıdığı bilinmektedir. Ruhsal bir kültürü yansıtan mutfak, sofraya ve yiyecekler dervişler açısından önemli kavramlardır. Yemek ve iştah kontrol etmek, dervişlerin yaşama “az ye, az uyu ve az konuş” düşüncesi ile bakması yönünden dikkat ettikleri bir konudur. Sufilik ve gıda arasındaki ilişki, iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Birincisi maddesel olarak beslenmektir. Bu çile yolu; yiyeceğe, pişirmeye, Sufilerin uyguladığı oruca, beslenmeye, sofraya adabına ve perhiz ile ilgili bütün noktalara dikkat etmeyi gerektirir. İkincisi, ruhsal ve mistik olarak beslenmenin simgeledikleri ile ilgili olup ruhsal beslenmeye daha fazla önem verilmektedir (Ambrosio, 2012).

Mevlevilikte, yeme içme faaliyeti sadece beslenme anlamında değil aynı zamanda ibadetlerin tamamlayıcı bir unsuru olarak da görülmektedir. Bu çerçevede yeme eylemine sembolik anlamlar yüklenerek kutsallaştırıldığı, duaların ve gülbankların (topluca okunan dua) eşlik ettiği sofraların kurulduğu bilinmektedir. Bu durum belirli bir düzen ve kurallar etrafında gerçekleştirilmektedir (Ceylan ve Yaman, 2018). Mevlevî kültüründe, yemeğin pişmesi ile insanın manevî yolculuğu arasında bir benzerlik kurulmuştur ve bunun etrafında bir ritüel ortaya çıkmıştır (İyiyol, 2014).

Mevlevi tekkelerinde “Lokma” adı verilen pilav yapılır ve içerisinde; pirinç, et, soğan, nohut, kişniş ve fıstık bulunurmuş. Bu pilav, Cuma ve bazen de Pazartesi geceleri merasimle pişirilmiştir. Bunun için ayrı ve içinde başka hiçbir şey pişirilmeyen bir kazan bulunur ve beze sarılı olarak ayrı bir dolapta muhafaza edilmiştir. Lokma pişerken mutfağın kapısı kilitlenir, mutfakta kazancı dede ile matbah canlarından başkası bulunmazmış. Lokmanın harcı, yiyecek kişilerin sayısı göz önüne alınarak kazancı dede tarafından belirlenmiştir. Lokma piştiği sürece matbahta hazır bulunanlar

niyaz vaziyetinde dururlarmış. Lokma pişirmeye “lokma basmak” da denirmiş. Lokma pişince kazancı dede kapağını açar, canlar kazanı yere indirir, kazancı da gülbank çekermiş. Yemek vakti gelince sofralar kurulur, herkesin önüne bir tutam tuz konulmuş. Yemekler kaplara servis edildikten sonra yemek vaktini haber vermekle görevli olan derviş yüksek sesle “Hu, lokmaya sala” ya da “somata sala” şeklinde seslenirmiş. Hücrelerden çıkanlar matbaha gelip sofraya oturur ve yemeğe başlarlarmış. Mevleviler yemekte hiç konuşmazlar ve yemek sonunda şeyh, şeyh yoksa aşçıbaşı gülbank çekermiş (Tosun, 2004).

Türk mutfağının zengin yapısı, Mevlevi mutfağında da görülmektedir. Zengin yemek çeşitlerine sahip olmalarına rağmen Mevlevilerin aşçı ya da yemek yazarı olarak ünlü olmalarının nedeni, yiyecek ve içecekler mistik ve manevi bir anlam kazandırmalarından dolayı olduğu düşünülmektedir (Karataş ve Solak, 2019).

Mevlâna'nın eserleri incelendiğinde, 13. Yüzyılda Anadolu'da, sebzelerden pırasa, patlıcan, kabak, kereviz, ıspanak, soğan, sarımsak; meyvelerden elma, ayva, nar, armut, şeftali, incir, kavun, karpuz; baklagillerden börülce, mercimek, fasulye, nohut, bakla; kuruyemişlerden ceviz, badem, fındık, leblebi; süt mamullerinden peynir, yoğurt, ayran tüketildiği görülmektedir. Yufka, tandır ekmeği, etli ekme, börek, çörek, tutmaç, tirit, bal, pekmez, helva, kadayıf, zerde ve şerbet gibi yiyecek ve içecekler de Mevlâna'nın eserlerinde yer almaktadır (Semazen, 2014).

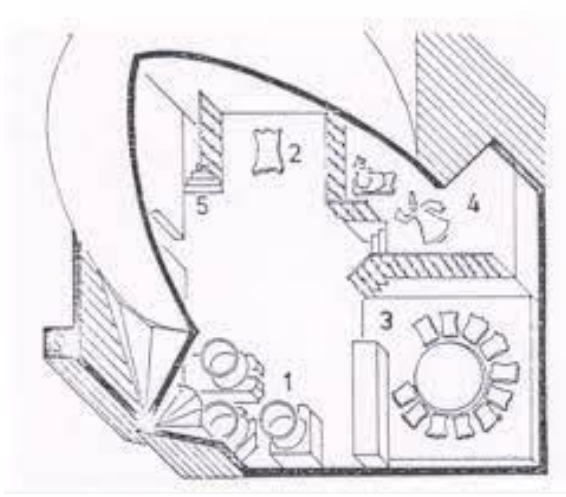
3.2. Matbah-ı Şerif'in özellikleri

Mevlevilikte adetlerin çoğu matbahta vücuda getirilmektedir (Bekleyiciler, 2014). Matbah-ı Şerif; Mevlevilikte manevi eğitimin verildiği, insanın ilim, hikmet ve marifet ocağında piştiği ve olgunlaştığı yer olarak geçmektedir (Arfaguş, 2013). Mevlevilikte mutfak belirli kuralları olan ve farklı görevleri içerisinde barındıran bir yapıdadır. Mutfak, eğitimin başladığı ve bu kuralların uygulandığı mekân olarak kutsal kabul edilmektedir (Halıcı, 2007)

Mevleviler mutfak için “matbah” kelimesini, sofraya ve yemek için ise “somat” ifadesini kullanmışlardır. Mevlevilikte mutfak ve orada pişen yemek kutsal kabul edilmektedir. Matbah, Mevlevi kültürünün ve manevi olarak gelişmenin dervişlere öğretildiği bir

yerdir (İyiyol, 2014). Matbah aynı zamanda Mevlevilik Anadolu'da yayılmadan önce, Mevlevi kültürünün işlendiği ilk yerdir (Bekleyiciler, 2014). Şekil 1' de görüldüğü gibi matbah; ocaklar, saka postu, somathane, sema talim yeri ve çilekeş canlar odası olmak üzere beş ana bölümden oluşmaktadır (Pala Azsöz, 2018).

1.Ocaklar 2. Saka postu 3. Somathane 4. Sema talim yeri 5. Çilekeş canlar odası



Şekil 1. Mevlevi Tekkesi'nde Matbah Şeması

Kaynak: (Pala Azsöz, 2018).

Mutfak, Mevlâna dergâhı içinde Meydan-ı Şerif bölümünün güneydoğu köşesinde yer almaktadır. Matbah, amatör canların ilimle pişirildiği bir çilehane olması nedeniyle büyük önem taşımaktadır. Burada ses ve gürültü çıkartılamamakta, sakinliği bozacak aykırılıklar ve gereksiz sohbetler hoş görülmemektedir (Bekleyiciler, 2014).

Dervişlerin ruhsal eğitimleri mutfakta verilmekte ve dervişler içsel bir değişim geçirmektedir. Dervişlerin ruhsal dünyaları, mutfak işleri ile, pişmek ve tükenmekle benzeşmektedir. Mevlevilikte, mutfağa gösterilen ilgi, mistik bir olguya dönüşmüştür (Ambrosio, 2012).

Mevlevilikte çilesini çıkarmamış tarikat mensuplarına "can" adı verilir. Derviş ve dede ismiyle anılmak için ikrar verip çile

çıkarmak şarttır. İkrar vermek canın kendisini bütünüyle tarıkata adadığını ifade eden bir çeşit söz vermede bulunmasıdır (Demirci, 2007). Ayrıca Mevleviliğe adım atmak isteyen canlar üç gün süresince mutfak çalışmalarını izlemektedir (Halıcı, 2007).

Dergâha katılmak isteyen bir kişi, ailesinin izniyle gelmekte, aşçı dedenin huzuruna çıkmakta, kabul edilirse mutfak girişinin sol tarafındaki yüksek yere serilmiş saka postu üzerinde üç gün oturarak mutfak çalışanlarını izlemektedir. Kalmaya karar verirse kazancı dedenin huzuruna götürülmekte ve kararını bildirmekte, kazancı dede onaylarsa geldiği kıyafetlerle on sekiz gün ayakçılık hizmetleri yapmaktadır (Azsöz, 2016).

Mevlevilikte manevi eğitim, bin bir günlük çileden meydana gelmektedir. Bu manevi eğitimi arzulayan ve bunu gerçekleştirmek isteyen, çileye soyunmak niyetindeki can, bu eğitimini tamamlayana kadar zamanının büyük bir kısmını dergâhın Matbah-ı Şerif adı verilen bölümünde geçirmek zorundadır. Bu bağlamda Matbah-ı Şerif, Mevlevi dergâhının ruhu kabul edilmektedir. Mevlevi dergâhlarında genellikle iki ayrı mutfak bulunmaktadır ve bunlardan biri matbah-ı şerif, diğeri ise günlük mutfak hizmetlerinin görüldüğü normal yemek pişirilen mutfaktır (Arfaguş, 2013).

Dergâh, Farsça “kapı yeri” anlamına gelen bir kelimedir. Dervişlerin ve Şeyhin oturduğu yapıların tümüne Dergâh adı verilmektedir. Matbah, Mevlevi dergâhının içerisinde yer almaktadır ve yemek pişirilen ocaklı yerdur. Aynı zamanda Ateşbaz da denmektedir (Gölpınarlı, 1963).

Dergâhta aşçı dedenin gözetiminde hizmet veren ve kendi içinde kadrolaşmış on sekiz bölümden oluşan bir iş dağılımı vardır (Bekleyiciler, 2014). Matbahta, on sekiz farklı hizmeti veren kişiler ise aşağıda sıralanmaktadır (Gölpınarlı, 1963):

1. Kazancı Dede: Canların edep ve terbiyelerinden sorumlu olup makam sahibidir.

2. Halife Dede: Matbaha yeni girenlere yol, erkân öğretir ve onları yetiştirir.

3. Dışarı Meydancısı: Hücrelerdeki dedelere, Konya’da tarikatçının ve diğere yerlerde aşçıbaşının emirlerini bildirir.

- 4. Çamaşırcı Dede:** Çamaşırları yıkar ve temizliğin takibini yapar.
- 5. Ab-rizci:** Tuvaletlerin, şadırvanın, muslukların temizliği ile ilgilenir.
- 6. Şerbetçi:** Hücreye çıkacak olan canın şerbetini hazırlar ve dedeler matbahı ziyarete geldiklerinde şerbet yapıp ikram eder.
- 7. Bulaşıkçı:** Kap kazağın temizliği ile ilgilenir.
- 8. Dolapçı:** Kalaylanması gereken kapları kalaylatır.
- 9. Pazarcı:** Sabahları pazara inerek alınması gerekenleri alır.
- 10. Somatçı:** Sofraları kurar, kaldırır ve aynı zamanda yerini süpürür, süpürtür.
- 11. İç Meydancısı:** Matbahtaki canlara kahve pişirir, Cuma günleri dedeler matbahı ziyarete gelince onlara kahve yapıp sunar.
- 12. İçeri Kandilcisi:** Kandilleri yakar ve şamdanları temizler.
- 13. Tahmişçi:** Dedelerin ve matbahın kahvesini döver.
- 14. Yatakçı:** Canların yataklarını serer ve kaldırır.
- 15. Dışarı Kandilcisi:** Dışarıda bulunan kandillere, şamdanlara ve mumlara bakar.
- 16. Süpürgeci:** Bahçenin temizliğine bakar, süpürür veya süpürtür.
- 17. Çerağcı:** Matbahın kandil ve şamdanlarına nezaret eder ve türbedarın yardımcısı sayılır.
- 18. Ayakçı:** Ayak hizmetlerinde bulunur, lazım olan şeyleri getirip götürür. Soyunup dervişliğe ikrar verene ilk olarak bu hizmet verilir.

Dergâhta can çok ise, hizmet sahiplerine “refiyk” adı verilen bir yardımcı verilmektedir. Can az ise, iki-üç hizmeti bir kişi görmektedir (Gölpınarlı, 1963).

3.3. Mevlevilikte aşçıbaşı: Ateşbaz-ı Veli

Ateşbaz-ı Veli, Meydan-ı Şerif'te serili olan ve dergâhtaki en yüksek ikinci makamı temsil eden, beyaz renkteki portun dervişidir ve buraya Ateşbaz Makamı adı verilmektedir. Aşçı dede, Şeyh'ten sonraki yetkin görevdeki kişidir. Güçlü bir otoritesi olan aşçı dede,

aşçılığın yanı sıra matbahtaki düzenden ve dergâh giderlerinin muhasebesinden de sorumludur (Bekleyiciler, 2014).

Mevlevi inancına göre, Ateşbaz-ı Veli ermiş bir kişidir. Onunla ilgili şöyle bir rivayet bulunmaktadır: “Bir gün Ateşbaz-ı Veli, Hz. Mevlana’ya: “Ocağı yakacak odun kalmadı” demiş. Mevlâna da ayaklarını kazanın altına koymasını söylemiş. Eyvallah diyen Ateşbaz-ı Veli gidip ayaklarını ocağın içine uzatmış. Parmaklarından çıkan alev anında kazanı kaynatmaya başlamış. Ancak yanar mı diye şüpheye düştüğünden sol başparmağı yanmış. Durumu Hz. Mevlana’ya haber vermişler. Mevlâna gelerek üzüntüyle, “Hay Ateşbaz hay” demiş; o da yanan parmağını göstermemek için sağ ayak başparmağını yanan parmağının üzerine koymuş”. Bu olay semazenlerin semaya başlamalarında attıkları ilk adım ile anılmaktadır (Halıcı, 2005).

Ocak, Mevlevi dergâhının en kutsal yerinden biridir ve Ateşbaz-ı Veli’nin makamıdır. İşe başlanmadan önce ocak temiz ise öpülerek niyaz edilir, temiz değil ise el değiştirilerek ve elin şahadet parmağı öpülerek yapılır. Gülbank yemek ocaktan indirilince çekilir. Ser-tabbah, aşçıbaşı manasına gelmekle beraber yemek yapan kişi anlamına gelmemektedir. Canları manevi olarak pişiren ve olgunlaştıran kişidir (Gölpınarlı, 1963). Gülbanklarda Mevlana’nın aşçısı olan Ateşbaz Veli’ye saygı ve bağlılığı ifade etmesi nedeniyle telmih yapılmaktadır (İyiyol, 2014).

Mevlevilikte, ocak için ayrı bir saygı gösterilmektedir. Ocağa niyaz edilmekte ve baş kesip öpülmektedir. Gülbank, belli bir ritüele bağlı olarak yemek ateşten indirilince çekilmektedir. Somat gülbankı, yenen yemeğe şükür işlevi görmektedir. Topluca yapılan bu dua ile yemeğin bereketlenmesi ve nimetin sürekli olması temenni edilmektedir. Bunun yanında bu dünyada verilen nimetlerin yanında öte dünyaya devam etmesi dileğinde bulunmaktadır (İyiyol, 2014).

Ateşbaz-ı Veli’nin, Mevlâna ile Konya’ya göç sırasında başlayan bir arkadaşlıkları vardır. Dolayısıyla dergâhta, Mevlana’dan sonra Ateşbaz-ı Veli gelmektedir. Ateşbaz-ı Veli’nin asıl adının Şemseddin Yusuf olduğu bilinmektedir. Ateşbaz ismi ateşle oynayan anlamına gelmektedir. Ateşbaz-ı Veli, 1285 yılında hayatını kaybetmiştir. Vefat ettikten sonra kırmızı tuğlalar ile

dünyada ilk ve tek olan anıt mezar inşa edilmiştir (Bekleyiciler, 2014; Seçim, 2019).

Dünyada türbesi bilinen ilk ve tek aşçıbaşı olarak Ateşbaz-ı Veli adına 2010 yılından itibaren İstanbul'da düzenlenen, "Mutfak ve Mutfak Kültürü Ödülleri" yarışması 2014 yılından bu yana "Ateşbaz-ı Veli Mutfak ve Mutfak Kültürü Ödülleri" adını alarak Konya'da düzenlenmektedir (Aksoy vd., 2016).

3.4. Sofra düzeni

Somat, Mevlevi sofrasına denmektedir. Matbahta yemek yenen yere ise "Simat-hane" adı verilmektedir (Gölpınarlı, 1963). Somat, yuvarlak ve büyük bir tahta satıhtır. Ayrıca sofranın 25-30 cm. yükselmesini sağlamak amacıyla, tercihe göre açılıp kapanan üç ayaklı bir iskemle, somatın altına konulmaktadır (Bekleyiciler, 2014).

Sabahları kahvaltı hazır olduğunda taşra meydancısı; "hu sala" diye bağırır. Matbahta yemekler hazır bulunur, dervişler toplanırlar ve kıdem sırası ile mutfağa gelip sofraya otururlar. Öğle yemeği yoktur ve isteyen hücrelerinde kahvaltı yapar. Akşam yemeği için ise mescitten çıkılınca, mutfağa gidilir. Sabah yemek için çorba, sebze ve pilav tüketilir; akşam yemeği ise çorba, et ve pilavdan oluşur (Arfağuş, 2013).

Sofra, bir çember üzerine sini veya yuvarlak bir tahta satıh koyulması ile hazırlanır. Hazırlanan sofranın kenarına peçete olarak kullanılmak üzere uzun ve bütün şekilde peşkir serilir. Kaşıkların sapları sağa ve aşağı bakacak şekilde dizilmesine dikkat edilir. Mevlevilikte bu duruma, "Kaşık Niyazda" veya "Kaşık Şükürde" denilir. "Elifi Somat, Mevlevilikte ince ve uzun yapıya sahip sofraya verilen addır; daha çok kahvaltılarda veya çerez yenileceği zamanlarda kullanılır. Sofraya konulan yemeğin ismine ise "Lokma" denmektedir (Seçim, 2019).

Somatın tam ortasına, yemeğin sıcaklığını koruması için ve yemek yenen kabın hareket etmemesi için nihale (tabak altı) konulur. Su verecek canlar ise, testileri ve bardakları içecek canlara hazır eder. Yemek piştiğinde aşçı dede kazanın başına gelir, niyaz ederek Hakk'tan bereketini diler, kazanın kapağını açar ve canlar kazanı yere indirir. Yemekler hazır olduğunda ise, aşçı dede tabaklara koyar (Bekleyiciler, 2014).

3.5. Sofra adabı

Tekke kültüründe matbahın önemi, Anadolu'daki yemek olgusu ile kendisine farklı bir yer bulmaktadır. Birçok yiyecek ve bu yiyeceklerin tüketilmesiyle ilgili âdet; tarikat yapısını, tarikatın teorik ve felsefi boyutunu açıklayan birer simge olarak kullanılmıştır. Misafire sofraya kurmak ve ikram geleneği Anadolu tekke kültürünün temelini oluşturmaktadır. Sofra, insanları bir araya getiren bir sohbet ve kardeşlik meclisi olarak görülmektedir. Mevlevilikte yemek sadece beslenme eylemi olarak değil, bir ritüel olarak da önem taşımaktadır. Bu bağlamda sofraya olgusuna; eğitim kürsüsü, muhabbet sofrası ve irfan pazarı olarak bakılmış ve tekke geleneğinde insanın eğitilmesi ve sosyalleşmesi boyutunda önemli bir işlev yüklenmiştir (Gündüzöz, 2016).

Sofra adabı, Mevlevilikte hassasiyet gösterilen en önemli noktalardan birini oluşturmaktadır. Mevlevi mutfağında, yemeğin pişirilmesi, sofraya getirilmesi, tabağa servis edilmesi ve yenmesi konusunda her bir aşama ayrı şekilde merasimle yapılmaktadır (Bekleyiciler, 2014). Dergâhta pişirilen çorba, suyu; et ve sebze yemekleri, toprağı; pilav ve börekler, ateşi; pastırmalı yumurta nesli; kaymaklı güllaç ise Allah aşkını temsil etmektedir (Seçim, 2019).

Mevleviler, ellerini yıkamadan yemeğe başlayamazlar. Bu kişisel hijyenden öte manevi temizlik ile ilgilidir. Yemek sadece sağ el ile yenilir. Ayrıca yemek sırasında kişinin yanındakinin dikkatini bozacak bir harekette bulunması yasaktır (Ambrosio, 2012). Mevlevilikte, sofraya yemekler getirilirken bazı kurallar uygulanır. Örneğin, herkesin önüne mutlaka tuz konulur. Bununla birlikte yemeğe tuzla başlamak ve yemeği tuzla bitirmek önemlidir (Seçim, 2019).

Sofraya ilk önce çorba getirilir. Yemek, tek kaptan yenilir ve hiç konuşulmaz. Daha sonra ise canlar şehadet parmaklarını, herkesin önünde ayrı olarak yer alan tuza banar ve yemeğe başlanır. Mevlevi mutfağında sofraya gelen en son yemek, genellikle pilav olurdu (Bekleyiciler, 2014). Mevlevilikte ekmek kutsal kabul edilir. Sofra hazırlanırken önce ekmek sonra kâse sofraya konulur. Ekmek ve et bıçakla kesilmemekte, el ile bölünerek yenilmektedir. Yemek yerken lokmaların çok büyük olmamasına dikkat edilmekle beraber iyice çiğnenir. Yemeği biten

derviş yemeğın bittiğini belirtmek için kaşığıni niyaz pozisyonuna getirir (Seçim, 2019). Yemek yenildikten sonra herkes sofradan kalkar ve yerlerine oturur. Daha sonra ise taşra meydancısı kahve getirir ve yemek faslı sona ermiş olur (Arpaguş, 2013).

3.6. Yemek pişirme teknikleri ve saklama türleri

Mevlevi mutfağında farklı yemek pişirme teknikleri bulunmaktadır. İlk olarak suda pişirme; suda haşlama ve su buharında pişirme olmak üzere iki farklı yöntemle yapılmaktadır. Yağda kızartma; az ve çok yağda olmak üzere iki farklı yöntemle gerçekleştirilmektedir. Fırın, saç, ızgara, közleme ve tandır ise kuru sıcaklıkta pişirme teknikleridir. Yağ-su karışımında pişirme ise tencere yemeklerinde kullanılan bir yöntemdir (Halıcı, 2007).

Mevlâna eserlerinde çeşitli saklama türlerini aktarmaktadır. Bunlar; pekmez, gülbeşeker, tarhana, kavurma, pastırma, sirke, turşu, peynir ve kurutma olarak bilinmektedir. Konya mutfağında buzdolabının olmadığı dönemlerde et, bozulmaması için kavurma yapılarak saklanır. Kavurma, yemek bulunmadığı zaman, salata veya turşu ile birlikte yenilir. Saklama yöntemi olarak gülbeşeker için şeker ve gül yaprakları karıştırılır ve kavanozlara konulur. İstenildiğinde şerbet veya reçel yapımında kullanılır (Halıcı, 2007).

3.7. Mevlevi mutfağında öne çıkan yiyecek ve içecekler

Aşağıda, Mevlâna'nın eserlerinde geçen ve o dönem Konya mutfağında da kullanılan belli başlı yiyecek ve içecekler hakkında bilgi verilmektedir.

3.7.1. Çorbalar

Toyga çorbası: Konya bölgesinde yaşayan halk, bu çorbayı bayram için hazırlamaktadır (Işık, 1992). Hazırlanışı kolay bir çorbadır. Bereketli bir çorba olması nedeniyle toplu davetlerde tercih edilmektedir. Günümüzde yapımı azalmasına karşın geçmişte pişirilmesinin kolay olması, malzemelerinin uygun fiyatlı ve rahat bulunabiliyor olması nedeniyle halk tarafından tüketilen bir çorbadır (Oğuz vd., 2006). Konya'da geçmişte düğün çorbası olarak da kullanılmıştır. Ana malzemeleri ise; nohut, yoğurt, buğdaydır (Seçim, 2019).

Tutmaç çorbası: Günümüzde yapımı Konya mutfağında devam etmekle birlikte Mevlana'nın eserlerinde de sıkça anılan bir

çorbadır. Çorba ilk olarak yoğurt beyazlığında olmakta, sonra üzerine nane yakılarak yeşil renk verilmektedir (Halıcı, 2007). İçerisinde; nohut, erişte ve yeşil mercimek bulunmaktadır (Seçim, 2019).

Mevlana'nın eserlerinde adı geçen ve günümüzde Konya'da yapılan diğer çorba isimleri; işkembe, mercimek, tandır ve tarhanadır (Halıcı, 2007).

3.7.2. Ana yemekler

Mevlana'nın eserlerinde deve, koyun, keçi, dana, öküz gibi hayvanların etlerinin yenildiğinden söz edilmektedir. Et sade olarak kullanıldığı gibi diğer besin gruplarıyla birlikte de değerlendirilmektedir. Türk ve Konya mutfağında olduğu gibi, Mevlevi mutfağında da ana yemek mutlaka etle yapılmakta, etsiz yemek, yemek olarak kabul edilmemektedir (Halıcı, 2007).

Bulamaç aşısı: Bulamaç yeni evlenen kızın evine, annesi tarafından düğün günü yapıp gönderilmesi nedeniyle Konya'da "gelin önü" olarak adlandırılmaktadır. Bulamaç aşısı beraberinde ekmele ile tüketilmektedir (Halıcı, 2007).

Bulgur aşısı: Bulgur aşısı her öğünde pişirilip tüketilen bir yemektir. İçerisinde; domates, biber, soğan, kaymak yağı, sıvı yağ ve bulgur bulunmaktadır (Işık vd., 2005).

Kereviz kalyesi: Günümüzde Konya'da yapılmaya devam eden bir yemektir. Zeytinyağlı ve terbiyeli bir şekilde yapılmaktadır (Halıcı, 2007: 134).

Sülbiye: Akşehir bölgesinde yenilen geleneksel ana yemeklerden biridir. Yapımı ve hazırlanması basit bir yemektir. Günümüzde çok fazla bilinmediğinden lokantalarda ve restoranlarda artık üretilmemektedir (Ertaş vd., 2017). Ana malzemeleri; kuşbaşı kuzu eti, arpacık soğan, tereyağ, salça, tuz ve karabiberdir (Seçim, 2019).

Pekmezli ayva yemeği: Konya'da yapılan yemeklerden biridir. Günümüzde yapımında şeker de tercih edilmektedir. Malzemeleri; ayva, su, sadeyağ, pirinç ve üzüm pekmezidir (Halıcı, 2007).

3.7.3. Salatalar

Cacık: Mevlâna'nın sarımsaklı yoğurdu severek tükettiği bilinmektedir (Halıcı, 2007). Malzemeleri ise; yoğurt, sarımsak, salatalık ve nanedir (Seçim, 2019).

Patlıcan salatası: Patlıcan, Konya'da en çok kullanılan sebzelerden biridir. Patlıcan salatasının içerisinde ise; patlıcan, sarımsak, tuz ve üzüm sirkesi bulunmaktadır (Halıcı, 2007).

Sumaklı soğan piyazı: Soğan, tuz ve sumak ile hazırlanan bir yiyecektir (Semazen, 2014) Mevlana'nın eserlerinde adı geçen sumaklı soğan piyazı, o dönemden günümüze Konya'da tüketilmeye devam etmektedir (Halıcı, 2007).

3.7.4. Tatlılar

Mevlâna döneminde tatlılar, bal ve pekmez ilave edilerek yapılmaktadır. Günümüz Konya mutfağında o dönemin tatlıları yapılmaya devam etmektedir. Helva, Mevlana'nın eserlerinde sıkça yer almakla beraber en sevdiği tatlı olarak bilinmektedir. Bununla beraber helva; sünnet, nişan ve düğün gibi törenlerde özellikle yenilen bir tatlıdır (Halıcı, 2007).

Aşure: Mevlevi geleneğine diğer tarikatların etkisi ile giren aşure, "aş" adı ile de adlandırılmaktadır. Aşure'nin, sufi tarikatları şeyhlerinin bulunduğu yemekte gülbank çekilerek yenildiği bilinmektedir (Gölpınarlı, 1963).

Gül reçeli: Taze gülden yapılan bir reçeldir. Gül yaprağı, limon suyu, şeker ve su ile hazırlanmaktadır (Halıcı, 2007).

Pekmez helvası: Konya'da yapımına devam eden bir tatlıdır. Sadeyağ, un, süt veya su, pekmez ile yapılmaktadır (Halıcı, 2007).

3.7.5. İçecekler

Şerbetler, Konya mutfağında geniş yer tutmaktadır. Bal şerbeti, ballı süt şerbeti, incir şerbeti, nar şerbeti, şekerli süt şerbeti gibi çeşitli şerbetler yapılmaktadır (Halıcı, 2007).

Gül suyu şerbeti: Yapımı özel günlerde devam etmektedir. Gül yaprağı, şeker ve su kullanılarak yapılmaktadır (Halıcı, 2007).

Sirkencübin: Günümüzde yapılmadığı görülmektedir. Bal, üzüm sirkesi ve su kullanılarak hazırlanmaktadır (Halıcı, 2007).

4. Sonuç

Mevlevi mutfağı, Konya mutfağı içerisinde önemli bir yere sahiptir. Kendine özgü kuralları ile Türk mutfağında da dikkat çekmektedir. Mevlâna döneminde yapılan yiyecek ve içecekler, günümüzde Konya mutfağında yapımına devam etmesi açısından önem taşımaktadır.

Matbah kelimesi ile adlandırılan mutfak, sadece fiziksel beslenme için değil aynı zamanda manevi beslenme yönünden önemli görülen bir mekândır. Mevlevilikte yemek bir ibadet sayılmaktadır. Bu yönüyle mutfağa, sofraya ve yemeğe belirli ritüellerin uygulandığı ve kutsallaştırıldığı görülmektedir. Mutfakta her şey nizam ve kurallar içerisinde gerçekleşmektedir. Yemeğe tuz ve çorba ile başlanmakta ve sofrada konuşulmamaktadır. Bu kuralların manevi birer anlamı olup, dervişlerin ibadetinde yer aldığı bilinmektedir.

Mevlana'nın eserlerinde geçen ve 13. yüzyılda Konya mutfağında yapılmakta olan yiyeceklerden; tutmaç çorbası, kereviz kalyesi, sumaklı soğan piyazı, pekmez helvası günümüzde de Konya'da yapımına devam eden yiyeceklerdir. Dergâhta çorba, sebze ve pilav tüketilmekle beraber, ana yemekte mutlaka et bulunmaktadır. Mevlevi mutfağında genellikle bakliyat, sebze-meyve, et ve hamur işi tüketilmektedir.

Aşçı dede gözetiminde mutfakta hizmet veren on sekiz farklı iş bölümü bulunmaktadır. Dergâhta canlar bu hizmetleri vermektedir. Mevlevilikte, ocak kutsal bir konumdadır ve Ateşbaz-ı Veli'nin makamıdır. Ateşbaz-ı Veli'nin ölümünden sonra adına anıt mezar inşa edildiği bilinmektedir. Bu ise dünyada bilinen ilk ve tek aşçı türbesidir. Bu durum Mevlevilikte mutfağa ve aşçılığa verilen önemi göstermektedir.

Ulaş Tekerkaya "Somatçı Fihi Ma Fih" adlı restoranında Selçuklu ve Mevlevi mutfağına ait yemekleri sunmaktadır. Tekerkaya, restoranı ve "Somata Sala" isimli yemek kitabı ile Mevlevi mutfağını günümüzde de yaşatmayı amaçlamaktadır (Anadolu Ajansı, 2020). Bu bağlamda, Mevlevi mutfağında yer alan yiyecek ve içeceklerin, gastronomik bir unsur olarak menülerde daha fazla yer almasının uygun olacağı düşünülmektedir. Mevlevi mutfağı, Türk ve Konya mutfak kültürü içerisinde yer aldığı konum itibarıyla günümüzde de önemini korumaktadır. Mevlevi mutfak

kültürü, gelecek kuşaklara aktarılması gereken bir değer olarak görülmektedir. Ayrıca Mevlevi yemeklerinin tanıtımı üzerine farkındalık yaratılması için detaylı çalışmalar yapılması önerilmektedir.

Kaynakça

- Akbulut, B. (2019). Destinasyon Markası Oluşumunda Gastronomik Kimlik ve İmaj: Konya Örneği. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). T.C. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Ankara.
- Aksoy, M., Akbulut, A. B. ve İflazoğlu, N. (2016). Mevlevilikte Mutfak Kültürü ve Ateşbaz-ı Veli Makamı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1): 96-103.
- Azsöz, G. (2016). Mevlevihanelerde Matbah-ı Şerif. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(5): 31-44.
- Ambrosio, A. F. (2012). *Dervişler Tarihi, Antropolojisi, Mistik Yönü*. İstanbul: Kabalcı Yayıncılık.
- Anadolu Ajansı. (2020). *Mevlevi mutfağını 45 özel tariflerle yaşatmaya çalışıyor*, <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/mevlevi-mutfagini-45-ozel-tariflerle-yasatmaya-calisiyor/1704429> (Erişim tarihi: 21.09.2021).
- Arfağuş, S. (2013). Tekke Mutfağında Nefs Terbiyesi. A. Ögke (Ed.), *Elmalı'da Kişilik Oluşumu ve Nefsin Terbiyesi* içinde (145-167. ss.). Antalya: Akdeniz Kültür ve İletişim Kulübü Derneği.
- Batu, A. (2016). Kültür ve Gastronomi Turizmi Bakımından Konya. *The Journal of Academic Social Science*, 4(30): 20-38.
- Bekleyiciler, N. (2014). *Ateşbaz-ı Veli*. İstanbul: Uğur Tuna Yayınları.
- Büyükipেকci, B. (2019). Gastronomi Turizmi Açısından Mevlevi Mutfağının Konya Turizmine Katkısı. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Konya.
- Ceylan, F. ve Yaman, M. (2018). Ritüele Dönüşen Mutfak: Mevlevi Mutfağı. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(3): 2172-2179.

- Demirci, M. (2007). Bir Eğitim Aracı Olarak Mevlevî Çilesi. *Marife*, 7(3): 105-122.
- Ertaş, M., Bulut Solak, B. ve Kılınç, C. Ç. (2017). Konya'da Mevlevi Mutfağı Yiyeceklerinin Gastronomi Turizminde Canlandırılması. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1: 52-70.
- Gölpınarlı, A. (1963). *Mevlevi Adap ve Erkânı*. İstanbul: İnkılap ve Ata Kitabevleri.
- Gündüzöz, G. (2016). Osmanlı Tekke Mutfak Kültürü ve Mecmuâ-i Fevâid. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi*, 20: 175-205
- Halıcı, N. (2005). *Konya Yemek Kültürü ve Konya Yemekleri*. İstanbul: Rumi Yayınları.
- Halıcı, N. (2007). *Mevlevi Mutfağı*. İstanbul: Metro Kültür Yayınları.
- Işık, N. (1992). *Konya'da Ramazan Yemekleri Üzerine Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ev Ekonomisi Ana Bilim Dalı, Konya.
- Işık, N., Barı, N., Bayrak, E., ve Kesmen, G. (2005). Burdur'un Yeşilova İlçesi Işıklar Köyünün Mutfak Kültürü, *I. Burdur Sempozyumu*, 93-106.
- İyiyol, F. (2014). Mevlevi Gülbankları ve Mevlevi Gülbanklarının İşlevsel Açından Tahlili. *Journal of Turkish Studies*, 9(6): 583-600.
- Karataş, İ. ve Solak, B. (2019). *Mevlevilikte Sofra Adabı*. 20.Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, (1138-1142. ss.). Eskişehir.
- Oğuz, Ö., Aykanat, N. ve Karagöz, A. (2006). *Kentler ve İmgesel Yemekler 2*. Ankara: Gazi Üniversitesi Türk Halkbilimi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayınları.
- Pala Azsöz, G. (2018). Mevlevihanelerde Mekânsal Örgütlenme. *Kırklareli Üniversitesi Mühendislik ve Fen Bilimleri Dergisi*, 4(1): 91-111.
- Seçim, Y. (2019). *Konya Mutfağı (Mutfak Kültürü ve Yemekleri)*. Konya: Literatürk Academia.

Semazen. (2014). *Mevlevi Yemekleri*,
<https://semazen.net/mevlevi-yemekleri/> (Erişim tarihi:
21.09.2021).

Tosun, N. (2004). Tasavvuf Kültüründe Tekke Yemekleri. *Tasavvuf İlmî ve Akademik Araştırma Dergisi*, 5(12): 123-135.

MUTFAK KÜLTÜRÜNDE CEVİZİN FAYDALARI VE CEVİZLİ ÜRÜNLER

Esra ÇAÇUR

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya,
Türkiye esracacur@hotmail.com

Eda GÜNEŞ

Doç. Dr. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak
Sanatları Bölümü, Konya, Türkiye, egunes@erbakan.edu.tr

1. Giriş

Gümüş içeren tek meyve olan ceviz (*Juglans regia* L.), pomolojik olarak sert kabuklu meyve türleri içerisinde yer alan Dicotyledoneae sınıfı Juglandales takımı, Juglandaceae ailesi ve Juglans cinsinde yer almaktadır. Ceviz, başta Akdeniz Bölgesi, Orta Anadolu, Batı Karadeniz ve Ege Bölgesi olmakla beraber son yıllarda ise Güneydoğu Anadolu'da da yetişmeye başlamıştır. Hakkâri, Kahramanmaraş ve Bursa ceviz üretiminde üst sırada yer almaktadır (Bayazit vd., 2016). Ülkemizin iklim koşullarının elverişliliği sebebiyle neredeyse her bölgesinde yetişebilen özellikte bir besin olup; diğer besinler gibi aşı veya ilaç gerektirmeyen yazları güneş sıcaklığında, kışları ılıman veya sert havada yetişebilen meyve türüdür. Bu çalışmada günlük hayatta sıkça tüketilen cevizin beslenme, sağlık üzerine faydaları ve gastronomi alanında kullanım alanları literatür ile desteklenerek açıklanmıştır.

2. Beslenme Açısından Ceviz

Ceviz yağının besin içeriğinde yaklaşık %5-6 doymuş, %47,14 doymamış yağ asidi bulunmaktadır. Bunun da yaklaşık %80'i linoleik asit (omega-6), %20'si ise α -linolenik (omega-3) aside sahiptir. Bunlardan omega-3 yağ asidi beslenme açısından çok önemlidir. Ceviz içinin kül içeriği ise %2 oranındadır. Bu bileşen grubu içinde suda çözünen minerallerden olan kalsiyum

(Ca), magnezyum (Mg), fosfor (P), demir (Fe) ve potasyumun (K) önemli bir yeri vardır (Şahin, 2005). Ceviz içi bileşiminde içerdiği yağ asitlerinden farklı olarak, yağda çözünen vitaminlerden A ve E, suda çözünenlerden B1, B2, C, folik asit, pantotenik asit ve niasinin bulunmasının yanında da folat, antioksidant maddeler ile α -tokoferol ve β -siterol düzeyleri bakımından da günlük beslenme önemli bir yere sahiptir. Yetişkinler için günlük 100 g cevizin besin içeriği açısından alınması gereken: Ca miktarının %10-20'si karşılanabilmektedir, Ca açısından 100 g ceviz günlük ihtiyacı karşılayabilmektedir daha hekimler tarafından 45 g tüketilmesi önerilmiştir bu da yaklaşık yarısına tekabül etmektedir; K açısından öngörülen miktarın $\frac{3}{4}$ 'ünü karşılayabilmektedir; fosfat (fosforun türevi) açısından 1-2 g karşılayabilirken; Fe açısından ise bir avuç yemek beslenme açısından yeterli olacaktır (Şimşek vd., 2016).

2.1. Cevizin Sağlık Üzerine Etkisi

Cevizde bulunan bileşenlerin sağlık üzerine etkilerine bakıldığında içerisinde bulunan polifenoller sayesinde dolaşım sistemini koruyucu etkisi bulunmaktadır ve içerisindeki bileşiklerle damar sertliğinin oluşmasını engellemektedir (Şahin, 2005). Aktioksidan sayesinde kanser riskini azaltabilmekte, kardiyovasküler ve sinir sistemine zararlı Pankinson ve Alzheimer başta olmak üzere güçlü hastalıkların ilerlemesini erteleyebilme veya azaltabilmektedir. Melatonin seviyesi sayesinde uyku düzensizliği gibi sorunların ortadan kalkmasında yardımcı olmaktadır (Reiter vd., 2005).

Gümüşe ihtiyaç duyan tek organ beyindir ve içeriğinde gümüşe sahip olan tek meyve cevizdir. Şekil olarak da beyne benzemesiyle birlikte birbirlerine bağdaştırıldığında insan beyninin sağlıklı çalışabilmesi için ve çocukların zihinsel gelişimini de olumlu etkilediğini araştırmalarla kanıtlanmış olduğu bilinmektedir (Şimşek, 2010).

Bu belirtilen faydalardan farklı olarak yüzyıllardır insanlar cevizi idrar ve taş söktürücü, astım, kronik öksürük, kansızlık, hamilelikte kusmayı önlemek, kilo almak veya sakinleşmek için kullanmaktadır. Ayrıca ceviz yağının kolit ağrılarında, düzensiz adetlerde, saç ve saç diplerindeki sorunlarda ve baş yaralarına karşı kullanıldığı bilinmektedir (Yiğit vd., 2005).

2.2. Ceviz Kabuğu ve Yaprakının Faydaları

Ceviz her bölümüyle yararları bulunan bir besin olup büyük bölümünü kabuk kısmı oluşturmaktadır. İki farklı kabuk kısmı olan cevizin önce yeşil kabuğu var olup zamanla kahverengileşmektedir, bir alt katmanı olan kahverengi kabuk ise sert bir tabakadır ve onun da içinde ceviz ve cevizin zarı bulunmaktadır.

Cevizin en dış kısmını kaplayan yeşil kabuğu kansızlıkta, mide ve göz iltihaplarında, apselerde, saç ve vücut bitlerini arındırmakta, bağırsak kurtlarını öldürmekte, akne ve uçuk tedavilerinde de kullanılmaktadır (Yiğit vd., 2005). Yeşil kabuğun beslenme dışında da sıkılarak elde edilen suyunun kaynatıldıktan sonra sivilceli bölgeye sürüldüğünde yok olabildiği görülmüştür. Kabuktan sonra cevizin taze veya kuru yaprakları ise ince kıyılıp kaynatıldıktan sonra lapa yapıp sürülürse yine sivilce, yaralar ve sismiş salgı bezlerinin iyileşmesine yardımcı olur. Ayrıca yapraklarından, yeşil kabuğundan ve erkek çiçeklerinden elde edilen ceviz merhemi egzama, çiban, cüzzam vb. deri hastalıklarının tedavisinde kullanılmaktadır (Şen, 2011). Yaprakları el ve ayak terlemeleri ve arı sokmaları gibi durumlarda da kullanılabilir (Yiğit vd., 2016). Bundan dolayı her bölümünden farklı faydalar elde edilen bir ürün hakkında birçok çalışmalar yapılmıştır.

2.3. Cevizle İlgili Yapılan Bazı Çalışmalar

Eratalar vd., (2017) bıldırcınlara yaptıkları bir deneyde kurutulmuş ceviz yeşil kabuğu (1 kg/ton), kurutulmuş ceviz yaprağı (1 kg/ton) ve iç ceviz (1 ve 2.5 kg/ton) kullanarak bıldırcın yemlerinde iç ceviz, ceviz yaş kabuğu ve yaprağı kullanımının yumurta kabuk ve yumurta sarısı rengine etkilerini araştırmış ve araştırma sonucunda özellikle ceviz yaprağının yumurta yemlerinde yem katkısı olarak kullanma potansiyeline sahip olduğu tespit edilmiştir. Ahmad vd., (2018) *Paracopium cingalensis* (Heteroptera)'a yaptıkları bir deneyde cevizin hasar ve mevsimsel bolluğun değerlendirilmesi açısından cevizin *P. cingalensis*'in ortalama bolluk değerlerinin maksimum olduğunu ortaya koymuşlardır. Marangoni vd., (2007) 10 bireye günde 4 adet ceviz tüketirerek ılımlı ceviz tüketiminin insan kanındaki Alfa lipoik asit (ALA) ve metabolik türevlerinin seviyeleri üzerindeki etkileri değerlendirmek amacıyla uyguladıkları deneyde kandaki omega-3,

ALA ve Eikozapentaenoik asit (EPA) seviyelerini önemli ölçüde artırdığını ortaya çıkarmışlardır.

Okburan (2015), insanlara günde 40g ceviz tüketilmesiyle hiperlipidemisi olan yetişkin bireylerde ceviz tüketiminin kan parametrelerine etkisine bakmış ve AHA'nın hiperlipidemi için önerileri doğrultusunda beslenen bireylerin ve sadece Alfa Hidroksi Asit (AHA) önerileri ile beslenme alışkanlıklarında değişiklik yapan bireylerin (kontrol grubu) total kolesterol ve düşük yoğunluklu lipoproteini (LDL kolesterol) benzer şekilde ve önemli oranda düşürdüğü sonucuna varmıştır. Zambón vd., (2000) poligenik hiperkolesterolemili 55 erkek ve kadın (ortalama yaş 56) bireylere kolesterol düşürücü Akdeniz diyetinde tekli doymamış yağın bir kısmı için ceviz kullanmak, hiperkolesterolemili erkeklerde ve kadınlarda toplam ve kolesterolde düşük yoğunluktaki proteinlerin (LDL) seviyelerini daha da düşürdüğünü gözlemiştir. Das vd., (2014) böcek istilasının önlenmesi için kısa süreli mikrodalga işleminin cezize etkisine bakıldığında 50-55 ° C (böcekler için öldürücü) sıcaklığa kadar mikrodalga uygulaması yapılmış, peroksit ve Fundus fluoresein anjiyografisi (FFA)'nin kabul edilebilir seviyelere düşmesine neden olduğunu saptamıştır. Tsai vd., (2004) bir hafta boyunca diyetine 30 g ceviz ekleyen kadınların üzerinde yapılan çalışmada ise %25 daha az safra taşı oluşumuna sahip olduğu belirlenmiştir. Araştırmacılar ise bunun sebebinin cevizin yağ profilinden, fitosterollerden ve/veya magnezyum mineralinden kaynaklandığını düşünmüştür. Tapsell vd., (2004) bir çalışmada farklı iki gruptan birine ceviz tüketirip ceviz tüketen grubun yüksek yoğunluklu lipoprotein (HDL) toplam kolesterole oranında görülür artış ve LDL kolesterolde %10 azalış olduğu belirlenmiştir. Iwamoto vd., (2000) Japon bireylerde serum kolesterolüne cevizin etkisi araştırılmış, ceviz diyetindeki erkeklerde toplam kolesterol miktarının %3,8, LDL %8,9 azaldığı, HDL değişmediği; kadınlarda ise toplam kolesterol %4.9, LDL %10.6 ve HDL %1,2 azalma gösterdiği ortaya çıkmıştır. Aynı araştırma sonuçlarında cevizli diyet erkeklerin trigliserit miktarını %1,2 azaltırken, kadınlarda %2,7 arttırmıştır. Böylece cinsiyete göre farklılık olabildiği sonucuna ulaşılmıştır. Ros vd., (2004) ceviz ilaveli diyetlerin temel diyetle beslenmeye göre sistolik ve diastolik kan basıncını biraz düşürdüğü kolesterol üzerine düşürücü etkinin daha da belirgin olduğu saptanmıştır. Serrano vd., (2005) yaptıkları araştırmada %20 ceviz katkısı ile hazırlanan sığır etinin besin

profilini incelendiğinde katkılı ürünün su oranı ve protein miktarında azalma, yağ ve kül içeriğinde artış saptamışlardır. Ayrıca, ceviz katkısının lösin, valin, fenilalanin, arginin ve glutamik asit miktarlarında artış yaptığı izlenmiştir. Ceviz katkısı çoklu doymamış yağ asitleri ile tokoferol miktarını da önemli düzeyde arttırmıştır. Böylece daha sağlıklı bir ürün tüketiminin olanaklı olacağı sonucuna varmışlardır. Dolayısıyla bu kadar çok faydası olan bir ürünün kullanılması şaşırtıcı değildir.

2.4. Mutfak Kültüründe Ceviz Kullanımı

Mutfakta yüzyıllardır sıklıkla kullanılan ceviz, sadece yemiş olarak kullanılmasının dışında faydaları sayesinde hemen hemen her ürüne yakışabildiği için tatlı, tuzlu veya acı olan bütün yiyecek türlerinde kullanılabilen çok amaçlı bir besindir. Gastronomide tatlılarda, yemeklerde, hamur işlerinde, soslarda sıklıkla ve çok amaçlı olarak kullanılmaktadır.

2.5. Cevizli Tarifler

2.5.1. Ceviz Reçeli

Malzemeler: 1000 adet ceviz, 30 kilo şeker bir avuç karanfil ve 2 adet taze limon suyu.

Tarif: Ceviz reçeli için toplanan cevizlerin önce dış kabuklarında bulunan zar soyulur. Bu işlem ile üretim sırasında zarın bariyer oluşturmasını engellenir. Cevizlere daha sonra şiş veya çatal ile cevizin büyüklüğüne göre 2 ile 4 arasında delikler açılır. Delme işlemi, yapılan işlemin cevizin içerisine nüfuz etmesi için yapılır. Bu cevizler acılığının gitmesi amacıyla 7 gün boyunca suya yatırılmaktadır ve suları her gün değiştirilir. Önceden hazırlanan suyun içine taş kireç atılarak kaynatma yöntemiyle eritilip soğumaya bırakılır daha sonra kirecin dibe çökmesiyle üstünde kalan kireç kaymağı denilen kireçli su ayrı bir kazana alınır. Yedinci günün sonunda hazır olan kireç suyuna yatırılır. 8-10 saat kadar süre kireç suyunda bırakılır. Kireç suyunda bekletilen ceviz sertleşir. Bu sayede kaynatma ve bekleme süresince cevizin yumuşaması ve erimesi önlenir. Kireçten çıkartılan cevizler kireçten arınana kadar iyice yıkanarak durulanır. Büyük bakır kazanda kaynatılan suyun içerisine durulanan cevizler atılır ve 5-10 dakika bekletilir sonra çıkartılarak tamamen soğuyana kadar yıkanır. 1000 adet cevizle 30 kilo şekerden şerbet hazırlanır,

kaynatılır ve soğutulur. Soğuk şerbetin içine atılan cevizler 12 saat bekletilip her gün cevizin suyu tamamen gitmesi için kaynatılarak ceviz ile şerbet birbirinden ayrılır. Bu işlem 5 gün tekrarlanır. Son gün ise şerbetle kaynatılan ceviz, kaynamaya başlayınca, 1000 adet ceviz için bir avuç karanfil ile iki adet taze limon suyu kaynayan şerbete ilave edilir. Sıcak bir şekilde kavanozlara konular ve ağzıları kapatılarak ters çevrilir (Sunar vd., 2018).

2.5.2. Cevizli Muhammara

Malzemeler: Ekmek Kırıntısı, Biber ve Domates Salçası, Zeytinyağı, Ceviz, Karabiber, Kimyon, Tuz, Pul Biber, Nar Ekşisi ve Sarımsak.

Tarifi: Tüm malzemeler sos haline gelinceye kadar iyice doğranıp karıştırılır ve isteğe göre malzeme de ilave edilebilir (Avşar vd., 2020).

2.5.3. Cevizli Nokul (Samsun)

Malzemeler: 1 kg un, 250 ml sıvı yağ, 50 gr şeker, 200 ml süt, 200 ml su, 5 gr tuz, 2 adet yumurta, 1 paket maya, 250 ml yoğurt, 1 paket margarin, 250 gr ceviz ve 200 ml üzüm

Tarif: Samsun usulü nokul için ılık suyla mayayı erittikten sonra unun ortasını açıp mayalı suyu, sütü, yağı, margarini, yoğurdu, şekeri, yumurtayı, yumurta akını ve tuzu ilave ederek kulak memesinden biraz sert bir kıvama gelene kadar yoğrulur. Hamurun üzerine bolca un serpip temiz bir bez örttükten sonra mayalanması için üzeri sofr beziyle örtülür. Bir taraftan da bir kapta ceviz, üzüm ve şeker karıştırılır. Maya kıvam alınca hamur portakal büyüklüğünde bezelere ayrılır. Her beze oklavayla yufka büyüklüğünde fakat yufkadan daha kalın açılır. Sıvı yağ ile yufkanın üzeri bolca yağlanır. Harmanlanmış iç malzeme, yufkanın üzerine serpilir. Yufka bir kenarından sarılarak rulo yapılır ve 4-5 cm uzunluğunda kesilir. Yağlanmış tepsiye boşluk kalmadan dizilir. Diğer bezelerle de aynı işlemleri tekrarlanıp en sonunda nokulların üzerine yumurta sarısı sürülüp fırına verilir. 35-40 dakika pişirilir (Karaçar vd., 2017).

2.5.4. Cevizli Lokum

Malzemeler: Yaş Maya, Ceviz, Sıvıyağ

Tarifi: Cevizli lokum tarifi için öncelikle yaş maya ile yumuşak hamur hazırlanır ve hamur kabarması beklenir. İçi için ayıklanmış cevizler dövülür. Hamur kabardıktan sonra küçük bezeler koparılıp merdane yardımıyla açılır. Açılan bezelerin içine sıvıyağ ve ceviz ilave edilerek rulo şekli verilir. Çok kalın olmayan parçalar kesilir ve yağlanmış olan tepsiye iç kısmı üst tarafta olacak şekilde fırına verilir, iyice kızartılır (Demirel vd., 2017).

2.5.5. Cevizli Bat

Malzemeler: Bulgur İçi Dövülmüş Ceviz İçi, Domates, Biber, Soğan, Reyhan, Maydanoz, Dereotu Salamura Bağ Yaprağından.

Tarif: Önce bulgur (düğü) içi yıkanarak su ile ıslatılır. Geniş bir kap içerisinde ayıklanmış soğan, domates (salça) biber doğranır. Reyhan, dereotu, maydanoz ilave edilerek, içerisine dilinmiş ekmekler konulur. İçerisine dövülmüş ceviz ilave edilir. Salamura yaprakları içine hazırlanan iç konur ve ekmekle yenilecek hale getirilip sunum yapılabilir (Sağır, 2012).

2.5.6. Cevizli Yayım

Malzemeler: Un, Yumurta, Zeytinyağ, Tuz, Kıyma, Salça, Ceviz

Tarif: Yayım makarna hamuru şeklinde hazırlanır 3-4 cm uzunluğunda kesilir ince ince kesilir ve kurutulur. Kavrulmuş kıyma ve salça suyla kaynatılarak üzerine bir miktar yayım konularak pişirilir ve üzerine dövülmüş ceviz eklenerek servis edilir (Özmen vd., 2020).

2.5.7. Cevizli Baklava

Malzemeler: Un, Süt, Yumurta, Nişasta, Ceviz, Tereyağı, Su, Şeker

Tarif: Cevizli baklava hamuru, süt ve yumurta ile tutulur. Nişasta ile ince kırk kat yufka açılır. İlk yirmi katın arasına bol ceviz serilip diğer yirmi kat üzerine kapatılır. Tereyağı ocakta köpürtülerek, dilimlenmiş olan baklavanın üstüne dökülür. Baklava tepsi beldenin taş fırınına gönderilerek pişirtilir. Su ve şekerle hazırlanan sıcak şerbet, soğuk baklava tepsisine dökülerek şerbetini çekmesi beklenir (Tunçdöken, 2009).

2.5.8. Susamlı Cevizli Ekmek

Malzemeler: 30 gr susam, 50 gr ceviz, 8 gr düzenleyici, 10 gr aktif kuru maya tozu, 40 gr şeker, 1 kg un

Tarif: Tüm malzemeler karıştırılmıştır. 15 dakika 180°C'de ya da 13 dakika ve 210°C'de pişirilir. Renklendirme için 2 dakika kızartılması yeterli olacaktır (Sen vd., 2013).

2.5.9. Cevizli Kek

Malzemeler: 6 yumurta, 7 yemek kaşığı şeker, 250 g ince öğütülmüş ceviz, yarım bardak un, bir tutam tuz, 1 çay kaşığı limon suyu, isteğe bağlı garnitür

Tarif: Fırın önceden 175°C ısıtılır. Öncelikle yumurta sarısı ile şekeri soluklaşana kadar hafifçe kabartılır. Öğütülmüş cevizler, un ile karıştırılır. Limon tuzu ve tuz ekleyip tekrar karıştırılır. Yumurta akları sert (kuru olmayacak) tepeler oluşana kadar çırpılır sonra dikkatlice ceviz karışımına katılır. 20 cm'lik pasta unlu tepsiyi yağlayıp 40 dakika pişirilir. Biraz soğuması beklenir ve sonra dikkatlice çıkarılır. Üzerine krema, portakal kabuğu ve tatlı meyvelerle süslenebilir (Seitz, 2006).

2.5.10. Cevizli Sucuk (Köme)

Malzemeler: 100 g köme için 25- 30 kg ceviz, dut, su, glikoz, şeker, süt, bal ve un.

Tarifi: Cevizli sucuk yapılabilmesi için ilk adım cevizlerin ipe dizilmesi: Kurumuş cevizler kırılıp kabuklarından ayrıldıktan sonra iğne yardımıyla 30-35 cm uzunluğunda bir ipe dizilir ve ipe dizilmiş cevizler guruplar oluşturarak herleye daldırılmak üzere bekletilir. İkinci adımda herle (pestil olmadan bir önceki sıvı kıvam veya karışımın yumuşak pelte haline gelmesi) hazırlanır: Dutlarda (Üzüm vb. olabilir) çürük, küflü, lekeli, kurtlu veya yabancı bir cisim varsa bunlar ayıklanır. Daha sonra dutlar toz, toprak, ilaç gibi kalıntılarının uzaklaştırılması için suda iyice yıkandıktan sonra kaynatma kazanına alınır. Burada dutlara, yarı yarıya su ilave edilerek 4-5 saat kaynatılır ve sırası çıkartılmak üzere helezonlu pres makinelerine veya ince dokunmuş elekler üzerine dökülür. Elde edilen şıranın bir kısmı herle kazanına, kalan kısım ise çelik kazanlarda muhafaza edilip herle kazanına konan şıranın üzerine su, glikoz, şeker, süt ve bal ilave edilerek kaynatılır. Su ve bir miktar

soğuk sıra, unla mikserde bulamaç hale getirilir. Hazırlanan bulamaç, kaynamakta olan karışıma karıştırılarak yavaşça ilave edilir. Bu karışım yaklaşık 20-40 dakika kısık ateşte ara sıra karıştırılarak kaynatılır ve herle haline yani ne çok akışkan ne de çok katı olmayacak şekilde yumuşak pelte kıvamına gelmesi sağlanır. Kıvama gelince herle 70°C civarına kadar soğuması için beklenir. Muhallebiyi andıran herle çorba gibi sıcak ya da soğuk tüketilebilmekle beraber tabakta ceviz ezmesi ilave edilerek de tüketilebilmektedir. Hazırlanmış herle köme daldırma kazanına alınır ve ipe dizilmiş olan cevizler herleye ilk daldırma yapılır. Herleli cevizler kromdan yapılmış yaklaşık 1 metre boyundaki köme çubuğuna dizilir. Cevizlerden herle akmaya devam ettiğinden çubuğa dizilen herleli cevizler bir süre daldırma kazanının teknesinde bekletilir. Sonrasında tekerlekli köme tezgahına yerleştirilip ilk kurutma olmak üzere sera veya özel ısıtma sistemine sahip odalara nakledilir. Kurutma sırasında odadaki sıcaklık, nem ve havalandırma çok önemlidir aksi halde tavanlarında nem birikintisine imkân verilirse su buharı ürünlerin üzerine düşmesi halinde küflenme ve bozulmaları hızlandırır. İlk kurutma 48 saat kadar sürebilmekle beraber bazen yeterli olmayabilir. Köme büküldüğünde kırılma sesi çıkararak bölünüyorsa birinci kurutma yeterlidir. Bu kurutmanın iyi yapılmaması durumunda cevizlerde erken küflenme oluşabilir. İkinci daldırmada ilkinde olduğu gibi tekrarlanır ardından ikinci kez daldırma yapıldıktan sonra odalarda 10-24 saat arasında kurutulur. Kuruyunca tekrar herleye daldırılır ve yaklaşık ikinci kurutma kadar süresi kadar kurutma yapılır. Bazen herle kalın (un miktarı fazla) olduğunda dördüncü daldırma işlemi yapılmayabilir. Dördüncü daldırma yapılırsa kömeler yaklaşık 24 saat kadar kurutulur. Bu kurutmanın sonunda artık köme elde edilmiş olur. Dördüncü daldırmayı yeterli olmazsa 5 kez daldırma yapılabilir. En son yapılan daldırmada, dövülmüş fındık içi kömenin dış kısmına serpilir veya herleye katılarak daldırılırsa bu kömeye, pikolalı köme denir. İşlemler sonucunda kömenin içerisindeki ip çıkartılır. Genellikle cevizli sucuk yapımı yaklaşık 9 gün sürer. Herlesi ne kadar ince (unu az) ve kurutulması da istenen seviyede olursa ürün yüksek kalitede olur. Kömenin çatlamasının en önemli nedenleri ise; unun fazla, herle etinin kalın ve yeterince kurutulmamasından kaynaklanmaktadır (Kalkışım vd., 2012).

3. Sonuç ve Öneriler

Ceviz sağlıklı bir yaşam için çok önemli bir besindir. Sağlık üzerine etkisi olan ceviz, birçok canlı üzerinde beslenme ve beslenme dışında da çalışmalarda kullanılmaktadır. Bu çalışmalar en çok insanlar üzerinde yapılmaktadır. Özellikle gelişme çağındaki bireyler için hem zihinsel hem de fiziksel faydaları olmakla beraber yetişkin bireylerin de sağlıklarını olumlu etkileyecek bir besin türüdür. Sonuç olarak ceviz ile ilgili yapılan çalışmaların literatürlerine göre cevizin kabukları, yaprakları, içinden ve yağından faydalandığı belirlenmiş ve bu faydaların beslenme, vücut sağlığı, deri rahatsızlıkları ve canlılar dışında da kullanım alanlarının olduğu tespit edilmiştir. Mutfak kültürü açısından da ceviz ve cevizli ürün miktarının fazla olması bolca tüketildiğini belirlememizi sağlamıştır.

Kaynakça

- Ahmad, T., Rasool, A., Rasheed R. ve Gull, S. (2018). Assessment Of Damage And Seasonal Abundance of Paracopium Cingalensis (Lace Bug) (Wal.) on Juglans Regia (Walnut) (Lin.) In Central Kashmir, India, *Uttar Pradesh Journal of Zoology*. 38(3): 74-83.
- Avşar, Ö. Y. ve Seçim, Y. (2020). Suriye Göçmenlerinin Mutfak Kültürü Uyum Süreci; Konya Örneği, *Journal of Recreation and Tourism Research /JRTR* 7(2): 209-221. <https://Doi.Org/10.31771/Jrtr.2020.61>
- Bayazıt, S., Tefek, H. ve Çalışkan, O. (2016). Türkiye’de Ceviz (Juglans Regia L.) Araştırmaları, *Ziraat Fakültesi Dergisi*, 11(1): 169-179.
- Das, I., Shah, N. G. ve Kumar, G. (2014). Properties Of Walnut Influenced by Short Time Microwave Treatment For Disinfestation of Insect Infestation, *J. Stored Prod. Res*, 59, 152-157. <https://Doi.Org/10.1016/J.Jspr.2014.07.005>
- Demirel, H. ve Baydan, S. (2017). Bursa Yeme İçme Kültürü ve Değişimi Üzerine Bir Alan Araştırması, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3): 343-358. <https://Doi.Org/10.21325/Jotags.2017.98>
- Eratalar, S. A., Yaman, A., Okur, N. ve Karadeniz, T. (2017). Bildircin

Yemlerinde İç Ceviz, Ceviz Yaş Kabuğu ve Yaprığı Kullanımının Yumurta Kabuk ve Yumurta Sarısı Rengine Etkileri, *Bahçe*, 46(2): 71-76.

Iwamoto, M., Sato, M., Kono, M., Hirooka, Y., Sakai, K., Takeshita, A. ve Imaizumi, K. (2000). Walnuts Lower Serum Cholesterol In Japanese Men And Women, *Journal of Nutrition-Baltimore and Springfield Then Bethesda*, 130(2): 171-176.

Karaçar, E. ve Doğancılı, O. S. (2017). Gastronomik Değerler Kapsamında Sinop Mutfağına Özgü Bir Değer: Nokul, *VII. Ulusal III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyum Çalışması*. S 15. <https://Doi.Org/10.21325/Jotags.2018.232>

Kalkışım, Ö. ve Özdemir, M. (2012). *Pestil ve Köme Teknolojisi*. (1. Baskı), Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi Gümüşhane Meslek Yüksekokulu.

Marangoni, F., Colombo, C., Martiello, A., Poli, A., Paoletti, R., ve Galli, C. (2007). Levels of The N-3 Fatty Acid Eicosapentaenoic Acid in Addition To Those of Alpha Linolenic Acid are Significantly Raised in Blood Lipids by The İntake of Four Walnuts A Day in Humans, *Nutr. Metab. Cardiovasc. Dis.*, 17(6): 457-461. <https://Doi.Org/10.1016/J.Numecd.2006.02.004>

Okburan, G. (2015). *Hiperlipidemisi Olan Yetişkin Bireylerde Ceviz Tüketiminin Kan Parametrelerine Etkisi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Doğu Akdeniz Üniversitesi. Gazimağusa.

Özmen, N. ve Eren M. (2020). Safranbolu'da Gastronomi Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Bir Araştırma, *Econder Uluslararası Akademik Dergi*, 4(1): 142-168. <https://Doi.Org/10.35342/Econder.698626>

Reiter, R. J., Manchester, L. C. ve Tan D. (2005). Melatonin in Walnuts: Influence on Levels of Melatonin and Total Antioxidant Capacity of Blood, *Nutrition*, 21(9): 920-924. <https://Doi.Org/10.1016/J.Nut.2005.02.005>

Ros, E., Núñez, I., Pérez-Heras, A., Serra, M., Gilabert, R., Casals, E. ve Deulofeu, R. (2004). A Walnut Diet Improves Endothelial Function in Hypercholesterolemic Subjects: A Randomized Crossover Trial, *Circulation*, 109(13): 1609-1614. <https://Doi.Org/10.1161/01.CIR.0000124477.91474.FF>

- Sağır, A. (2012). Bir Yemek Sosyolojisi Denemesi Örneği Olarak Tokat Mutfağı, *Electronic Turkish Studies*, 7(4): 2675-2695. <https://Doi.Org/10.26466/Opus.515339>
- Sen, L., Chunxu, Z. ve Rufu W. (2013). Preparation of Sesame Walnut Bread, *Journal of Shanxi Agricultural University*, 33(1): 72-75.
- Serrano, A., Cofrades, S., Ruiz-Capillas, C., Olmedilla-Alonso, B., Herrero-Barbudo C. ve Jiménez-Colmenero F. (2005). Nutritional Profile of Restructured Beef Steak With Added Walnuts, *Meat Science*, 70(4): 647-654. <https://Doi.Org/10.1016/J.Meatsci.2005.02.014>
- Seitz, P. (2006). My Grandmother is A Walnut Cake: Legacies From The Kitchen, *Journal of Australian Studies*, 30(87): 167-169. <https://Doi.Org/10.1080/14443050609388059>
- Sunar, H., Babat, D., Gökçe H. ve Gökçe F. (2018). Geçmişten Günümüze Farklı Bir Lezzet: Hatay Ceviz Reçeli (Tatlısı) (From Past To Present A Different Taste: Walnut Jam-Dessert), *Journal of Tourism And Gastronomy Studies*, 6(4): 890-899. <https://Doi.Org/10.21325/Jotags.2018.339>
- Şahin, İ. (2005). Sağlıklı Beslenmede Ceviz, *Bahçe*, 34(1): 157-162. <https://Dergipark.Org.Tr/En/Pub/Bahce/46339>
- Şen, S. M. (2011). *Ceviz Yetiştiriciliği*, Ankara: Başak Matbaacılık.
- Şimşek, M. (2010). Selection of Walnut Types With High Fruit Bearing and Quality in Şanlıurfa Population, *International Journal of Physical Sciences*, 5(7): 992-996. <https://Doi.Org/10.5897/IJPS.9000495>
- Şimşek, M. ve Gülsoy, E. (2016). Ceviz ve İçerdiği Yağ Asitlerinin İnsan Sağlığı Açısından Önemi Üzerine Yapılan Bazı Çalışmalar, *İğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 6(4): 9-15. <https://Doi.Org/10.21597/Jist.2016624150>
- Tapsell, L. C., Gillen, L. J., Patch, C. S., Batterham, M., Owen, A., Baré M. ve Kennedy, M. (2004). Including Walnuts In A Low-Fat/Modified-Fat Diet Improves HDL Cholesterol-To-Total Cholesterol Ratios In Patients With Type 2 Diabetes, *Diabetes Care*, 27(12), 2777-2783. <https://Doi.Org/10.2337/>

Diacare.27.12.2777

- Tsai, C. J., Leitzmann, M.F., Hu, F.B., Willett, W.C. ve Giovannucci E.L. (2004). Frequent Nut Consumption And Decreased Risk of Cholecystectomy in Women, *The American Journal Of Clinical Nutrition*, 80(1): 76-81.
- Tunçdöken, F. (2009). Zeytinbağı (Tirilye)'nin Renkli Yemek Mirası, *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(16): 159-166.
- Yiğit, A., Ertürk, Ü. ve Korukluoğlu M. (2005). Fonksiyonel Bir Gıda: Ceviz, *Bahçe*, 34(1), 163-169.
- Yiğit, Y., ve Ay, E. (2016). Fonksiyonel Gıda Özelliğiyle Ceviz ve Kaman Cevizi, *Journal of International Scientific Researches*, 1(2): 27-27. <https://Doi.Org/10.21733/İbad.33>
- Zambón, D., Sabaté, J., Muñoz, S., Campero, B., Casals, E., Merlos, M., Laguna, J.C. ve Ros E. (2000). Substituting Walnuts for Monounsaturated Fat Improves the Serum Lipid Profile of Hypercholesterolemic Men and Women: A Randomized Crossover Trial, *Ann. Intern. Med.*, 132(7): 538-546. <https://doi.org/10.7326/0003-4819-132-7-200004040-00005>

GASTRONOMİDE YÜKSELEN EĞİLİM: UMAMI TRENDİ

Ayşe KAYABAŞI

Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye,
ayse.kayabasi@ogr.deu.edu.tr

Nihan GÖĞÜŞ BAĞIŞ

Dr. Öğr. Üyesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Gıda İşleme Bölümü
İzmir, Türkiye, nihan.gogus@deu.edu.tr

1. Giriş

Beşinci temel tat duyusu olan umaminin resmi olarak Batı'da yakın zamanda kabul edildiği bilinmektedir. Mutfak tarihi açısından bakıldığında, aslında fermente balık sosları, yoğun et ve sebze özleri, 3000 yılı aşkın süredir dünya mutfaklarında varlığını sürdürmektedir (Dinç, 2012: 31; Hartley vd., 2019: 11). Antik Roma'dan *garum* ve *likamen*, Tayland'dan *nam pla*, Vietnam'dan *nuoc mum tom cha*, Endonezya'dan *bakasang*, Filipinler'den *patis* ve İngiltere'den *sığır çayı* dünya mutfaklarından fermente ürünlere örnekler olarak gösterilmektedir (Hajeb ve Jinap, 2015:779; Yoshida, 1998: 215). Tüm dünya mutfaklarında günlük olarak kullanılan birçok besinde doğal olarak umami tadı veren bileşenler bulunmakta ve pişirme, kurutma, tuzlama, tütsüleme, olgunlaştırma gibi işlemler sırasında umami maddeleri ortaya çıkmaktadır. 1825'te Fransız gastronom Brillat Savarin'in, *Lezzetin Fizyolojisi ya da Yüce Mutfak Üzerine Düşünceler* adlı kitabında etli bir tadı *lezzetli, çekici* olarak tanımlamakta ve gastronominin geleceğinin kimyayla bağlantılı olacağını öngördüğü bilinmektedir. Savarin'in bu etli tadı tanımlarken yaptığı lezzetli yorumu, Japonların umami yorumuna benzetilmektedir (Pappalardo, 2014: 2; Mouritsen ve Styrbæk, 2014: 138).

1900'lü yıllara kadar bilimsel olarak kabul edilmiş 4 temel duyu sistemi olduğu bilinmektedir. Fakat 1908 yılında Tokyo Imperial Üniversitesi'nde Kikunae Ikeda isimli bir Kimya profesörü, tadın keşfinden yaklaşık bir asır sonra *umami* olarak

adlandırılacak yeni bir tat duyu sistemi keşfetmiştir. Bu keşiften sonra umaminin dünyaca kabul görmesi için gerekli kriterlere uygunluğu kanıtlanmalıdır. Bilimsel kanıtlara dayandırılarak uygunluğu kanıtlanan umami beşinci temel tat olarak kabul edilmektedir (Karadeniz, 2000: 317; Cömert ve Güdek, 2017: 398). Umaminin keşfi aslında Dr. Ikeda'nın yaşadığı mekansal olaylardan kaynaklanmaktadır. Dr. Ikeda, Almanya'da okurken, mevcut dört temel tat unsurunun yanı sıra başka bir unsurun da olası varlığını fark etmiştir. Sosis, biftek, domates, kuşkonmaz ve peynir içeren Alman usulü ev yapımı yemekler yediği bir zamanda, Almanların vücut boyutlarının Japonlara kıyasla farklı ve büyük olduğunu düşünmüştür. Alman yemeklerinin protein ve yağ açısından zengin, makul miktarda et ve süt ürünleri içerdiği ve pişirme şekillerinden kaynaklandığını fark etmiştir. Ikeda'nın o anda eş zamanlı olarak Japonya'daki ev yemeklerinin tadını anımsatan nostaljik bir tat da algıladığı rivayet edilmektedir. Japonya'ya döndükten sonra ailesiyle *yu-dofu* (konbu'dan dashi suyunda pişirilmiş basit bir güveç yemeği) yerken, Alman yemeklerinde hissettiği nostaljinin aynısını yaşamıştır (Imai, 2015: 64; Ninomiya, 2015: 1).

Ikeda 1908'de kombudaki glutamik asidi izole etme işlemini tamamlayarak 1912'de Amerika'da düzenlenen Uluslararası Uygulamalı Kimya Kongresi'nde *Glutamik asit tuzunun tadı üzerine* başlıklı bir bildiri sunarak umaminin tanınmasında büyük rol oynamıştır. 1985 yılında Hawaii'de düzenlenen ilk uluslararası Umami Tadı Sempozyumu'nda umami teriminin akademide uluslararası bir tanınırlık kazanarak bilimsel bir terim olarak kullanıldığı bilinmektedir. Bu bilimsel çalışmaların, umami üzerine uluslararası organizasyon, çalıştay, forum ve sempozyumların gelişmesine katkı sağladığı bilinmektedir. 1982'de Umami Tadı Araştırma Derneği kurulmuştur. 1985 ve 1990'da Uluslararası Umami Sempozyumu ve 1993, 1997, 2000 ve 2004'te Uluslararası Koku ve Tat Sempozyumu gibi çeşitli bilimsel organizasyonlar düzenlenmiştir (Yamaguchi ve Ninomiya, 1998: 131,132).

2. Umaminin Trendleşme Yolculuğu

Ünlü gastronom Brillant Savarin mutfak alanında keşfedilen her yeniliği yeni bir yıldız keşfetmeye benzetmektedir. Bu açıdan umaminin keşfi de global anlamda yemekten daha çok zevk almaya katkıda bulunmak açısından yeni reçetelerin oluşması için büyük

önem arz etmektedir (Yamaguchi ve Ninomiya, 2000; Fernstrom, 2009:705-706).

Umami, lezzetin Japonca karşılığı bir kelime olması sebebi ile çoğunlukla Japonya ile ilişkilendirilmektedir. Fakat fermente balık sosları gibi yemeklerin ve çeşnilerin kullanımının Antik Roma'ya kadar uzandığı bilinmektedir. Romalıların kullandığı bilinen 4 temel balık sosu bulunmaktadır. Bunlar; *garum*, *liquamen*, *allec* ve *muria* olarak adlandırılmaktadır. Turan (2016) çalışmasında *garum*'un balığın iç organlarının tuz, karabiber gibi baharatlar eklenerek sirke, yağ ve şarap katılarak fermente edilmesiyle elde edildiğini açıklamaktadır. Cömert ve Güdek (2017) çalışmalarında Romalıların *garumu* daha çok tuna ve yılan balığından yaptığını aktarmaktadır. Lopetcharat vd. (2001) yürüttükleri çalışmada fermantasyon sonucunda *garum* gibi balık soslarında serbest glutamik asitlerin ortaya çıktığını ve bu sebeple umami açısından zengin olduğunu belirtmektedir. Ikeda, umamiyi keşfetmeden önce ünlü Fransız şef Auguste Escoffier Paris'te açtığı restoranında hazırladığı özel dana stokta umami tadını elde etmiş ve bu tadı tatlı, ekşi ve acı tatlarla birleştirerek özgün yemekler hazırlamıştır. Fakat bunu belirli bir kimyasal tada göre değil de damak tadı ve lezzet bilgisine dayanarak yaptığı bilinmektedir (Krulwich, 2007; Curtis, 1991: 7; Turan, 2016: 26; Cömert ve Güdek, 2017: 399; Lopetcharat vd., 2001: 74).

Sano (2009) yaptığı çalışmada umaminin trendleşmesinin ilk adımlarını Ikeda'nın attığını belirtmektedir. Bu beşinci tat Ikeda için çok önem arz etmektedir. Çünkü Japonya'nın, Almanya gibi Batı Avrupa'nın büyük güçleriyle rekabet etmesi için Japon beslenmesini ve fiziksel gücünü geliştirmek istemektedir. 1908'de Dr. Ikeda'nın dikkatini Dr. Miyake'nin lezzetli tadın yiyeceklerin sindirimini iyileştireceğini iddia eden makalesi çekmiştir. Ikeda, Almanya'dayken tanımaya başladığı lezzetli öğenin tespitini kendine hedef olarak belirlemiştir. Kendini umami çalışmasına adayan Dr. Ikeda, ana maddesi olduğunu keşfettiği umami unsuru olan glutamattan oluşan baharat üretme yöntemini gerçekleştirerek büyük bir başarı elde etmiştir. 1909 yılında girişimci ve kimyager Saburosuke Suzuki ile iş birliği yaparak *Ajinomoto (Lezzet Kaynağı)* adlı bir şirket kurulmuştur ve burada Ikeda'nın keşfi olan umaminin kimyasal çeşnisi olan MSG seri üretim olarak üretilmeye başlanmıştır (Imai, 2015: 64-65; Sano,

2009: 728). Tracy (2016) yürüttüğü çalışmada Suzuki ve Ikeda'nın Ajinomoto yatırımından sonra, çeşninin diğer temel akımların popüler olduğu mutfak dünyasına kabul edilmesi için zorlu bir mücadeleye girildiğini belirtmiştir. MSG ilk başta Ajinomoto olarak pazarlanmış ve şirket çeşniyi büyük ölçekte satmaya çalışmıştır. Gıda üreticileri ve restoranlar çeşniyi kullanma fikrini geri çevirdiklerinde Ikeda ile Suzuki, Japon burjuvasını hedef almışlar ve MSG'nin modern bir mutfağı temsil ettiği fikrine inandıkları için bilime dayalı bir ürün olarak sunmuşlardır. Her alandaki profesyonelden onay alan Ajinomoto, modern ev kadınlarının dikkatini çekmek için zarif cam şişelerde pazarlanmıştır. Bu pazarlama taktiği MSG'yi kısa sürede Japonya'da bir dayanak noktası haline getirmiştir (Tracy, 2016: 62-63,68,75,98).

Ajinomoto, Japon üretimi olduğu için Japon emperyalizminin bir sembolü olarak görülmüş ve lezzet arttırıcı yetenekleriyle daha az tanınmıştır. Bu politik sebeplerden dolayı Çin'de başka bir zorlu savaşla karşılaşmıştır. 1920'ler boyunca politik sebeplerden dolayı kendini yeniden keşfetmek zorunda kalan Ajinomoto, Çin pazarına girebilmek için bir Çin markası adı altında reklam yapmaya başlayarak Çin'deki tüm pazarları fethetmiştir. Amerikalı ev kadınları Japonya'da bir trend haline gelen MSG pazarlamasından etkilenmemişken, MSG'yi Amerika'ya getirmenin arkasındaki itici güç II. Dünya Savaşı olmuştur (Crago, 2017). II. Dünya Savaşı'nda askerler için verilen konserve ve dondurulmuş yiyecekler hem savaştaki askerlere yetmemekte hem de lezzet açısından tatmin edici bulunmamıştır. Üreticiler ucuza mal ettikleri gıda maddelerini insanların gerçekten yemek isteyecekleri bir gıda maddesi haline nasıl getireceklerini düşünürken MSG'nin ne kadar değerli olduğunu fark etmişlerdir (Kelly, 2017).

2.1. Umami Bileşeni İçeren Besinler

Besinlerin içeriklerinde çok çeşitli kimyasal öge bulunur. Fakat besinlerin kendine özgü var olan tatlarına yalnızca sınırlı sayıda kimyasal öge katkıda bulunmaktadır (Kurihara ve Kashiwayanagi, 2000: 931). Umami bilimsel bir perspektifte, ağırlıklı olarak guanosin monofosfat ve inosin monofosfat gibi amino asitlerin mono sodyum glutamat ve 5'-ribonükleotidler gibi maddelerle açığa çıktığı tattır. Gıdalarda serbest bir şekilde bulunan bu glutamik asit umami tadının en temel elemanı olarak bilinmektedir. Besinlerde çok yaygın bir şekilde bulunan bu

glutamat bir amino asit olmakta ve bitkisel ve hayvansal proteinlerin önemli bir ögesi olarak bilinmektedir. Fermantasyon, olgunlaşma, özellikle de pişirme işlemlerinden sonra birçok besinde serbest formda açığa çıkmaktadırlar. Serbest formda açığa çıkan gıdalar umami açısından en zengin gıdalar olarak bilinmektedir (Yamaguchi ve Ninomiya, 2000: 921; Beauchamp, 2009: 723; Ninomiya, 2015: 1).

Ninomiya (1998:177) yaptığı çalışmada meydana gelişinde, yapısında bulunan glutamat değerinin yüksek olarak bulunduğu ürünleri et, kümes hayvanları deniz ürünleri ve bazı sebzeler şeklinde sıralamaktadır. Rassin vd. (1978: 3) anne sütünde bol miktarda bulunan amino asitlerden dolayı glutamat değerinin yüksek olduğunu bildirmişlerdir. Karl Heinrich Ritthausen bitki proteinlerini araştıran bir biyokimyacıdır. Özellikle 1866 yılında buğday proteinleri üzerine çalışmalar yapmış ve glutamik asidi keşfetmiştir. Yaptığı çalışmada glutamik asidin bütün canlı organizmaların bünyesinde serbest ve bağlı olarak oldukça fazla miktarlarda bulunan bir kimyasal madde olduğu anlaşılmıştır (Yamaguchi ve Ninomiya, 1998: 124). Yürütülen çeşitli çalışmalarda umami tadı oluşurken en önemli faktörün glutamik asidin serbest şekilde bulunduğu grup olduğu belirlenmiştir. MSG, glutamik asit bir sodyum tuzu olarak bilinmektedir ve halk arasında *Çin tuzu* olarak da adlandırılmaktadır. Yiyeceklerde lezzet ve iştah artırıcı olarak kullanılmaktadır. MSG nişasta, mısır, şeker pancarı, melas ya da şeker kamışı fermente edilerek ortaya çıkarılmaktadır (Lölinger, 2000: 918; Lindemann vd., 2002: 844; Dinç, 2012: 26). Halpern (2002) yaptığı çalışma sonucunda ortaya çıkan bu tuzun kendi başına lezzetli bir tadının bulunmadığını belirtmiştir. Bu tadı tarif etmek için genellikle tatsız ve acı, tuzlu veya sabunlu tabirleri kullanılmaktadır (Halpern, 2002: 845).

MSG'nin iştah artırıcı özelliği tesadüfen keşfedilerek, çok düşük oranlarda besinlere karıştırıldığında bile önemli ölçüde lezzet farklılığı yarattığı görülmektedir. Aromatik olarak besinlere az miktarda et aroması katmaktadır. Bu veriler doğrultusunda besinlerde umami tadını yoğunlaştırmak ve güçlendirmek için glutamik asit oranının artırılması gerekmektedir (Ikeda, 2002: 848). MSG özellikle proteince zengin olan hayvansal ve bitkisel besinlerde kullanılmaktadır. MSG hemen hemen tüm cips türleri, bazı sürülebilir yağlar, et suları, hazır çorbalar, tatlı-tuzlu hazır

ürünler, bulyonlar, kürlenmiş etler, işlenmiş et, balık ve tavuk ürünleri, mayonez, baharat karışımları, atıştırılabilir ürünler, soya sosu, miso salçası, domates, mantar, tahıllar, kuru fasulye, ton balığı, uskumru, tuna balığı, kuşkonmaz, kiraz, soya fasulyesi, patates, havuç ve yumurta olmak üzere çoğu besin yelpazesinde yaygın olarak bulunmaktadır MSG'nin tatlı besinlerde etkili olmadığı ve hoş olmayan bir tada yol açtığı bilinmektedir (Dinç, 2012: 26-27). Bu sebepten dolayı glutamik oranının düşük olması ve MSG'nin tatlı besinlerde etkili olmaması meyveleri bu besin yelpazesinin dışında bırakmaktadır. Mutfakta kullanılan çoğu besini uzun süre muhafaza etmek için fermente, kurutma ya da salamura teknikleri sıklıkla kullanılmaktadır. Bu teknikler besinlerin umami içeriğini de artırmaktadır (Umami Information Center, 2009).

Aşağıda verilen Tablo 1'de bazı besinlerde bulunan serbest glutamik asit miktarları verilmiştir.

Tablo 1. Gıda Maddelerinde Serbest Halde Bulunan Glutamik Asit Miktarı

<i>Besin Maddesi</i>	<i>Serbest Glutamik Asit Miktarı</i>	<i>Besin Maddesi</i>	<i>Serbest Glutamik Asit Miktarı</i>
Deniz Ürünleri		Et ve Kümes Hayvanları Ürünleri	
Kelp	1608	Tavuk Eti	22
Nori	1378	Siğir Eti	10
Deniz Tarağı	140	Domuz Eti	9
Kamçatka Yengeci	72	Peynir ve Süt Ürünleri	
Beyaz Karides	20	Parmegiano Reggiano (Parmesan)	1680
Undaria Pinnatifida	9	Emmenthaler	308
Sebze ve Meyve Ürünleri		Cheddar	182
Domates	246	İnsan Sütü	19
Yeşil Bezelye	106	Keçi Sütü	4
Mısır	106	İnek Sütü	1
Kara Orman Mantarı (Shiitake Mantarı)	71	Fermente Fasulye Ürünleri	
Soğan	51	Çekirge Fasulyesi (Batı Afrika)	1700
Lahana	50	Daw dawa Fasulyesi (Batı Afrika)	965
Yeşil Asparagus	49	Douchi Fasulyesi (Çin)	476
Ispanak	48	Natto Fasulyesi (Japonya)	136
Mantar	42		
Avakado	18		
Patates	10		
Tilki Üzümü	5		
Kivi	5		
Elma	4		

Kaynak: Küçükkömürler ve Kaya, 2019: 31

Tablo 1’de yer alan besinlere göre, umami lezzetini bünyesinde en yoğun barındıran deniz ürünleri grubudur. Kabuklu yumuşakçalarda deniz tarağı, deniz yosunlarında kelp (esmer su yosunu), sebzelerde domates, meyvelerde avokado ve peynir grubunda ise parmegiano reggianoda (parmesan) bol miktarda umami lezzeti bulunmaktadır. Süt grubunda ise insan sütü glutamik asit miktarı en fazla gıda maddesidir. Fermente fasulye grubunda çekirge fasulyesi diğer fasulye türlerine göre bünyesinde daha fazla miktarda glutamik asit barındırmaktadır. İnek sütünde glutamik asit oranı 1 iken parmesan peynirinde bu oran 1680 olarak görülmektedir. Bunun sebebi ise fermantasyona uğrayan gıda maddelerinde umami oranının ciddi oranda artmasından kaynaklanmaktadır.



Şekil 1. Umami Tadını Veren İçeriklerin Ülkelere Göre Dağılımı

Kaynak: Ajinomoto Türkiye, 2018

Şekil 1’de Ajinomoto Türkiye’nin yayınladığı dünya haritasına göre ülkelere ait umami tatları verilmiştir. Harita, yerel ürünleri, popüler yiyecekleri ve tatları tanıtırken, tüm dünyada umaminin yaygın olduğunu da vurgulamaktadır. Doğu’da umami ürünleri balık, sebze ve tahıllardan yapılırken, Batı’da süt ürünleri, et ve domates umami kaynaklarıdır. Umami içeren lezzetler aynı zamanda ülkelerin coğrafi konumları, iklimleri gibi farklı faktörlere göre de değişiklik gösterebilmektedir.

2.1.1. Beynin Umami Algısı

Lezzet kavramı, besinlerin tüketilmesi esnasında beş temel duyu sisteminin de yardımıyla algılanması olarak tanımlanmaktadır. Tüm duyu sistemlerinin (duyma, görme, koklama, tatma ve dokunma) her birinin lezzet kavramının üzerinde kendine özgü özellikler oluşturdukları bilinmektedir (Karadeniz, 2000: 317). Lezzet kavramının algılanmasında diğer duyu sistemlerinden daha fazla öne çıkan iki duyu sistemi vardır. Bunlar; tatma ve koklamadır. Duyma, görme ve dokunma da lezzet kavramını algılama da diğer öne çıkan iki duyu sisteminden sonra önemli ölçüde bir etkiye sahiptir. Tat kavramı ise lezzetle çok karıştırılan ama lezzet kavramından farklı olan bir diğer kavram olarak bilinmektedir. Kelime kökeni olarak tat kavramı, Latince "sapor" kelimesinden gelmektedir. Besinlerin farklılıklarına göre birbirinden ayrılması olarak tanımlanmaktadır. Bu kavramı, besinlerin fiziki algısını ve kimyasal değişimlerini değerlendirebilme özelliği taşımasının yanında duyu ve objektif bir izlenim olarak tanımlanmaktadır (Küçükkömürler ve Kaya, 2019: 31).

Tadı algılamadaki en büyük aracımız dil olarak kabul edilmektedir. Fakat tat alma sürecinin yönetimi dilden daha çok beyinle alakalandırılmaktadır. Beyinde bulunan *insula* bölgesi *ana tat zarı* olarak adlandırılmaktadır. Bu bölgede tat algılanmakta ve yorumlanmaktadır. Bir besin ağza alındıktan sonra tat alma süreci başlamaktadır. Ağza alınan besin tükürükteki birçok enzim sayesinde parçalanarak ayrıştırılmakta ve içerisindeki bileşenler dilin üstünde yer alan papillalar (dildeki pütürler) ile temasa geçmektedir. Bu papillalar ve beyin arasında bir etkileşim oluşmaktadır. Beyin, papillalardan iletilen çeşitli tatları değerlendirerek ayrıştırmaktadır. Bu değerlendirmeyi tatlı, bitter (buruk/acımtırak), tuzlu, ekşi gibi kategorilere ayırmakta ve beyindeki tat merkezlerine göndermektedir. Beyin aynı zamanda bir anı kutusu görevi görmektedir. Deneyimlenen besinleri tatlı/tatsız, lezzetli/lezzetsiz olarak kategorize etmekte ve her şeyi kaydetmektedir. Beynin bu özelliği ile tat algısının öğrenilmiş olduğu ve genetik yollarla bir geçiş sağlanmadığı anlaşılmaktadır. Öte yandan katı veya sıvı maddelerle, bu tada hassaslaşmış bölgelere yönelik yapılan tat alma denemeleriyle tat duyu sistemi eğitilebilmekte ve bu duyu sistemi üzerindeki ustalaşma düzeyi

artırılabilir (Altuntecim: 2017; Batu, 2017: 30; Hall, 2016: 666; Yeomans ve Masic, 2017:140).

Tat algısı üzerine nörologlar, psikologlar, biyologlar, biyokimyacılar ve şefler gibi birçok disiplinin araştırmaları yapıldığı bilinmektedir (Klosse, 2019: 12). 2006 yılında Amerikalı beyin bilimci Gordon Murray Shepherd yayınladığı bir makalede *nörogastromi* kavramından bahsetmektedir. Bu kavram besinleri hazırlarken beş duyu sistemi ile beyin ve tat algısı arasında bir köprü kurmanın olası olduğunu aktarmaktadır. Bu köprü ile bireyler besinleri beyinlerinde lezzet seviyesini daha yüksek olarak da algılayabilmektedirler (Uslu ve Sözen, 2019: 62; Yılmaz vd., 2021: 146). Bireyler çok lezzetli yemekler tatmak isterler fakat bu isteğin sebebinin bir türlü anlayamazlar. Bu kısımda umami etkili bir faktör haline gelmektedir. Umaminin ana bileşeni olan mono sodyum glutamatın iştah artırıcı bir etkisi olduğu bilinmektedir. Yapılan bir çalışmada bazı bireylerin umami bakımından zengin besinleri sevdikleri ve öncelik olarak bu besinleri seçtikleri bildirilmektedir. Bireylerin umami açısından zengin içerikli besinleri sevmesi, bireylerin mono sodyum glutamatı algılama seviyesi ve sevmesiyle doğrudan ilişkili olabilmektedir (Kristy, 2005).

Yeomans ve Masic (2017) yürüttükleri bir çalışmada umaminin beyin diğer dört temel tat gibi algılayıp algılamadığının incelendiğini aktarmaktadır. Çalışma sonucunda beyin amino asitlere karşı verdiği tepkilerle mono sodyum glutamata verdiği tepkilerin benzer olduğu aktarılmaktadır (Yeomans ve Masic, 2017:162). Steiner (1987)'in bireylerin umaminin ana bileşeni olan mono sodyum glutamatı sevmelerinin sebebinin doğuştan olabileceğine dair bir çalışma gerçekleştirdiği bilinmektedir. Bu çalışmada yeni doğanlara direkt olarak ya da çorba suyuna karıştırılmış mono sodyum glutamat vermektedir. Bunu verdiği yeni doğanların yüz ifadelerine göre beğenip beğenmemeye olgusunu tespit etmeyi amaçlamaktadır. Çalışma sonucunda direkt olarak verilen mono sodyum glutamatın olumlu yüz ifadeleri ortaya çıkarmadığı fakat çorba suyuna karıştırılan mono sodyum glutamatın daha olumlu yüz ifadeleri ortaya çıkardığı aktarılmaktadır. Kondoh ve Torii (2008) yürüttükleri çalışmada umami içeren besinlerin tüketilmesinin vücutta sindirim sıvılarını ve insülin salgılanmasını artırdığını bildirmektedir. Böylece

diyetlerde umami içeren besinler kullanılıp enerji artışı oluşturularak obezitenin bastırıldığı iletilmektedir (Kondoh ve Torii, 2008: 1831-1832). Murphy (1987) yaşlılar üzerinde inceleme yaptığı bir çalışmada bireylere umami içeren ve içermeyen bir çorba vererek bu çorbaların geri dönütlerini genç deneklerin geri dönütleri ile karşılaştırmaktadır. Bunun sonucunda yaşlılar da gençlerde umami içeren çorbayı daha çok tercih ettiklerini fakat yaşlılardan tercih edenlerin daha yüksek sayıda olduğu bildirilmektedir. Bunun sebebi yaşlılardaki duyuvarın azalması ve kaybolması ile ilgilidir. Aynı zamanda umaminin açığa çıktığı besinlerdeki sodyum oranı azalmaktadır. Bu azalmanın sebebi umaminin besinlerdeki tuzluluğu ve acılığı azaltmasından, tatlılığı da kısmen dengelemesinden ileri gelmektedir. Umaminin bu özelliğinin sodyum azaltmalı diyetlerde kullanıldığında böbrek yetmezliği ve hipertansiyon hastaları için sağlıklı sonuçlar sağlayabileceği düşünülmektedir (Murphy, 1987; Marcus, 2007: 209). Spence vd. (2014) yürüttükleri bir çalışmada uçuş sırasında bireylerin umami açısından zengin olan domates suyu ya da popüler bir umami kokteyli olan Bloody Mary sipariş ettiklerini aktarmışlardır. Çeşitli çalışmalar sonucunda bunun sebebinin ise gürültünün koku algısını ve tatlılık-tuzluluk algısını bastırmasında kaynakladığı ortaya çıkmıştır. Mono sodyum glutamatın gürültüden en az etkilendiğini ve bu bileşenin de en fazla umami içeren besinlerde açığa çıktığı sonucuna ulaşmaktadır (Spence vd., 2014: 1-4). Yapılan araştırmalar sonucunda umami içeren besinlerin tokluğu artırdığı böylece iştah ve besin alımının kontrolünde önemli bir rol oynadığı bildirilmektedir (Rolls, 2009: 806)

2.1.2. Yiyecek Sektöründe Umami

Umami giderek daha fazla popülerleşmekte ve dünya medyasında da büyük bir yere sahip olmaktadır. Bu popülerite yiyecek sektöründe parayla güçlü bir bağ oluşturmuştur (Solt, 2014: 6). *Ivan Orkin* isimli bir girişimci New York'ta doğup büyümesine rağmen umaminin popüleritesini ABD basınından takip edip araştırmış ve *Ivan Ramen* isimli bir restoran açmıştır. *Bon Appétit* adlı dergi ile yaptığı röportajda rameni *mükemmel dengelenmiş bir umami bombası* şeklinde tanımlamaktadır. Ramenin tipik unsurlarının yanında soya sosu ve miso ile farklı dashiler kullanılarak can alıcı bir kombinasyon elde edilmiş ve

umami açısından zenginleştirilmiş ramen tarifleri ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra bu restoranların konsepti gereği yemeğin tarihçesi anlatılarak Japonların geleneksel yemek lezzetlerinin tanıtılması umaminin geniş çapta tanınmasına önemli ölçüde katkı sağlamıştır (Imai, 2015: 66-67). Globalleşen ve artık üzerine tarifler yaratılmaya başlanan umami faktörü için birçok şef, girişimci, işletmeci Japon mutfak kültürünü ve umami tatları nasıl açığa çıkaracaklarını Japonya'ya giderek öğrenmeye başlamışlardır. Adam Fleischman isimli işletmeci 2009 yılında Los Angeles'ta Umami Burger'i kurmuştur. Fleischman'ın amacı dikkate değer umami tatları içeren bir burger yaratmanın yolunu bulmaya çalışmaktır. Bu burgerde olgun domatesler kullanmak yerine soya bazlı bir sosla pişirilmiş domatesler kullanılmaktadır. Normal burgerlerde bulunan kaşar yerine bu burgerde parmesan bulunmaktadır. Bu yeni burger reçetesinde trüf mantarı ve ketçap bulunmaktadır. Bu burger reçetesi tamamen umami üzerine kurulu bir reçete özelliğine sahiptir. İlk şubesini 2009 yılında Los Angeles'ta açan ve zincirleştiren Umami Burger, Chicago, New York, California, Meksika, Japonya ve Bahamalar'a dağılmış bir düzineden fazla lokasyonda başarılı bir girişim olmuştur (Umami Burger, 2016; Alkin, 2013). Umami artık global çapta kesin olarak kabul görmekte ve tüm dünyada trend olmaktadır. Şef Murata 2012 yılında çıkardığı *Salad* adlı yemek kitabında küreselleşme sürecinde bulunan Japon mutfak kültürünün takdir edilmesinde umamiye ne kadar vurgu yapıldığından bahsetmektedir. Şef Murata kitabının girişinde, umaminin Japon mutfağındaki önemini dünyadaki tüm mutfaklardan farklı olarak Japon mutfağının temel dayanağının umami olduğunu, bu temele dayandırılarak mutfağın geliştirildiğini ve bir temele dayalı olarak gelişen tek ülke olduğunu aktarmaktadır. Yemek kitabındaki bilgi ve tariflerinde özellikle umamiyi açıklamak için düzenlenmiş bir düzineden fazla tarif bulunmaktadır (Murata, 2012: 9).

Kendine has ve inkâr edilemez bir tat zevki yaratan umaminin pastacılıkta herhangi bir yere sahip olabileceği gıda sektöründe söz sahibi olan kişiler arasında hala bir tartışma konusu olmaktadır. Umami içerikli ürünleri pastacılıkta kullanıma hazır hale getirmenin zor olduğu bilinmektedir. Bu zorluk ise umami bakımından zengin birçok malzemenin son derece tuzlu olmasından kaynaklanmaktadır. Karides ve shiitake mantarı umami açısından zengin gıdalar olarak bilinmekte ve en iyi pasta

şefinin bile bu ürünlerle bir tatlı yapmakta zorlanacağı kanısına varılmaktadır. Pastacılıkta umami içeriği zengin ve başarılı bir ürün çıkarabilmek için bunu yapacak pasta şefinin yaratıcı olması, ürün eşleşmesini iyi bilmesi ve malzemeleri iyi tanınması gerekmektedir. Parmesan peyniri tuzlu bir peynir olduğu için bir pastacılık için uygun bir bileşen olarak görülmemektedir. Ancak Kaliforniyalı pasta şefi Jashmine Corpuz'un, Drago Centro adlı restoranında üzüm, muskat, Marsala (Sicilya bölgesinde ünlü bir şarap çeşidi), parmesanlı dondurma, parmesan cipsi ve cevizli tartı aynı tabakta buluşturan bir tatlı yarattığı Şekil 2'de görülmektedir. Bu tatlının, parmesanın uygun bir bileşen olmadığı yönündeki tabuları yıktığı aktarılmaktadır. Dondurma ve cipsin içinde bulunan parmesan, tatlılık ve tuzluluk oranı arasında eşit bir kontrast oluşturmaktadır. Marsala ve muskatın tatlılığına karşı tuzlu olarak parmesan kullanılmaktadır. Pasta şefi Kei Hasegawa'nın, umaminin tuzlu derinliğini, hazır olan yemeğe çok fazla ağırlık katmadan küçük dokunuşlarla birleştiren pastacılık ürünleri yarattığı bilinmektedir. Umami, lezzet ve dokuların hassas kontrastıyla karakterize edilen bu tatlılarda doğal olarak çalışmaktadır. Genellikle Wagashi'nin ve diğer geleneksel Japon tatlılarının tatlılık oranı çok yüksektir. Bunun aksine şef Hasegawa, yarattığı bu tatlıların çok da tatlı olmadığını sadece bu ürünlerin tat oranlarını dengelemeye çalıştığını aktarmaktadır. Japonya'da wagashi tatlısının tatlılık oranının dengelenmesi için genellikle yeşil çay ile tüketildiği bilinmektedir. Buradan yola çıkarak yeşil çay gibi umami açısından zengin bir içeriği, şef mutfağında Japon tatlılarının tat dengelerini yakalamasına yardımcı olması için kullanılmaktadır. Şekil 3'te verilen Brooks Headley'in çilekli dondurma eşliğinde servis edilen üç çilekli bezelye turtası, Leena Hung'un tuzlu zeytinli tarhun dondurması ve Vera Tong'un tütsülenmiş domuz pastırması şekerlemesi umaminin pastacılıkta kullanımına en iyi örnekler olarak gösterilmektedir (Bell, 2010a).



Şekil 2. Şef Corpuz'un Umami Tabağı

Kaynak: <https://www.star chefs.com>



Şekil 3. Şef Headley'in Umami Tabağı

Kaynak: <https://www.star chefs.com>

2.1.3. İçecek Sektöründe Umami

Umaminin trend oluşu sadece yiyecek sektörüyle sınırlı kalmamaktadır. Umami kokteyllerin de günümüzde daha popüler hale geldiği görülmektedir. Öyle ki Amerikalı şarap uzmanı Tim Hanni umami açısından zengin yiyeceklerle şarapların eşleştirilmesini desteklemektedir. Hanni, bu şekilde besinlerdeki umami tadının şaraptaki acı tadı bastıracağını aktarmaktadır. (Vazquez, 2014: 23). 2015 yılında bazı cesur miksolojistler umami hissini kokteyllerine aktarmak için mutfaktan malzemeler çalmaya başlamış, ama trendin yavaş yayılması sebebi ile içecekleri umami lezzetleriyle birleştirmek için 2018'in sonuna kadar çalışmalar yaparak beklemişlerdir. 2019'un yazında umami içeren bu lezzetleri tüketici ile buluşturmışlardır. 2019 yazında içecek sektöründe bu lezzetler patlama etkisi yaratmıştır. Mutfaktan gıda maddeleri çalmak ve içecek için bunları kullanmak restoranlarda atık azaltmak için iyi bir yol olarak görülmektedir. Mantar gibi yüksek proteinli maddelerin miksolojiye sağlıklı bir yaklaşım sağladığı belirtilmiştir. Aynı zamanda bu lezzetli kokteyller insanlara yiyecekleri deneyimlemenin yepyeni bir yolunu sunarak, modern tüketiciyi harekete geçiren yeni gastronomik deneyimlere olan talebi karşılamaktadır (Fractals, 2019; Tunstall, 2015; Bell, 2010b).

Miami'deki bir Asya restoranı, Kore usulü kızarmış tavuktan esinlenilerek yaratılmış olan *Oo-mami* isimli kokteyl servis etmektedir. Tekila önce kızarmış tavuğun yağı ile karıştırılır. Ardından mezcal (agave bitkisinin özünden elde edilen alkol), sarımsak, kimyon, shichimi (bir Japon baharat karışımı) ve limon eklenir ve karıştırılarak servis edilir. Restoranın baş miksolojisti Danny Villa, umami içecekler oluşturmanın, mutfaktaki gıda israfını azaltmanın iyi bir yolu olduğunu belirtmektedir. Charleston'daki The Gin Joint'in sahibi James Bolt, karnabahardan karahindiba yeşillerine ve deniz yosununa kadar her şeyi içeceklerine dâhil etmiştir. Bunlardan birine örnek olarak mor lahanayı şurup haline getirerek ona kuş üzümü aromalı likör *crème de cassis*, buğday birası *hefeweizen*, rezene tohumları ve şampanya sirkesi eklenir. Şuruba daha sonra cin, limon suyu, vermut ve fûme bal eklenir ve karıştırılır. Bolt bunu yaratmanın yemek pişirmek gibi olduğunu söylemektedir. Boston'daki Alden & Harlow restoran da bu trende uyarak sotelenmiş Maitake mantarları ile denemeler

yapmışlardır. Maitake mantarlarını arpacık soğan, biberiye ve tarhun ile tereyağında pişirmiş sonra karışımı nötr bir tahıl karışımının içine ilave etmişlerdir. Bu şekilde hem mantar hem de tahıllarla bir umami tat yakalamaya çalışmışlardır. Mantar Martini'nin, en trend umami kokteyllerinden biri olduğu bilinmektedir. Bunun nedeni ise sadece sıra dışı görünüşe ve lezzete sahip olması değil, aynı zamanda sağlıklı olmasından kaynaklanmaktadır. Mantarların bağışıklık sistemini güçlendirdiği ve kolesterolü düşürdüğü bilinmektedir (Fractals, 2019).

Domates suyu içeren kokteyllerde (*Bloody Mary*) umami tadı oldukça hissedilmektedir. Bunun en temel sebebi sosu yaparken domateslerin ve jalapeño biberlerinin fırında kızartılmasıdır. Kiraz domates, jalapeño biberi, sarımsak ve soğan tozu, limon ve lime suyu domates suyunun ana bileşenleri olarak sayılmaktadır. Bu bileşenler tek başlarına umami değerleri yüksek ürünler olarak da bilinmektedir. Bu ürünler birleştiğinde umami tadının açığa çıkmasında önemli rol oynamaktadırlar. Bunun dışında domates suyu yapılıp on gün bekletildikten sonra kullanılırsa umami oranı daha yüksek olmaktadır. *Trüflü Konyak* kokteyli yapılış itibari ile diğer kokteyllerden farklılık göstermektedir. İçinde bulunan trüf mantarı ve konyak bir kaba konularak bir hafta demlenmeye bırakılmaktadır. Bir hafta sonunda karışımı taneciklerinden ayırabilmek için kahve filtresinden süzülmalıdır. Trüf mantarı ve demleme işleminin umami oranını artırdığı bildirilmektedir. İstiridye, umami zenginliği açısından favori bir besin olarak görülmektedir. Genelde bira ve birkaç damla acı sos gibi basit yöntemlerle umami içeriği daha da artırılabilir. *Black Pepper Oyster Shooters* isimli kokteylde daha sofistike bir yaklaşım bulunmaktadır. İçeriğindeki tüm lezzetler korunarak tamamen umaminin etkisi açığa çıkmaktadır. Bu da karabiberle demlenmiş votka aracılığıyla yeni bir lezzet katmanı eklenerek oluşturulmaktadır (Henry, 2013: 67-82)

Umami, geçmişten günümüze popüleritesini asla yitirmeyen bir trend olarak kalacaktır. Öyle ki Japon çizgi filmleri olan animelerde bile sıklıkla rastlanmakta ve izleyiciyi hem bilgilendirmek hem de bu konuya merak uyandırmak için Umami kavramı sıkça kullanılmaktadır. *Food Wars! Shokugeki No Soma* adlı çizgi roman/anime 2012 yılından günümüze kadar devam etmektedir. Bu çizgi roman/anime içeriğinde Japon mutfak

kültürünün umamiye dayalı olduğu açıkça ifade edilmekte ve umami içeren lezzetler kullanılarak sadece Japon yemekleri değil dünya mutfağındaki çeşitli yemeklerin de umami sayesinde zengin bir lezzete sahip olacağı işlenmektedir.

3. Sonuç

Beş temel tat duyusu olarak 1908'de keşfedilen umami aslında günlük tüketilen çoğu besin maddesinin bileşenlerinde bulunmaktadır. Dünya mutfaklarının çeşitli tipik tatlarında da bolca görülmektedir. Hem yiyecek hem de içecek sektöründe umami tatlar besin eşleşmesi açısından da kolaylık ve açıklık sağlamaktadır. Japon mutfağında kombu ve kuru palamut balığı parçalarıyla dashi yapılması ve çeşitli yemeklerde bu eklemelere devam edilmesi, Çin mutfağında, İskoç mutfağına ait olan *geleneksel cock a leekie* isimli çorbanın yapımında olduğu gibi tavuk çorbasına Çin pırasası ve lahanası eklenmesi ve İtalyan mutfağında mantarlı domates sosuna parmesan peyniri eklenmesi sektörel eşleşme açıklığına örnek olmaktadır (Cömert ve Güdek, 2017: 398; Türk Aşçı Haberleri, 2020). Yiyecek sektörünün yanı sıra içecek sektöründe de yeni reçetelerin oluşturulması, farklı lezzetlerin ortaya çıkarılması ve var olan lezzetlerin de daha çekici hale getirilmesinde umami açısından zengin besinlerin kullanımı önemli olacaktır. Bu sebep ile umaminin tüketiciyi harekete geçiren yeni gastro deneyimlere olan talebi karşılayacağı düşünülmektedir.

Umami çeşitli sektörlerde de ilham olmuş olmakla birlikte sadece yiyecek sektörü ile sınırlı kalmamıştır. İçecek sektörüne verdiği yön ile yiyeceklerin içilebilir hale gelmesi amaçlanmaktadır. Trend açısından incelendiğinde yakın gelecekte yiyecek ve içecek sektörünün demirbaşlarından sayılacağı öngörülmektedir. Bunun sebeplerinden biri ise popüleritesinin keşfedildiği bugünden günümüze kadar devam etmesinden kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda çeşitli dizilerde de umami tanıtılmakta ve umami hakkında bilgiler verilmektedir. Bu da hem Japon mutfak kültürünün dünyaya tanıtılmasına katkı sağlamakta hem de imkânları kısıtlı olduğu için Japonya'ya gidip umami hakkında bilgi toplayamayan şeflerin bilgi dağarcıklarına kolay yoldan katkı sağlamaktadır. Umami başta şefler olmak üzere gıda sektörü ile ilgilenen ve gıda alanlarında eğitim gören öğrenciden öğretmene her kesime tanıtılmalı ve kullanımı artırılmalıdır. İşletmelere

uyarlandığında umaminin, tüketicinin ilgisini çekecek bir gastro deneyim olması beklenmektedir.

Kaynakça

- Ajinomoto Türkiye. (2018). *Umami Lezzeti Hakkında Her Şey*, <https://www.ajinomoto.com.tr/umami>, (Erişim tarihi: 09.04.2021).
- Alkin, G. (2013). *Umami Burger*, <https://www.scienceandfood.org/umami-burger/>, (Erişim tarihi: 10.04.2021).
- Altuntecim, E. (2017). *Satış Psikolojisi*. İstanbul: Ceres Yayınları.
- Batu, A. (2017). Moleküler Gastronomi Bakış Açısıyla Gıdaların Tat ve Aroma Algıları. *Aydin Gastronomy*, 1(1): 25-36
- Beauchamp, G. K. (2009). Sensory and Receptor Responses to Umami: An Overview of Pioneering Work. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 90(3): 723-727.
- Bell, E. (2010a). *Umami in Pastry: Tasting Savory Sweetness in the City of Angels*, <https://www.starchefs.com/cook/features/umami-pastry-tasting-savory-sweetness-city-angels>, (Erişim tarihi: 11.04.2021).
- Bell, E. (2010b). *Umami in Cocktails: Exploring the Fifth Flavor Behind the Bar*, <https://www.starchefs.com/cook/features/umami-cocktails-exploring-fifth-flavor-behind-bar>, (Erişim tarihi: 11.04.2021).
- Cömert, M. ve Güdek, M. (2017). Beşinci Tat: Umami (Fifth Taste: Umami). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3): 397-408.
- Crago, S. (2017). *The Discovery of Umami: How MSG Changed the Culinary World*, <https://www.japantimes.co.jp/life/2017/01/20/food/discovery-umami-msg-changed-culinary-world/>, (Erişim tarihi: 12.04.2021).
- Curtis, R. I. (1991). *Garum and Salsamenta: Production and Commerce in Materia Medica*. Leiden: Brill Academic Pub.
- Dinç, B. (2012). *Lezzet Arttırıcı Maddeler*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Tekirdağ

- Fernstrom, J. D. (2009). The Roles of Glutamate in Taste, Gastrointestinal Function, Metabolism and the Physiology. Introduction to the Symposium, *The American Journal of Clinical Nutrition*, 90(3): 705-706
- Fractals. (2019). *Trend Alert: Umami Cocktails*, <http://www.fractals.it/en/trend-alert-umami-cocktails/>, (Erişim tarihi: 12.04.2021).
- Hajeb, P. ve Jinap, S. (2015). Umami Taste Components and Their Sources in Asian Foods. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 55(6): 778-791.
- Hall, J. E. (2016). *Guyton and Hall Textbook of Medical Physiology, Jordanian Edition E-Book*. Jordan: Elsevier Health Sciences.
- Halpern, B. P. (2002). What's in a Name? Are MSG and Umami the Same?. *Chemical Senses*, 27(9): 845-846.
- Hartley, I. E., Liem, D. G. ve Keast, R. (2019). Umami as an 'Alimentary Taste. A New Perspective on Taste Classification. *Nutrients*, 11(1): 1-18.
- Henry, G. (2013) *Savory Cocktails: Sour Spicy Herbal Umami Bitter Smoky Rich Strong*. California: Ulysses Press.
- Ikedo, K. (2002). New Seasonings. *Chemical senses*, 27(9): 847-849.
- Imai, S. (2015). Umami Abroad: Taste, Authenticity, and the Global Urban Network. In *The Globalization of Asian Cuisines* (pp. 57-78). Palgrave Macmillan, New York.
- Karadeniz, F. (2000). Lezzet Algılama Mekanizması. *Gıda*, 25(5):317-324.
- Kelly, D. (2017). *What You Don't Know About MSG*, <https://www.mashed.com/42363/dont-know-msg/>, (Erişim tarihi: 12.04.2021).
- Klosse, P. (2019). *The Essence of Gastronomy: Understanding the Flavor of Foods and Beverages*. Florida: CRC Press.
- Kondoh, T. ve Torii, K. (2008). Brain Activation by Umami Substances via Gustatory and Visceral Signaling Pathways, and Physiological Significance. *Biological and Pharmaceutical Bulletin*, 31(10): 1827-1832.

- Kristy, Y. (2005). *Can't Get Enough of Umami: Revealing the Fifth Element of Taste*. <https://www.jyi.org/2005-september/2005/9/7/cant-get-enough-of-umami-revealing-the-fifth-element-of-taste>, (Erişim Tarihi: 12.04.2021)
- Krulwich, R. (2007). *Sweet, Sour, Salty, Bitter... and Umami*, <https://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=15819485>, (Erişim tarihi: 13.04.2021).
- Küçükkömürler, S. ve Kaya, Ü. C. (2019). Türk Mutfağında Umami Lezzetler (Tatlar). *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi (IJTEBS) E-ISSN: 2602-4411*, 3(1): 30-40.
- Kurihara, K. ve Kashiwayanagi, M. (2000). Physiological Studies on Umami Taste. *The Journal of Nutrition*, 130(4): 931-934.
- Lindemann, B., Ogiwara, Y. ve Ninomiya, Y. (2002). The Discovery of Umami. *Chemical senses*, 27(9): 843-844.
- Löliger, J. (2000). Function and Importance of Glutamate for Savory Foods. *The Journal of Nutrition*, 130(4), 915-920.
- Lopetcharat, K., Choi, Y. J., Park, J. W. ve Daeschel, M. A. (2001). Fish Sauce Products and Manufacturing: A Review. *Food Reviews International*, 17(1): 65-88.
- Marcus, J. B. (2007). Enhancing Umami Taste in Foods. In *Modifying Flavour in food* (pp. 202-220). Sawston: Woodhead Publishing.
- Mouritsen, O. G. ve Styrbaek, K. (2014). *Umami: Unlocking the Secrets of the Fifth Taste*. New York: Columbia University Press.
- Murata, Y. (2012). *Salad 120 Contemporary Interpretations*. Tokyo: Shibatahoten.
- Murphy, C. (1987). Flavor Preference for Monosodium Glutamate and Casein Hydrolysate in Young and Elderly Persons. *Umami: A Basic Taste*. New York, NY: Marcel Dekker.
- Ninomiya, K. (1998). Natural Occurrence. *Food Reviews International*, 14(2-3): 177-211.
- Ninomiya, K. (2015). Science of Umami Taste: Adaptation to Gastronomic Culture. *Flavour*, 4(13): 1-5.

- Pappalardo, V. M. (2014). *Studies on Umami Taste. Preparation of Hydrolyzed Vegetable Proteins (HVPs) and Glutamate-Ribonucleotide Hybrids*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Milano: Università Degli Studi Di Milano.
- Rassin, D. K., Sturman, J. A. ve Gaull, G. E. (1978). Taurine and Other Free Amino Acids in Milk of Man and Other Mammals. *Early Human Development*, 2(1): 1-13.
- Rolls, E. T. (2009). Functional Neuroimaging of Umami Taste: What Makes Umami Pleasant?, *The American Journal of Clinical Nutrition*, 90(3): 804-813.
- Sano C. (2009). History of Glutamate Production. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 90(3): 728-732.
- Solt, G. (2014). *The Untold History of Ramen: How Political Crisis in Japan Spawned a Global Food Craze* (C. 49). California: University of California Press.
- Spence, C., Michel, C. ve Smith, B. (2014). Airplane Noise and the Taste of Umami. *Flavour*, 3(1): 1-4.
- Steiner, J. E. (1987). What the Neonate can Tell us About Umami. *Umami: A Basic Taste*, 97-123.
- Tracy, S. E. (2016). *Delicious: A History of Monosodium Glutamate and Umami, the Fifth Taste Sensation*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Toronto: University of Toronto.
- Tunstall, J. (2015). *The Allure of Umami in Cocktails*, <https://abarabov.com/umami-in-cocktails/>, (Erişim tarihi: 13.04.2021).
- Turan, O. (2016). Roma Ordusunda Beslenme Düzeni. *Tarih ve Gelecek Dergisi*, 2(3): 25-36.
- Türk Aşçı Haberleri. (2020). *Umami Nedir?*, <https://www.turkascihaberleri.com/HaberDetay/75595/Umami-Nedir-.html>, (Erişim tarihi: 13.04.2021).
- Umami Burger. (2016). *The Story of Umami Burger*. <https://www.umamiburger.com/our-story>, (Erişim tarihi: 14.04.2021).

- Umami Information Center. (2009). *About the Umami Information Center*, <https://www.umamiinfo.com/about/>, (Erişim tarihi: 14.04.2021).
- Uslu, N. ve Sözen, M. (2019). Nörogastronomiye Sosyolojik Bir Yaklaşım. *Ganud International Conference on Gastronomy, Nutrition and Dietetics*, Gaziantep: İksad-Institute of Economic Development and Social Researches, ss. 60-69.
- Vazquez, C. (2014). *Beyond the Wine Menu: Understanding Flavor and Taste Perception as a Factor in Pairing Wine and Dessert*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Providence: Johnson & Wales University.
- Yamaguchi, S. ve Ninomiya, K. (1998). What is Umami?. *Food Reviews International*, 14(2-3):123-138.
- Yamaguchi, S. ve Ninomiya, K. (2000). Umami and Food Palatability. *The Journal of nutrition*, 130(4): 921-926.
- Yeomans, M. R. ve Masic, U. (2017). Umami and the Control of Appetite. Tepper B, Yeomans M. R (Ed.), içinde *Flavor, Satiety and Food Intake* (ss. 139-172), Hoboken: Wiley Blackwell.
- Yılmaz, İ., Akay E. ve Er, A. (2021) Nörogastronomi. *Aydın Gastronomy*, 5(2): 143-156.
- Yoshida, Y. (1998). Umami Taste and Traditional Seasonings. *Food Reviews International*, 14(2-3): 213-246.

GASTRONOMİ ALANINDA KULLANILAN LAVANTALI TARİFLER

Büşra KURTOĞULLARI

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya,
Türkiye, kurtogullaribusra@gmail.com

Eda GÜNEŞ

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak
Sanatları Bölümü, Konya, Türkiye, egunes@erbakan.edu.tr

1. Giriş

Ülkemiz coğrafi konum itibarıyla birçok canlı türünü bünyesinde bulundurmaktadır. Farklı bölgelerimizde yetişen çiçek türleri ise güzel görünümlerinin yanı sıra günümüzde tüketim anlamında önemli bir yere sahiptir. Çiçeklerle ilgili yapılan araştırmalar yenilebilir çiçek kavramını da ortaya çıkarmış ve yenilebilir çiçekler birçok gıda ürününün bileşiminde yer almıştır. Çağımızda sağlıklı beslenme bilincinin artması ile tıbbi ve aromatik bitkilere olan ilgi artmaktadır. Türkiye’de yenilebilir çiçeklerin genellikle sıcak içecek olarak şifalı bitkiler şeklinde aktarlarda ve halk pazarlarında kurutulmuş olarak satıldığı görülmektedir (Şahin ve Kılıç, 2009).

Yenilebilir çiçeklerden biri olan Lavanta, nane ailesi Lamiaceae’de bulunan yaklaşık 25-30 çiçekli boyu 1 metreye kadar uzayabilen, yapı açısından yarı çalimsı, çok yıllık bir bitkidir (Aslanca ve Sarıbaş, 2011). Lavanta mor rengi ve hoş kokusuyla bulunduğu tabiatda dikkat çekici bir yapıya sahiptir.

Antioksidan özelliği oldukça güçlü bir yapıya sahip olan lavanta bileşimine eklendiği gıdalarda görünüm ve lezzet açısından gastronomi alanında da dikkat çekici bir özellik göstermektedir. Bu çalışmada yenilebilir bir çiçek olan lavantanın sağlık alanında faydaları ve gastronomi alanında kullanımı literatür taraması ile desteklenerek açıklanması amaçlanmıştır.



Şekil 1. Isparta Lavanta Köyü

Kaynak: Neziha Çalışkan, 2020

2. Lavantanın Yetiştigi Bölgeler

Lavantanın yetiştigi ülkelere Fransa, Bulgaristan, Fas, Macaristan, İtalya, Rusya ve Türkiye'nin çeşitli şehirleri örnek verilebilir (Jianu vd., 2013). Türkiye'de lavanta ile özdeşleşen şehir Isparta'dır ve "Kuyucaklı ilçesi Lavanta Kokulu Köy" olarak bilinmektedir (Resim 1). Lavanta yayılış alanı açısından en çok Isparta Kuyucak ilçesinde görülmektedir. Isparta'nın Kuyucak ilçesine bireyler lavantanın hoş görünümü nedeniyle ziyaret gerçekleştirmekte ve yöre fotoğraf çekimi açısından da oldukça talep edilmektedir. Kuyucak köyü lavanta bahçeleri vasıtasıyla kırsal turizmin gelişimine katkı sağlayarak yöre halkına da ek gelir yaratmaktadır. Isparta dışında Ege Adaları ve İstanbul, Edirne, Konya, Adana, Aydın, Bursa, Hatay, İzmir ve Muğla'da da lavanta yetiştirilebilmektedir. Lavanta ekimi ülkemizde yeni bir girişim olmasına rağmen bu tür fizibilite ve öncü kalkınma projeleri ile kırsal turizme büyük katkılar sağlayabilmek açısından önem taşımaktadır (Başaran, 2017).

2.1. Lavanta Çeşitleri

Çoğu Akdeniz kökenli olmak üzere 39 farklı lavanta türü (*Lavandula* spp.) belirlenmiştir. İngiliz lavantasından (*Lavandula angustifolia*, L. x *intermedia* (lavandin), *L. stoechas* (Fransız lavantası), *L. latifolia* medik. (Geniş yapraklı lavanta), *L. multifida* (eğreltiotu yapraklı lavanta), *L. canariensis* (Kanarya adaları lavantası), *L. anata* (yünlü lavanta), *L. heterophylla* ve *L. x allardii* (*L. dentata* x *L. Latifolia* medik.) şeklinde farklı tür ve isimlerden bahsedilebilir. Lavanta Türkiye'de halk arasında ise karabaş otu, gargan otu ya da keşiş otu olarak telaffuz açısından farklılık gösterebilmektedir. Türkiye'de *Lavandula* cinsine ait bilinen türün *L. stoechas* olduğu da söylenebilir (Demir & Satılmış, 2019).

Bir lavanta türü olan *Lavandula angustifolia*'dan izole edilen uçucu lavanta yağı çeşitli özelliklere sahiptir. Lavanta esansı yatıştırıcı, gaz giderici, antibakteriyel, antidepresif ve antienflamatuar özellikleri nedeniyle tıbbi uygulamalarda geniş bir kullanım alanı bulmaktadır (Cavanagh ve Wilkinson, 2005). *L. x intermedia*'dan izole edilen yağ ise yüksek kafur içeriği esas olarak kozmetik sektörde parfüm ve sabun içeriğinde yer almaktadır. (Lis-Balchin, 2002). Lavanta (*Lavandula* l) bitkisinin kozmetik amaçla belli kısımları kullanılabilir. Bunlar; kallus, çiçek, yaprak ve tomurcuklardır. Bu kısımların kozmetik ürünlerde; cilt yumuşatıcı ve koku verici etkilerinden faydalanılmaktadır (Şahin, 2016).

Lavanta yağı da gıda endüstrisinde kullanılmaktadır. Kullanım alanlarına unlu mamüllerdeki doğal aromalar, alkollü ve alkolsüz içecekler, pudingler örnek gösterilebilir (Burdock, 2009). Lavanta yağının masajla kullanıldığı takdirde ise eklem ağrıları ve romatizma ağrılarının giderilmesinde etkili olduğu belirtilmektedir. Şampuanlara eklenen bir damla lavantanın da hoş kokusu nedeniyle tercih edilebilirliği artmaktadır. Sinek kovucu etkisi de bulunan lavanta yağının, sadece birkaç damlasının sıcak su içerisine damlatılması ve altından mum yakılması sonucu yayılan koku sinekler üzerinde olumsuz bir ortam yaratmaktadır (Bozok ve Karaman, 2018).

2.3. Gastronomi Alanında Lavanta Kullanımı

Şahin (2017) yaptığı lavanta çalışmasında Muğla yöresinde yetişen bir lavanta türü olan Karabaş ile pilav tarifini deneyimlemiştir. Bu çalışma Muğla'da Karabaş ve Karan isimleri ile bilinen, doğal olarak yetişen lavantanın (*Lavandula stoechas* L.) ve kültürü yapılan türlerinin yiyecek ve içeceklerde değerlendirilmesini önermektedir. En hassas yağlardan biri olan lavanta esansiyel yağı, esansiyel yağlarla yemek yapmayı öğrenmeye başlamak için uygun bir seçenektir.

Çörekler, lavantalı limonata, lavantalı kamembert peyniri, lavantalı tiramisü, lavanta şekeri gibi tatlı tarifleri gerçekleştirmek amacıyla sıra dışı olduğu söylenebilir (Georgiana vd., 2017).

Lavanta Çayı

Lavantanın uçucu yağı sakinleştirici özelliğe sahip olmasından dolayı uyku düzenleyicidir ve şu şekilde kullanılır; kupa içine 1-2 tatlı kaşığı çiçek konur, üzerine sıcak su ilave edildikten sonra 10 dakika beklenir ve süzülüp içilir.

Lavanta Sirkesi

Tarif içerisindeki kurutulmuş gül yaprakları, lavanta çiçekleri ve yasemin çiçekleri sirke ile karıştırılır, ardından gülsuyu eklenir ve 10 gün dinlenmeye bırakılır. 10 günlük süre sonucunda lavanta sirkesi tüketilir bir duruma gelmektedir (Lis-Balchin, 2002). Günde üç defa içilmesi faydalarının gözlenebilmesi açısından yeterlidir (Akgül vd., 2019) Lavanta çiçekleri sedatif etkisi sebebiyle çay tüketimi şeklinde kullanım alanı bulmaktadır (Aslanca ve Sarıbaş, 2011).

Lavantalı Kek

Lavantalı kekin besin değeri Tablo 1'de gösterilmektedir. Lavantalı kek 100 gr beyaz un, 80 gr şeker, 80 gr taze bütün yumurta, 4 gr kabartma tozu, 5 gr lavanta yaprağı, 1 gr vanilya, 75 ml süt, 80 ml yağ ile hazırlanmaktadır. Tarifi uygulamak üzere kekin pişirileceği fırın 180 dereceye getirilir ve ısınması sağlanır. Sonrasında yumurta ve şeker bir kaptan çırpılır. Ardından süt ve yağ eklenir ve karıştırılır. Un, kabartma tozu, vanilya bir elek yardımı ile karışımın içine ilave edilir. En son aşamada karışıma lavanta yaprakları da eklenir spatula yardımıyla hacim kazanan harc

dikkatlice alttan üste doğru toparlanır. Yağlanan kek kalıbına karışım dökülür ve ısınan fırında yaklaşık 25 dakika pişirilir.

Bu çalışmada lavanta suyu, yağı ve yaprakları ile yapılan farklı keklerin duyuşal özelliklerine bakılmıştır. Lavantalı kek içeriğine lavanta yapraklarının, yağının ya da suyunun eklenerek farklı tariflerin uygulanabileceği ortaya konulmaktadır. Sonuçta, kek malzemelerine %10 lavanta yaprağı suyu ekstraktı veya %7,5 lavanta yaprağı tozu ilave edilerek kekin raf ömrünü 28 güne, 600 ppm lavanta yaprağı ilavesiyle 4 aya kadar uzatmak mümkün olduğu belirlenmiştir (Riyad vd., 2020).

Tablo 1. Lavantalı kek besin değerleri

Enerji	Omega 6	Protein	Yağ	Lif	Kolesterol	Magnezyum
1547,9 kcal	46,2 g	22,3 g	91,2 g	2,8 g	324,3 mg	32,2 mg

Lavantalı Bisküvi

Lavantalı bisküvinin besin değeri Tablo 2'de gösterilmektedir. Lavantalı bisküvi içeriğinde 140 gr un, 1.45 gr tuz, 1.55 gr vanilya, 24.05 gr yağ, 7.17 gr kabartma tozu, 0-98 ml arasında isteğe bağlı miktarda süt, 0.50, 1.00, 1.25, 1.75 ve 2 gr olmak üzere isteğe bağlı miktarda eklenecek lavanta bulunmaktadır. Yapılış aşamasında un ve kabartma tozu elenerek kek kabına eklenir. Bu karışıma yağ ilave edilir ve iyice yedirmeye dikkat edilir. Ardından süt de eklenerek kıvamının macun haline gelmesi için karıştırılır. Lavanta da eklenerek hamur hazır hale getirilir. Kurabiye hamuru un serpilmiş temiz bir yüzeyde 1 cm kalınlığında şekil verilir. Fırın tepsisine aralarında boşluk kalacak şekilde yerleştirilir. 180 derece ısıtılmış fırında pişirilir (Al-Ani ve Al-Rahhal, 2020).

Tablo 2. Lavantalı bisküvi besin değerleri

Enerji	Omega 6	Protein	Yağ	Lif	Kolesterol	Magnezyum
738,0 kcal	1,1 g	17,7 g	24,7 g	3,8 g	66,7 mg	33,5 mg

3. Sonuç

Lavanta dikkat çekici görünümü ve fonksiyonel özellikleri itibarıyla gastronomi alanında sunum, tat açısından değerlendirilebilirlik oranı yüksek yenilebilir bir çiçektir. Ülkemiz lavanta yetiştiriciliği açısından oldukça uygun bölgelere sahip olmakla birlikte lavantanın farklı gıdalara eklenerek çeşitlilik sağladığı görülmektedir. Bu yiyecekler genellikle tatlılarda yoğunlaşmakla birlikte lavantanın daha geniş bir kullanım alanında yer alması düşünülebilir. Literatür incelendiğinde dondurma ile de lavanta kullanımına ilişkin çalışmalar yapılmakta olup süt, kefir, yoğurt gibi ürünlerde de lavanta kullanımının duyu analizi verileri değerlendirilebilir.

Sonuç olarak lavantanın ülkemizde klasik olarak tükettiğimiz gıda ve yemeklere eklenerek önyargısız bir tutum ile tüketiminin yaygınlaştırılabileceği mümkün görülmektedir. Lavanta tanıtımı adına yapılacak çalışmalar ile sahip olduğumuz lavanta potansiyelinin uygun bir değer göreceği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Akgül, D. T., Göğüş, N., Glaue, Ş., ve Akcan, T. (2019). Yenilebilir Çiçek: Lavanta. *4th International Anatolian Agriculture, Food, Environment and Biology Congress*, ss. 723–727.
- Al-Ani, I. I., ve Al-Rahhal, A. H. J. A. (2020). Effect of Lavender Addition on the Quality Properties of the Laboratory Manufactured Biscuit. *Plant Archives*, 20: 2858–2860.
- Aslanca, H., ve Sarıbaş, R. (2011). Lavanta Yetiştiriciliği. <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/marem/Belgeler/Yeti%C5%9Ftiricilik%20Bilgileri/Lavanta%20Yeti%C5%9Ftiricili%C4%9Fi.pdf> (Erişim tarihi: 20.09.2021)
- Başaran, N. (2017). Bringing Lavender to Economy in Rural Development and Rural Tourism Scope. *Research Journal of Agricultural Sciences*, 10(1): 47–49.
- Bozok, D. ve Karaman, R. (2018). Isparta Lavantasının Kırsal Turizm Kapsamında SWOT Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi: Kuyucak Köyü Örneği, *International Journal of Social and Economic Sciences*, 8(2): 27–33.

- Burdock, G. A. (2009). *Fenaroli's Handbook of Flavor Ingredients*. Boca Raton, Florida: CRC Press.
- Cavanagh, H. M. A., ve Wilkinson, J. M. (2005). Lavender Essential Oil: A Review. *Australian Infection Control*, 10(1): 35–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.1071/HI05035>
- Demir, C., ve Satılmış, E. (2019). Kokunun En Şifalı Hali: Lavanta. *Ayrıntı Dergisi*, 7(77): 7–10.
- Georgiana, P., Muste, S., Mureşan, C., Mureşan, A. E., Vlaic, R., Chic, S., Sturza, A. ve Pop, Anamaria. (2017). Flavour Compounds of *Lavandula Angustifolia* L. to Use in Food Preservation. *Hop and Medicinal Plants*, 23(1): 151–162. <https://doi.org/10.5601/jelem.2017.22.2.1352>
- Jianu, C., Pop, G., Gruia, A. T., ve Horhat, F. G. (2013). Chemical Composition and Antimicrobial Activity of Essential Oils of Lavender (*Lavandula angustifolia*) and Lavandin (*Lavandula x intermedia*) Grown in Western Romania. *International Journal of Agriculture & Biology*, 15(4): 772–776.
- Lis-Balchin, M. (2002). *Lavender, The Genus Lavandula*, London: CRC Press.
- Riyad, Y. M. ve Elkholy, E. A. (2020). Efficacy Bioactive Components of Lavender (*Lavandula latifolia*) Leaves as a Natural Antioxidant, Antibacterial, and its Uses as a Cake Preserving Agent. *Journal of Food and Dairy Sciences*, 11(5): 113–120. <https://doi.org/10.21608/jfds.2020.95847>
- Şahin, Ö. (2017). Muğla Karabaşının (*Lavandula Stoechas* L.) Yiyecek ve İçecek Olarak Değerlendirilmesine Yönelik Bir Öneri, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2): 37–49. <https://doi.org/10.21325/jotags.2017.110>
- Şahin, Ö., ve Kılıç, B. (2009). Yiyecek İçecek İşletmeciliğinde Yenilebilir Çiçekler. 3. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, 6.

BALIN MOLEKÜLER GASTRONOMİDEKİ KULLANIMI

Müge KARDEŞ

Doktora Öğrencisi, YTÜ, Gıda Mühendisliği, İstanbul, Türkiye.
mugekardes14@gmail.com

Abdullah BAYCAR

Dr., Siirt Üniversitesi, Gıda Teknolojisi, Siirt, Türkiye.
abaycar@siirt.edu.tr

1. Giriş

Türk Gıda Kodeksine göre “bitki nektarlarının, bitkilerin canlı kısımlarının salgılarının veya bitkilerin canlı kısımları üzerinde yaşayan bitki emici böceklerin salgılarının, bal arısı tarafından toplandıktan sonra kendine özgü maddelerle birleştirilerek değişikliğe uğrattığı, su içeriğini düşürdüğü ve petekte depolayarak olgunlaştırdığı, doğası gereği kristalleşebilen doğal ürün” şeklinde tanımlanan bal tarihin eski dönemlerinde hem arı avcılığı hem de yetiştiriciliğiyle elde edildiği tarihi kanıtlarla bilinmektedir (TGK, 2020; Erkovan, 2018). Tarih boyunca balın en yaygın kullanım amaçları hiç şüphesiz besin ve sağıklama olmuştur. Ayrıca günümüze kadar alternatif tıp, fonksiyonel gıda, destek ve takviye gıdalarda kullanımının yanında ingredient olarak tatlandırıcı amaçlı şerbetlerde, helvalarda, hoşafalarda ve tatlılarda yaygın olarak kullanımı devam etmiştir (Demir ve Kılınç, 2019; Ulusoy, 2012). Bunun dışında tarihte Antik Mısır’da firavunun hizmetçileri üzerlerine bal sürerek sinekleri kendi üstlerine çekerek sineklerin firavunu rahatsız etmemesini sağlamak gibi ilginç amaçlarla kullanım olanakları bulmuştur (Bukrek, 2018).

Balın geniş kullanım alanı müzik, sanat ve edebiyat gibi sosyokültürel alanlarda eşsiz bir konuma ulaşmasını sağlamıştır. Nitekim balın birçok şarkı ve şiirde hoş lezzetleri, güzel tatları, eşsiz sofraları ve ikramları tasvir ve benzetmelerde ifade aracı olarak kullanılmış olduğu görülmektedir (Güler, 2019; Uyaniker, 2017).

Gezdikleri yerin sanat ve kültürel niteliklerini deneyimlemek isteyen turistler için bu anlamda bal eşsiz bir fırsat sunma potansiyeline sahiptir.

Her geçen gün rekabet koşullarının kızıştığı turizm sektörü temsilcileri söz konusu rekabette yerini korumak için destinasyonlarını çeşitlendirmektedirler (Akgöz, vd., 2016). Bu çeşitlendirme apiterapi (polen, perga, propolis, apilarnil ve arı sütü gibi arı ürünleriyle tedavi) gibi konveksiyonel araçlar olduğu gibi moleküler gastronomi gibi modern araçlar da olabilmektedir (Cömert ve Çavuş, 2016; Şahin ve Aydın, 2021). Destinasyon çeşitlendirmesi lokal araçların (arı serenleri) kullanımı olacağı gibi ulusal (bal evleri) ve küresel araçların kullanımı şeklinde de olmaktadır (Erkovan, 2018; Şahin ve Aydın, 2021; Sürücü, vd., 2016). Bu bağlamda arı ve arı ürünleri turizm destinasyonlarına geniş fırsatlar taşımaktadır. Arı ve arıcılık müzeleri, arı serenleri, bal evleri apiterapi ve moleküler gastronomi bu fırsatlardan bazılarıdır.

Moleküler gastronomi, insanların sırf yemek deneyimlerinde bu duygularını tatmin etmek için ikamet ettikleri yerlerden geçici kalacakları başka yerlere seyahat eder duruma geldiği günümüzde önemli bir konuma gelen gastronominin önemli bir çeşididir (Kardeş ve Baycar, 2021). Fizik-kimya prensiplerinin yıllarca kullanıldıkları gıda, kimya, kozmetik ve eczacılık gibi sektörlerden esinlenerek mutfak uygulamalarına harmanlayarak tabağı bir sanat ürününe dönüştürmeyi amaçlamaktadır. Moleküler gastronominin disiplin olarak öne çıkması turizme hitap edecek arayışların başarılarıyla şekillenmiştir. Nitekim moleküler gastronomi bu başarılarıyla gerek turizm sektöründe gerek akademik çevrede popüler bir alan olmuştur (Ivanovic, vd., 2011; Cömert ve Çavuş, 2016; Alpaslan, vd., 2020; Örgün, 2018).

Mevcut çalışmanın amacı turizm sektöründe yükselen bir eğilim olan moleküler gastronomide Türkiye'nin önemli yerel ürünlerinden biri olan balın kullanımını izah etmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca moleküler gastronominin ve materyal olarak bal ve arıcılığın turizmdeki yeri ve etkisini açıklamaya çalışmak çalışmanın amaçları arasındadır. Çalışmada akademik literatür, moleküler mutfaklar, popüler dergi, gazete, televizyon programları ve sosyal medya kanalları incelenmiştir. Elde edilen

bulgular derlenerek sunulmuş ona göre sonuç ve önerilerde bulunulmuştur.

2. Moleküler Gastronomi

Kültür ve yemek arasındaki ilişkiyi inceleyen yeme-içme bilimi ve sanatı olarak da ifade edilebilen gastronomiye terim olarak ilk defa Antik Latin literatüründe karşılaşılmıştır (Çavuşoğlu, 2011). Mideye karşılık gelen *gastro* ve kaide ve kural anlamındaki *nomos* kelimelerinin bileşiminden türetilmiştir (Santich, 2004). Brillat Savarin kaleme aldığı *Tadın Fizyolojisi* isimli temel eserde ise gastronomi "insan beslenmesi ile ilgili olan her şeyin sistematik olarak incelenmesidir." şeklinde tanımlanmıştır (Yılmaz ve Bilici, 2013). Yirminci yüzyılın sonlarında gastronomi Anadolu mutfağı, Rum mutfağı, Fransız mutfağı, Süryani mutfağı, Saray mutfağı gibi yerel niteliklerle anılıyor ve algılanıyordu. Yerel ürünlerden elde edilen yiyeceklerin yanında yemek adetleri, yemek kapları, sunuş şekilleri, sofraya düzeni ve pişirme tekniklerinin gastronomi kavramının bir parçası durumunda olduğu aktarılmaktadır (Kardeş ve Baycar, 2021). Bu çerçevede gastronomi beşerî birikimin coğrafik süreçte bir milletin geçmişten günümüze kültürel değişimi ile ilgili bir göstere olarak konumlanmış durumdaydı. 1990'lı yıllardan itibaren gastronomiye lokal ve ulusal niteliklerin yanında moleküler gastronominin de içinde yer aldığı teknik ve bilimin gelişimine paralel daha modern ve küresel unsurların dahil olduğu uygulamaları barındırmaya başlamıştır (Aksoy ve Sezgi, 2015; Kardeş ve Baycar, 2021). Farklı sektör ve alanlardaki teknik, alet, ekipman ve katkı maddeleri kullanılarak birçok yeni ürün kazandırılmış ve kazandırılmaya devam etmektedir. Bu kazanım elbette hem sektör şeflerinin hem de bilim insanlarının deneyim ve katkılarıyla önemli olmuştur. Moleküler mutfakta şefler inovasyona ayak uydurarak, müşterilerine görsel açıdan estetik ürünler sunma imkanını elde etmişlerdir. Bunun yanı sıra gıda ürünlerinde meydana gelebilen fiziksel ve kimyasal değişimleri de kontrol altında tutarak teknolojik özellikleri kontrol edebilmektedirler. Nitekim sıvı nitrojen, köpükleştirme, kapsülasyon tozlaştırma, alışılmamış sıcaklık, sous-vide, tat-koku transferi, yoğun aromalar, sıcak jöleler ve küreleşen sıvılar (meyve ve sebze patlakları), gibi ürün ve deneyimlerin sunulduğu bir noktaya ulaşmış olması bunun bir göstergesi olarak sunulabilir (Cömert ve Çavuş, 2016). Cömert ve

Özkaya (2014) ülkemizin diğer ülkeler gibi turizmin, gelir kaynakları içerisinde gastronominin ehemmiyetli bir yere sahip olduğunu ifade etmiştir. Moleküler mutfak tekniklere vakıf deneyimli ve eğitimli şeflerin yetiştirilmesi artmakta istihdamı ise yaygınlaşmaktadır. Moleküler mutfak kaideleri diğer konveksiyonel gastronomik unsurlardan farklı olarak tecrübeden ziyade kalifiye bir eğitime ihtiyaç duyularak öğrenilebilmektedir. Son yıllarda ülkemizin mesleki çıraklık, lise ve yüksek öğretim gibi kurumların bu eğitimleri artırmaları söz konusu olgunun bir tezahürü olarak sunulabilir (Öney, 2016; Güdek ve Boylu, 2017). Kullanılan kimyevi katkı maddelerinin toksikolojik kaygılara karşı zorunlu kılınan kullanım üst limitlerin mevcudiyeti bu eğitimi daha önemli hale getirdiğine örnek olarak sunulabilir. Bunun yanında moleküler gastronomi; müzecilik, dağcılık, lokal mutfaklarla interaksiyonu gibi kombine turizm destinasyonların bir parçası olarak yer alması çalışmaları ve araştırmaları yapılmaktadır (Alpaslan, vd., 2018; Işın ve Kurt 2017; Alpaslan ve Pamukçu 2020).

3. Balın Moleküler Gastronomideki Kullanımı

Çok eski çağlardan beri kıymetli gıda ürünleri arasında yer alan bal, popüleritesini tarih boyunca sürekli koruyabilmiştir. Farklı amaç ve formlarda tüketim olanaklarına sahip olması belki bunun gerekçeleri arasında sayılabilir. Rafine şekerlerin icadından önce şerbet ve helvalarda tatlandırıcı olarak kullanılırken rafine şeker icadından sonra kahvaltılık ürün olarak kullanımının daha fazla yaygınlık göstermesi buna örnek olarak sunulabilir. Günümüzde turizm faaliyeti gösteren restoranlarda turistler gıda sektöründe ise tüketiciler için çok farklı form ve şekilde hazırlanıp sunulmaktadır. Gıda sektöründe krema bal, bal tozu, kristal bal şekeri bunun bazı örnekleridir. Yeni beklentiler üzerine geliştirilen moleküler gastronomide ise honey caviar (bal havyarı), honey wraps (bal yaprakları), liquid spheres (sıvı küreler) ve honeycomb fruit gel (meyve jelli bal petiği) şeklinde hazırlanıp sunulmaktadır. Bilimin mutfak ile birleşmesi olarak tanımlanan moleküler gastronomide kullanımı yaygınlık gösteren bu uygulamalar hem yerli hem de yabancı turistlere farklı lezzet ve deneyimler sunmaktadır.

Bal Havyarı (Honey Caviar): Moleküler gastronominin sembolü haline gelen metotlardan bir tanesi küreselleşen sıvılardır. Cömert ve Çavuş (2016) moleküler gastronomi kavramını derlediği

çalışmada küreselleşen sınırları moleküler gastronominin öne çıkan örneklerde açıkladığı ilk uygulamadır. Püre veya sıvı haldeki gıdaların ufak küreler şeklinde dışı sargı bir kaplamayla tüketicilerin ağızda patlaması ile lezzetin oluşturulduğu bir lezzet sunmaktadır. Kavun havyarı, Çilek patlağı, çikolata ve kahve havyarı şeklinde örnekleri moleküler restoranlarda yaygın olarak kullanılmaktadır (Navorra, vd., 2012; Cömert ve Çavuş, 2016; Segovia, vd., 2014).

Moleküler mutfağın son dönemin gözde uygulamalarından biri olan küreselleşen sınırlara balın da dahil olduğu görülmektedir (Çiftçi, 2019). Yapımı kısaca ölçülü olarak karıştırılan hammaddelerin (bal, su, agar-agar) kaynama noktasına kadar ısıtıldıktan sonra damlacıklarla (pastör pipeti vb.) soğuk bitkisel yağa boşaltılmasıyla elde edilir. Sıvı yağa boşaltılan karışım mekanik bir spatül benzeri bir aparatla karıştırıldığında bal karışımının damlacık halinde soğuk yağda çökecekleri görülecektir. Süzgeç ile ayrılan bal damlacıkları gold renkli havyar benzeri bir şekilde sunuma hazır bir vaziyete gelmekte şeklinde özetlenebilir (Currie, 2012). Bal havyarı; suya bal ve agar katılarak kaynayanaya kadar bekletildikten sonra karışım steril bir poşete alınarak poşetin ucu kesilir ve damlalar halinde su dolu bir kaba damlatılır. Bu şekilde devam eden işlem sonucunda kapta bal havyarı diye adlandırılan minik baloncuklar oluşmakta şeklinde hazırlandığı moleküler gastronomi mutfaklarında çalışan şefler tarafından ifade edilmiştir (Çiftçi, 2019, Cömert ve Çavuş; 2016; Sezgi ve Durlu Özkaya, 2016). Havyar gibi (Şekil 1) servis edebileceği gibi görsel ve tatlandırmak için yoğurt, peynir gibi (Şekil 2) ürünlerin üzerine ilave edilerek meze mahiyetinde sunulabilmektedir (Currie, 2012).



Şekil 1. Bal Havyarı

Kaynak: (Currie, 2012).



Şekil 2. Meze Olarak Kullanılan Yoğurt Üzerinde Bal Küreleri

Kaynak: (Currie, 2012).

Sıvı Küreler (Liquid Spheres): Çiftçi, (2019) küreleme uygulamasını *sıvı formdaki bir gıdanın başka bir sıvı ile hazırlanan küvet içerisinde jellenmesi ile sağlanmak* şeklinde tanımlamıştır. Farklı boyutlarda yapılabilen küreler boyut büyüklüğüne göre yumurta, gnocchi ve ravyoli şeklinde isimlendirilebilmektedir (Cömert ve Çavuş, 2016). Farklı boyutlardaki küreler ağızda mekanik etkiyle patladıktan sonra ihtiva ettiği meyvenin lezzeti ani bir aroma ve lezzet salımı ile farklı bir deneyim sağlama olanağı sağlamaktadır (Çiftçi, 2019; Sezgi ve Durlu Özkaya, 2016). Basit küreleme yöntemi olarak isimlendirilen sodyum aljinat katkısı ile

jelleştirme ve ters küreleme yöntemi olarak isimlendirilen kalsiyum katkılı sıvı formdaki gıdanın sodyum aljinat küvetinde banyo ettirilmesi olmak üzere iki yöntemle üretilebilmektedir. Sodyum aljinat kahverenkli alglardan elde edilen bir katkı olup düşük sıcaklıklarda jelleşebilme avantajına sahip olup yüksek sıcaklıkta jel yapılarını kaybederek erimektedir (Özel ve Durlu Özkaya, 2016). Sıvı formda kalsiyum ve sodyum aljinat katkılarıyla etkileşimleri sonucunda ağızda kolay dağılıp varlığı hissedilmeyecek kadar ince bir zar ile oluşmaktadır. Daha ince bir zar oluşturma avantajına sahip basit yöntem düşük asitli gıdalarda kullanıma elverişli bir yöntem değildir (Çiftçi, 2019). Domates püresi, yoğurt, kefir, mango, havuç ve portakal gibi gıdaların sıvı ve pürelerinde kullanıldığı gibi balda da kullanılabilir (Şekil 3).

Balın moleküler gastronomide kullanıldığı bir yerde sodyum aljinatla tıpkı bir meyve suyu gibi karıştırılıp farklı boyutlarda kürelerin elde edildiği formdur. Üretimi kısaca şu şekilde özetlenebilir; Kalsiyum laktat ve gıda karışımına (bal, yoğurt ve süt) ilave edilerek karıştırılır. Elde edilen karışım daha önce belli oranlarda hazırlanmış su-sodyum aljinat çözeltisiyle muamele edilerek kapsülleşme oluşturulur. Oluşan kapsülün soğuk su ile istenilen forma bürünmesi sağlanır (Rudakova, 2020; Özkaya Durdu ve Özel, 2018).



Şekil 3. Kapsülleşmiş Sıvılar

Kaynak: (Culinary Physics, 2018).

Bal Yaprakları (Honey Wraps): Moleküler mutfak uygulamaları konusunda eğitim almış bireyler tarafından kullanılan bal yaprakları yöntemi ise, yine bal havyarında hazırladığımız gibi tencerede su, agar ve bal kaynayınca kadar karıştırılır. İşlem

sonunda hazırlanan karışım herhangi bir tabağa sıcak bir şekilde dökülür ve soğuyuncaya dek bekletilir. Soğuduktan sonra tabakta katılaştıran karışım bıçak yardımıyla kenarlarından şekil verilerek kesilir ve tabaktan ayrılarak tıpkı bir yaprak görüntüsü elde edilir (MOLECULE-R, 2014). Mutfak şefleri hazırladıkları meyve şölenlerinde genellikle bu bal yapraklarından faydalanır. Portakal, kivi, elma gibi çeşitli meyve dilimleri bu yaprağın içine sarılarak görsel bir sunum oluşturularak (Şekil 4, 5) tüketicilere servis edilir. Yapraklarla çiçek deseni gibi şekiller yapılacağı gibi meyvelerin dürüm şeklinde sarılarak tat-aroma kominasyonları şeklinde tüketilebilmektedir.



Şekil 4. Narenciye Sarılmış Bal Yapağı

Kaynak: (MOLECULE-R, 2014).



Şekil 5. Elma Sarılmış Bal Yaprakları

Kaynak: (MOLEKÜLE-R).

Meyve Jelli Bal Peteği (Honeycomb Fruit Gel): Instructables Cooking (2015) tarifini açıkladığı sıra dışı bir lezzet olan meyve jeli peteği kısaca şu şekilde yapılışı özetlenebilir;

- Renk ve aroma bakımından birbiriyle uyumlu meyveler seçilir (Kiraz, yaban mersini, nektari ve çilek) (Şekil 6),
- Seçilen meyveler püre haline getirilip bal ile karıştırılır (Şekil 6),
- Jelatin ilave edilir (kavun gibi su muhteviyatı yüksek meyvelerde jelatin miktarı artırılır) (Şekil 6),
- Jelatinin erimesi için ısıtılır (Şekil 6),
- Karışıma limon suyu ilave edilir (Şekil 6),
- Karışım içine baloncuklu naylon yerleştirilmiş fırın tepisine boşaltılır (Şekil 6),
- Baloncuklu naylonun şeklini tam alması için iyice yayıldıktan sonra tepsi dondurucuya bırakılır (Şekil 6),
- Tepsi ters çevrilerek baloncuklu naylon ve karışım ayrılır (Şekil 7),
- Baloncuklu naylon dikkatlice ayrılarak karışımın bal petekleri şeklini düzgün oluşması sağlanır (Şekil 7),
- Bal peteği şeklini almış meyve jelli karışım estetik bir şekilde kesilip sunulabileceği (Şekil 8) gibi bal peteklerin içine bal enjekte edilerek de sunulabilir.



Şekil 6. Meyve Jelli Bal Peteği Yapılışı

Kaynak: (Instructables Cooking, 2015).



Şekil 7. Meyve Jelli Bal Peteği Yapılışı

Kaynak: (Instructables Cooking, 2015).



Şekil 8. Meyve Jelli Bal Peteği

Kaynak: (Instructables Cooking, 2015).

Diğer Kullanım: Moleküler gastronomide balın kullanımı deneyimli şeflerin sanatsal yetenekleriyle çeşitlenmektedir. Nitekim her şef kendi deneyim ve tecrübesine göre çeşitli alanlarda kullanabilmektedir. Lakin limon ve ballı çay bombaları (lemon ve honey tea bombs) ve meyve spaghetti (Fruit Spaghetti) diğer kullanımlardan en yaygındır.

Limon ve Ballı Çay Bombaları (Lemon and Honey Tea Bombs):

Kiwanna's Kitchen, (2021) sosyal medya kanalında limon ve ballı çay bombasını kısaca şu şekilde tarif etmiştir; su, şeker, yağ ve isteğe göre renklendiriciler yeterli kıvama geldikten sonra yarı tenis topu kalıplarına yayıldıktan sonra dondurulur. Kap şeklini alan karışıma bal, meyve tozu ve poşet çay konularak kap diğer yarısı termal ısıyla kapatılarak bardağa bırakılır (Şekil 9).



Şekil 9. Limon ve Ballı Çay Bombaları

Kaynak: (Kiwanna's Kitchen, 2021).

Meyve Spagetti (Fruit Spagheti): Moleküler gastronomide meyveleri spagetti şeklinde bir forma ulaştırmakta sıklıkla kullanılan bir yöntemdir. Pulp haline getirilen meyve karışımlarına tatlandırıcı (bal, şeker, glikoz şurubu vb.) ilave edilir. Agar-agar ilave edildikten sonra agar-agar'ın erimesi için ısıtılır. Agar-agar'ın eridiği meyve karışımı enjektörle plastik esnek tüpe enjekte edilir. Esnek tüpe enjekte edilen meyve karışımı dondurulur. Dondurma işlemini hızlandırmak için başka bir moleküler gastronomi yöntemi olan sıvı nitrojenle dondurma yöntemi de tercih edilebilmektedir. Dondurulduktan sonra esnek tüpten dondurulmuş meyve pulpu boş enjektör hava gücü ile boşaltılır (MOLECULE-R, 2014b; Gastronomy Seeker, 2013). Spagetti görünümü kazanan meyve pulpu meyve çeşidine göre istenilen renklere üretilmektedir (Şekil 10).



Şekil 10. Meyve Spaghetti

Kaynak: (MOLECULE-R, 2014b).

4. Sonuç ve Öneriler

Son zamanlarda gastronomi destinasyonların ayrılmaz bir parçası olarak öne çıkmaktadır. Zamanla konveksiyonel gastronomik unsurlara moleküler gastronomi gibi modern unsurlar da ilave edilmiştir. Moleküler gastronomi ürünlere farklı form ve sıra dışı lezzetleri sunma imkânı sağlamaktadır. Bal gibi sağlıklı geleneksel ürünlerin bu şekilde kullanımı turistlerin bu destinasyonları tercih etmede motivasyon sağlayacağı olağan bir sonuçtur. Ayrıca ülkemiz balın önemli üreticilerindedir. Yerel ürünlerin moleküler gastronomi gibi katma değeri yüksek ürünlerde işlenmesi stratejik bir yaklaşımdır. Balın moleküler gastronomideki kullanımı akademik ve sektörel uzman ve şefler tarafından artırılmasına yönelik çalışmaların yapılması bu stratejik yaklaşıma katkı sağlayacaktır. Bu çerçevede şeflere öncül ve rehber olması açısından balın moleküler gastronomideki kullanımı derlenmiştir. Balın moleküler gastronomideki kullanımı honey caviar (bal havyarı), honey wraps (bal yaprakları), liquid spheres (sıvı küreler) ve honeycomb fruit gel (meyve jelli bal peteği) şeklinde sıralanabilir. Ayrıca limon ve ballı çay bombaları (lemon ve honey tea bombs) ve meyve spagetti (Fruit Spaghetti) gibi diğer kullanımları da mevcuttur.

Kaynakça

- Akgöz, E., Göral, R., ve Tengilimoğlu, E. (2016). Turistik Ürün Çeşitlendirmenin Sürdürülebilir Destinasyonları Açısından Önemi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (55): 397-407.
- Aksoy, M., ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3): 79-89.
- Alpaslan, K., Pamukçu, H., ve Tanrısever, C. (2020). Moleküler Gastronomi Yöresel Yemeklerde Kullanılabilir mi? Can Molecular. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1): 231-256.
- Alpaslan, K., Tanrısever, C., ve Tütüncü, B. (2018). Dağcılık Turizminde Moleküler Gastronomi Kullanılabilir mi?. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1): 104-122.
- Bukrek (2018, 05 Mayıs) Geçmişte Gerçekleşmiş Garip Gerçekler, link: <https://www.bukrek.com/gecmis> (Erişim Tarihi: 23.09.2021).
- Cömert, M. ve Durlu Özkaya F. (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2): 62-66.
- Cömert, M., ve Çavuş, O. (2016). Moleküler Gastronomi Kavramı (The Concept of Molecular Gastronomy). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(4): 118-131.
- Currie, D. (2012). Cookistry, Erişim: <https://www.cookistry.com/2012/03/were-going-molecular.html> (Erişim Tarihi:29.09.2021).
- Çiftçi, İ. (2019). Moleküler Gastronomide Menülerin Müşteri Değerine Yönelik Pazarlanması. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). T.C İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul.
- Demir, M. K., ve Kiliç, M. (2019). Bal Tozu İkamesinin Kek Kalitesi Üzerine Etkisi. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 1(1): 53-58.

- Garcia-Segovia, P., Garrido, M. D., Vercet, A., Arbolea, J. C., Fiszmane, S., Martínez-Monzoa, J., et al. (2014). 'Molecular Gastronomy in Spain'. *Journal of Culinary Science & Technology*, 12(4): 279-293.
- Gastronomy Seeker. (2013). Fruit Spaghetti, link: <http://ispeakgastronomy.blogspot.com/2013/07/fruit-spaghetti.html> (Erişim Tarihi: 07.10.2021).
- Güdek, M., ve Boylu, Y. (2017). Türkiye'de Yükseköğretim Düzeyinde Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerin Beklenti ve Değerlendirmelerine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4): 489-503.
- Güler, M. (2019) Tıbbi Yönleriyle Divan Şiirinde Bal ve Gül. *Uluslararası Sağlık Toplum ve Kültür Sempozyumu (Tam Metin Bildiri)*. (Yayın No:5709202). 07-10 Mart 2019, Amasya.
- Instructables Cooking. (2015). Honeycomb Fruit Gel & Yogurt Spheres, Link: <https://www.instructables.com/Honeycomb-Fruit-Gel-Yogurt-Spheres/> (Erişim Tarihi: 30.09.2021).
- Işın, A., ve Kurt, Y. (2017). Moleküler Gastronominin Türk Mutfak Kültürü Üzerine Etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4): 621-641.
- Ivanovic, S., Mikinac, K., ve Perman, L. (2011). Molecular Gastronomy in Function of Scientific Implementation in Practice. *UTMS Journal of Economics*, 2(2): 139-150.
- Kardeş, M. ve Baycar, A. (2021). Moleküler Gastronomide Sıvı Azot Uygulamaları, Turizmde Geleceği Anlamak: Akıllı Turizm. *Hazırlıklar ve Çözümler Kongresi*, Kapadokya Üniversitesi, Nevşehir, Türkiye ISBN: 978-605-4448-16-6, Sayfa: 235-243
- Kiwanna's Kitchen. (2021, 5 Ocak). Soothing Honey & Lemon TEA BOMBS Tutorial | How To Make Lemon & Honey Tea Bombs, link: https://www.youtube.com/watch?v=AoBo3XEtd_Y (Erişim Tarihi: 07.10.2021).
- MOLECULE-R. (2014, 10 Şubat). Molecular Gastronomy - Honey Wraps Recipe link: https://www.youtube.com/watch?v=FA_C9rCh0n8 (Erişim Tarihi: 30.09.202).

- MOLECULE-R. (2014b, 19 Ağustos). Molecular Gastronomy - Fruit Spaghetti Recipe link: <https://www.youtube.com/watch?v=4nPMLNaBWNl> (Erişim Tarihi: 07.10.2021).
- Navarro, V., Serrano, G., Lasa, D., Aduriz, L ve Ayo, J. (2012). Cooking and Nutritional Science: Gastronomygoes Further. *International Journal of Gastronomy and Foods Science*, 1: 37-45
- Öney, H. (2016). Gastronomi Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35): 193-202.
- Örgün, E., Keskin, E., ve Erol, G. (2018). Otel Aşçılarının Moleküler Gastronomi Üzerine Düşünceleri: Nevşehir Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3): 215-227.
- Özel, K., ve Özkaya Durdu F. (2016). Moleküler Gastronomide Zeytinyağı. *Zeytin Bilimi*, 6(2): 49-59.
- Özkaya Durlu, F., ve Özel K. (2018). Moleküler Mutfak Tekniklerinden Kapsülleştirme: Standart Reçete Örnekleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3): 53-72.
- Rudakova, N. (2020, Mart 15). How to make LIQUID SPHERES Easy Molecular Gastronomy. Link: <https://www.youtube.com/watch?v=NrazRwto0jo> (Erişim Tarihi: 29.09.2021).
- Şahin, Ö., ve Aydın, A. (2021). Kültürel, Gastronomik ve Turistik Değer: Muğla'da Arıcılık ve Özel Muğla Arıcılık Müzesi Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 459-473.
- Sezgi, G., ve Durlu Özkaya, F. (2016) Moleküler Gastronomide Zeytin. *Zeytin Bilimi*, 6(2): 111-117.
- Sürücü, Ç., Arman, S. ve Bekar, A. (2017). Turizmde Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Marmaris Bal Evi Örneği. *The Journal of Academic Social Science*, 5(42): 468-477.
- TGK. (2020). Resmî Gazete, Bal Tebliği, Tebliğ No: 2020/7, Sayı: 31107, Türk Gıda Kodeksi, Tarım ve Orman Bakanlığı, Ankara.

- Ulusoy, E. (2012). Bal ve Apiterapi. *Uludağ Arıcılık Dergisi*, 12(3): 89-97.
- Uyaniker, N. (2017). Alevî-Bektaşî Şairlerin Şiirlerinde Arı ve Bal Motiflerinin Anlam-Kavram Alanları Bakımından Değerlendirilmesi. *Alevilik Araştırmaları Dergisi*, (14): 259-277.
- Yılmaz Erkovan, N. (2018). Gazipaşa Arı Serenleri. *TÜBA-KED Türkiye Bilimler Akademisi Kültür Envanteri Dergisi TÜBA*, (18): 83-100.

KAYSERİ’NİN “UNESCO GASTRONOMİ KENTİ” OLABİLİRLİĞİNE VE GASTRONOMİ TURİZMİNE DAİR PAYDAŞ GÖRÜŞLERİ

Osman ÖZER

Doktora Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, Türkiye. osman-ozar@hotmail.co.uk

1. Giriş

İnsanoğlu II. Dünya Savaşı’nın bitmesinden sonra kendine ve dünyaya verdiği yıkımı görmüştür. Bu yıkımı tamir etme ve yaralarını sarma düşüncesiyle farklı arayışlar içerisine girmiştir. Böyle yıkımların tekrarlanmaması için eğitime, bilime ve kültüre önem vermenin gerekliliği anlaşılmıştır. Böylelikle savaşın hemen ardından 1945 yılının sonlarına doğru 44 ülkenin katılımıyla Birleşmiş Milletler Konferansı (ECO/CONF) düzenlemiş, 37 üye ülke ile Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO)’yu kurulmuştur. Günümüzde Türkiye’nin de içerisinde bulunduğu 199 üye ülkesi bulunmaktadır (UNESCO, 2021).

UNESCO’nun kurulmasından sonra teknoloji ve bilişimin gelişmesiyle küreselleşen dünyada ortak değerlerin önemi daha fazla artmıştır. Ortak değerlerin ve kültürlerin korunması ile gelecek kuşaklara aktarılması adına 16 Kasım 1972 tarihinde Doğal ve Kültürel Dünya Mirasının Korunması Sözleşmesi üye ülkeler tarafından Paris’te imzalanmıştır (UNESCO, 2021). Bu antlaşmadan sonra insanların kültürel varlıklara verdikleri değer artış göstermeye başlamıştır. Turizm alanında yapılan araştırmalar incelinde alternatif turizmin çeşitlerine katılımın yoğun olduğu görülmektedir. Refah düzeyinin yükselmesiyle beraber farklı kültürleri ve değerleri görme isteği ve orada bulunarak deneyim kazanma arzusu ile beraber kültür turizmi olgusu gündeme gelerek, turistlerin kültür turizmi için seyahat planları yapmalarına vesile olduğu görülmektedir (Tosun ve Bilim, 2004). Aynı zaman geleneksel turizm kapsamında turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonun doğal ve tarihi güzellikleri kadar bölgenin folklorik yapısı ve kültürel mirasına da önem vererek ziyarette buldukları

görülmektedir (Adu ve Akdu, 2018: 934; Çoşışler ve Türker, 2015: 123; Görkem ve Sevim, 2011: 73). Kültür Mirasının önemli bir parçasını oluşturan Mutfak Mirası, kültür turizmi kapsamında gerçekleştirilen bir özel ilgi turizm türü sayılabilen gastronomi turizmi ile birlikte turizm faaliyetlerinin de önemli bir parçası haline gelmiştir. (Bekar ve Kılınç, 2014: 19; Akdu ve Akdu, 2018: 934).

Geçmişten günümüze insanoğlunun yaşamı süresince yeme-içme ihtiyaç hiyerarşisinin başında gelmektedir. Temel yeme-içme faaliyetleri dışında bir toplumun doğal zenginlik ve kültürünü de doğrudan yansıtmaya nedeniyle Mutfak Mirası ve Kültürü bir diğer adı ile gastronomi özel anlam taşımaktadır. Gastronominin ekonomik bir anlam kazanmasıyla beraber oluşan kavram gastronomi turizmi, diğer turizm faaliyetlerini destekleyerek on iki ayda yapılabilen bir turizm çeşididir. Gastronomi turizmi yapıldığı şehirde istihdam sağlanmasına, hizmet kalitesini yükseltmesine, gelir dağılımının dengelenmesine, turizm gelirlerinin artmasına, kültürel değerlerin korunmasına ve sürdürülebilirliğine katkı sağlama özelliğine sahiptir (Gürbüz vd., 2017: 126).

İnsanoğlunun arzu, beklenti ve taleplerinin sürekli olarak değişim gösterdiğini günümüzde mal ve hizmetlerin olduğu kadar bölgelerin, kentlerin ve destinasyonların geliştirilmesi ve tanıtılması da sosyo-ekonomik kalkınmaya katkıda bulunmaktadır (Gürbüz vd., 2017: 125). Rekabet içerisinde olan destinasyonlar, turizm gelirlerini artırmak için çeşitli etkinlikler ve organizasyonlar düzenlemektedirler (Serçek ve Özaltaş Serçek, 2016: 1628). Böylelikle destinasyonların tercih edilirliliğini ve çekiciliğini artırmaktadırlar (Sarıkaya ve Düşmezkalander, 2020). Tercih edilebilirliğin bir diğer yönü ise kar amacı gütmeyen, sosyal sorumluluk sahibi, güven kazanmış dünyaca bilinen kurumların tanıtımları ve önerileri olmaktadır. Bu kurumlardan biriside UNESCO'dur. Özellikle UNESCO'nun kriterlerini yerine getirmiş ve Yaratıcı Şehirler Ağı'na mensup kentlerin diğerlerine oranla daha fazla tercih edilebilirliğini söylemek mümkündür (Akın ve Bostancı, 2017). Bu ağda kentler yedi tema üzerinden değerlendirilmektedir. Bunlardan bir tanesi de gastronomi kenti temasıdır.

Kayseri Hitit öncesi Anadolu'nun yerli halkı olan Hatti'ler tarafından kurularak, yerleşimi Erken Tunç Çağında Kültepe

(Kaniş/Karum) başlayan köklü tarihi ve farklı krallıklara ev sahipliği yapmış kültürel yapısı ile bir kültür turizmi cennetidir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021). Kültür turizmi cennetinin bir kevser bahçesi de gastronomi turizmidir. Yöresel/Yerel kültür denilince akla ilk gelen yöresel/yerel yiyecek içecekler bölgenin çekim gücü adına en büyük itici güç olarak yöreye/bölgeye rekabet açısından avantaj sağlamaktadır. Böylelikle yöresel/yerel ve güncel yiyecek içeceklerin imajını ve marka değerini oluşturup, ekonomik bir değer olarak sunan yerel/bölgesel ve ulusal kalkınmaya katkı sağlayan gastronomi turizminin önemi ortaya çıkmaktadır (Şahin ve Ünver, 2015). Gastronomi turizminin geliştirilmesinde sivil toplum kuruluşları, özel sektör ile kamu kurumları arası iş birliğinin ve yerel halkın bu sürece ilgi duyarak katılması bölgenin/yörenin başarısı için gerekli oluşu ortaya çıkmaktadır (Karahan vd., 2013). Gastronomi alanında; Gaziantep, Hatay ve Afyonkarahisar'da yapılan çalışmalar ile bu kentler sırasıyla 2015 yılında Gaziantep, 2017 yılında Hatay ve son olarak 2019 yılında Afyonkarahisar UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na üye olma örneklerini oluşturmaktadır (TÜRSAB, 2020).

Bu çalışmada Kayseri'nin elindeki Mutfak Mirası değerleri ile ağa dahil olarak bir gastronomi kenti olabilirliliği paydaş görüşleri ile değerlendirilerek araştırılmıştır. Öncelikle Kayseri'nin turizm potansiyeli ve UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı hakkında literatür taraması yapılarak bilgiler sunulmuş, devamında araştırmanın amacı, önemi ve yöntemi belirtilmiş, sonrasında katılımcıların mülakat sorularına verdiği cevaplar ile bulgular kısmı oluşturulmuş ve son kısımda sonuç ve öneriler ile araştırma tamamlanmıştır.

Kayseri gibi kültürel değerlerinin çok fazla olduğu bir kentin şu ana kadar UNESCO listesine girmemiş olması Kayseri turizmi ve tanıtımı için büyük bir eksikliklerdir. Yapılan literatür çalışmasında da herhangi bir çalışmaya ulaşılamaması bu çalışmanın yapılmasının gerekliliğini önemini bir kat daha artırmıştır. Çalışmayla beraber paydaşların görüşleri, beklentileri ve katkıları ortaya konarak Kayseri'nin hem gastronomi turizmi hem de Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılımı açısından faydalı olması düşüncesi bakımından önemlidir. Böylelikle yerel/yöresel tanıtıma ve kalkınmasına katkısı olacağı düşünülmektedir. Çalışmada Kayseri gastronomi turizminin tanıtılması ve geliştirilmesi yönünde paydaşların fikir

ve görüşlerinin alınması, şüana kadar yapılan çalışmalar ile Yaratıcı Şehirler Ağının bilinirliğinin değerlendirilmesi ve geleceğe yönelik öneriler geliştirilmesi hedeflenerek, elde edilen sonuçların Kayseri'de turizm konusunda politika üreten ve planlayan yerel yönetimler, kamu kuruluşları, özel sektör, akademi, sivil toplum kuruluşları ve yerel halk ile paylaşılarak gelecekteki çalışmalara katkı sağlayarak yön vermesi amaçlanmıştır (Gürbüz vd., 2017:130).

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Kayseri'nin turizm potansiyeli

Kayseri ve çevresi doğu ve batı (Yunan-Roma) medeniyetleri arasında bir köprü vazifesi görerek, Anadolu Medeniyetlerinin doğmasına neden olarak tarih boyunca Kayseri, bu medeniyetlerin bir bölümünün gözüktüğü ve Kızılırmak Havzası ile Tuzgölü arasında kalan Kapadokya'nın, önemli bir yerleşim yeri olma özelliğini korumuştur. Anadolu Medeniyetlerinin bölgede bulunan yüzlerce "Höyük, Tümülüs, Han, Saray vb. yapıları, Hititler'den Osmanlılar'a kadar bu bölgede yerleşen bütün kavimlerin, zaman içerisinde kurdukları siyasi birlik ve tarih sahnesine çıkışlarını tescilleyerek, bıraktıkları eserlerini ve bulgularını, günümüze kadar taşımışlardır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021). Günümüze kadar yaşamış olan kültürlerin çeşitliliği ve yapıldığı tarihten bu yana korunarak gelmiş olan bu tarihi eserler sayesinde Kayseri'nin özellikle Kültür ve Tarih turizmi potansiyelini artırdığını söylemek mümkündür. Bunun yanında Kayseri'nin turizm çeşitliğine bakıldığında; Akarsu-Rafting Turizmi, Dağcılık, Doğa Turizmi, Fotoğrafçılık, Hava Sporları, İnanç Turizmi, Kamp ve Karavan Turizm, Kuş Gözlemciliği, Kültür ve Tarih Turizmi, Sağlık Turizmi ve Termal Turizmin yoğun olarak yapıldığı görülmektedir.

Turizm açısından son derece önemli değerlere sahip olan Kayseri'de turizm işletme belgeli 21 otel, turizm yatırım belgeli 4 otel, belediye belgeli 37 otel ve Erciyes'deki kamu tesisleri ile toplam 66 konaklama tesisi olup, toplam 6737 yatak kapasitesi bulunmaktadır. Covid 19 pandemisinden önceki reel veriler ile 2019 yılının ilk dokuz ayına bakıldığında 316.996 yerli ve 114.192 yabancı turist ile toplam 431.188 turist ziyaretçi etmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021).

Turizmin temel unsurların biri olan kültürel mirasın ile yerel/yöresel mutfak kültürü arasında kuvvetli bir bağ vardır. Kültürlerin özelliklerini yansıtan en önemli unsurların başında yerel/yöresel mutfaklar gelmektedir. Bu bağ iki yönlü olarak; dolaylı yoldan yerel mutfak ürünlerini keşif ederek veya doğrudan o destinasyonun yerel mutfağını keşif etmek amacı ile turizm faaliyeti gerçekleştirilmesine olanak sağlamaktadır. Dolaylı veya doğrudan yerel/yöresel mutfaklar yerel ve ulusal kültürün tanıtımında önem teşkil etmektedir. Böylelikle şehrin/bölgenin gastronomi turizmi açısından aktif rol oynayarak markalaşmasında bir takviye güç sağlamaktadır (Deniz ve Atışman, 2017: 59).

Kayseri medeniyetler beşiğindeki konumu ile gastronomi turizmi potansiyeli açısından Türkiye’de önemli bir yere sahiptir. Bir takım çalışmalar olması ile birlikte Kayseri’nin yemek kültürünü ve gastronomik değerlerini tanıtmaya yönelik yayın ve tanıtım çalışmalarının sayısı sınırlıdır. Gesi Ceviz ve Gilaboru Şenliği (Ekim), Akkışla Yoğurt ve Kilim Festivali (Haziran) Yeşilhisar Kültür ve Kayısı (Temmuz), Hasancı Pilav Şenliği (Temmuz), İncesu Kültür Turizm ve Üzüm Festivali (Eylül), Pastırma Festivali (Eylül), Yamula Patlıcanı Festivali (Ağustos-Eylül) Yahyalı Çilek- Kiraz Festivali (Haziran) ve Uluslararası Kayseri Pastırma, Sucuk ve Mantı Festivali (Aralık) olmak üzere her yıl düzenli olarak dokuz adet festival yapılmakta, farklı illerde düzenlenen Kayseri Tanıtım Günlerine, ulusal ve uluslararası fuarlara katılım sağlanmaktadır (Festivall, 2021: Gezimanya, 2021, Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021). Bu etkinliklerle Kayseri yöresel yemekleri ve diğer yerel/yöresel ürünler tanıtılmaktadır. Kayseri’nin 21.07.2021 tarihi itibarıyla mevcut coğrafi işaretli ürün sayısı 21 adettir. Bu coğrafi işaretli ürünlerin 16 tanesi tescillenmiş ürünler olup 5 tanesi başvuru aşamasındadır (Türkpatent, 2021). Başvuru aşamasındaki ürünler; Develi Gaceri, Kayseri Katmeri, Kayseri Tandır Böreği, Kayseri Yağlaması ve Özvatan Çömlek peyniridir. Bu ürünlerinde en kısa zamanda tescilleneceği düşünülmektedir (Özer, 2021).

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 “Zengin kültürel ve doğal değerlere sahip kentlerimizin markalaştırılarak, turistler için bir çekim gücü haline getirilmesi”(TTS, 2023) stratejisi birçok ilde olduğu gibi marka kültür kentleri oluşturulabilecek Kayseri içinde yerel yönetimler tarafından benimsenmiştir.

2.2. UNESCO yaratıcı şehirler ağı (creative cities network)

UNESCO genel konferansında "Kültürel Çeşitlilik Küresel İttifakı" kapsamında 2004 yılında alınan kararlar ile kurulan Yaratıcı Şehirler Ağı, dış kaynaklar aracılığıyla desteklenen bir girişimdir. Tasarım, Edebiyat, Zanaat ve Halk Sanatları, Müzik, Medya Sanatları, Sinema/Film ve Gastronomi olarak yedi farklı temada yapılmaktadır (UNESCO, 2021). Belirlenen bu temalarla Yaratıcı Şehirler Ağı öncelikle yaratıcılığı desteklemeyi amaçlamıştır. Sonrasında bu yaratıcılığı uluslararası iş birliğini geliştirmeyi sağlamak amacıyla stratejik bir faktörü olarak belirlemiştir. Özellikle ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel sürdürülebilir kalkınmanın farklı şehirler arasında olması gerekliliğini vurgulamaktadır (Gürbüz vd., 2017: 127). Bu vizyonunun doğruluğu günümüzdeki bu ağa dahil olmak isteyen kentlerin fazlalığından görülmektedir. Dünyanın farklı ülkelerinden 252 üye kenti bulunmakta olup, gastronomi kenti temasında içerisinde bulunan 36 şehir Tablo 1'de yer almaktadır (UNESCO, 2021).

Tablo 1. Gastronomi Alanında Yaratıcı Şehirler Ağına Üye Şehirler (UNESCO, 2021).

Kent	Ülke	Katılım Tarihi	Kent	Ülke	Katılım Tarihi
Afyonkarahisar	Turkey	2019	Hyderabad	India	2019
Alba	Italy	2017	Jeonju	South Korea	2012
Arequipa	Peru	2019	Macao	China	2017
Belém	Brazil	2015	Mérida	Mexico	2019
Belo Horizonte	Brazil	2019	Östersund	Sweden	2010
Bendigo	Australia	2019	Overstrand Hermanus	South Africa	2019
Bergamo	Italy	2019	Paraty	Brazil	2017
Bergen	Norway	2015	Parma	Italy	2015
Buenaventura	Colombia	2015	Phuket	Thailand	2015
Burgos	Spain	2015	Popayan	Colombia	2005
Chengdu	China	2010	Portoviejo	Ecuador	2019
Panama City	Panama	2017	Rasht	Iran	2015
Cochabamba	Bolivia	2017	San Antonio, Texas	U.S.A.	2017
Dénia	Spain	2015	Shunde	China	2014
Ensenada	Mexico	2015	Tsuruoka	Japan	2014
Florianópolis	Brazil	2014	Tucson, Arizona	U.S.A.	2015
Gaziantep	Turkey	2015	Yangzhou	China	2019
Hatay	Turkey	2017	Zahlé	Lebanon	2013

Kaynak: (UNESCO, 2021).

Bu çalışmanın yapıldığı 2021 Nisan-Eylül ayları itibariyle Türkiye’de UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına gastronomi temasında 2015 yılında Gaziantep, 2017 yılında Hatay ve 2019 yılında üye üç şehir bulunmamaktadır. Yaratıcı Şehirler Ağı dahil olmanın, kentler için güçlü ve başarılı bir tanıtım ile pazarlama aracı olabilmektedir (Ajanovic ve Çizel, 2015: 8). Ulusal turizmin geliştirilmesi için kamu kurumları ve özel sektör iş birliği ile uluslararası kuruluş tarafından sağlanan kaynaklarla birlikte, Yaratıcı Şehirler Ağı’nın kentin tanıtımında ve markalaşmasında önemli bir faktör olduğu bilincinde olan Kayseri Büyükşehir Belediyesi bünyesinde uzman bir ekip kurarak üye olma sürecini takip etmektedir. Yaratıcı Şehirler Ağı’na dahil olarak temalarıyla ilgili dünyadaki gelişmeleri takip etme ve yeniliklerden faydalanma avantajı sağlamaktadır. Bunun yanında bu kentleri ziyaret edenlerin kendi deneyimlerini paylaşması ülkeler için önemli tanıtım fırsatı oluşturmaktadır. Turizm literatüründe yapılan tarama da Kayseri turizmi ve gastronomi turizmi konusunda yapılan çalışmalara ulaşılmış fakat Kayseri’nin UNESCO sürecine ait çalışmalara ve bu sürecin planlamaları gösteren bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Türkiye’deki Yaratıcı Şehirler Ağı içerisinde bulunan 7 kent Tablo 2’de ve ağa başvuru yapan kentler ise Tablo 3’te yer almaktadır (UNESCO, 2021).

Tablo 2. Türkiye’nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Üye Şehirleri

Kent	Tema	Katılım Tarihi
Afyonkarahisar	Gastronomi	2019
Gaziantep	Gastronomi	2015
Hatay	Gastronomi	2017
İstanbul	Tasarım	2017
Kırşehir	Müzik	2019
Kütahya	Zanaat ve Halk Sanatları	2017

Kaynak: (UNESCO, 2021).

Tablo 3. Türkiye UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Başvuru Listesi

Kent	Tema	Başvuru Tarihi
Adana	Gastronomi	2021
Balikesir	Gastronomi	2021
Bursa	Zanaat ve Halk Sanatları	2021
Diyarbakır	Gastronomi	2021
İzmir	Tasarım	2021
Kahramanmaraş	Edebiyat	2021
Konya	Gastronomi	2021
Sivas	Müzik	2021
Şanlıurfa	Müzik	2021
Kayseri	Gastronomi	2021

Kaynak: (UNESCO, 2021).

3. Yöntem

Çalışmada belirli bir eylemin, düşüncenin ve davranışın arkasındaki nedenleri anlamının yolu olan nitel araştırma yöntemi, nicel araştırma teknikleri ile elde edilmesi zor olan düşünce ve motivasyon hakkındaki bilgiye ulaşma, daha önce düşünülmemiş bilgileri keşfedebilme, sorunların detayına inebilme ve daha detaylı tanımlama gibi avantajlarından dolayı tercih edilmiştir (Gürbüz vd., 2017: 130; Seaton ve Bennett, 1996). Bu çalışma Kayseri'de turizm konusunda faaliyet gösteren yerel yönetimler, kamu kurumları, akademi, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör temsilcilerinin katılımı ile yapılmıştır. Görüşme yapılacak kişiler resmî kurumlarda yürütme ile ilgili yetkililer, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarında ise turizm konusunda aktif olarak yer alan kişiler arasından belirlenmiştir. Çalışmada veriler yüz yüze görüşme tekniği (mülakat) ile toplanmıştır. Araştırmada kullanılan görüşme formu yazın taramasına bağlı kalınıp Gürbüz ve diğ. (2017) yaptığı "Mardin'in UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağında "Gastronomi Kenti" Olabilirliğine İlişkin Paydaş Görüşleri" adlı araştırmadan uyarlanarak ve uzman görüşleri alındıktan sonra 16 adet soru oluşturulmuştur.

Çalışma Nisan-Eylül 2021 tarihleri arasında tamamlanmıştır. Mülakatlar süresi ortalama kırk dakika olmuştur. Görüşme formları önceden hazırlanmış, verilen cevaplar formlara kaydedilerek yorumlanması için toplanmıştır. Elde edilen verilerin alanında uzaman farklı araştırmacılar tarafından yorumlanması sağlanmıştır. Toplanan verilerin geçerlik ve güvenilirliğinin sağlama amaçlı uzman görüşüne sunularak teyit amaçlı konu ile ilgili olarak farklı üniversitelerde turizm fakültelerindeki gastronomi uzmanı akademisyen görüşlerine başvurulmuştur. Bununla beraber katılımcıların görüşlerinin bulgular kısmında doğrudan aktarım yoluyla gösterilerek güvenilirliği sağlamaktadır (Bilim, 2007).

4. Bulgular

Kayseri’de turizm ve gastronomi konusunda uzman ve/veya faaliyet gösteren 3 Yerel Yönetimler (Büyükşehir Belediyesi), 3 Kamu Kurumu, 2 Ticaret Odası, 5 Akademi (Turizm İşletmeciliği, Gastronomi ve Mutfak Sanatları), 5 Özel Sektör ve 3 Sivil Toplum Kuruluşu temsilcisi olmak üzere toplam 21 kişi ile görüşmeler tamamlanmıştır. Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler soru başlıkları altında toplanmıştır. Katılımcıların bazılarının gastronomi ve turizm sahasındaki deneyimleri; çalıştıkları kamu ya da sivil toplum kuruluşu ya da belediyedeki faaliyetleri kaynaklıdır. Diğer kısmı ise gastronomi eğitimi, gastronomi organizasyonu, yiyecek-içecek işletmesi yönetme ve benzeri konular üzerinde uzmandırlar.

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı hakkında bilginiz var mı?

Yaratıcı Şehirler Ağı hakkında bilgisi olduğunu belirten on yedi katılımcıdan on tanesi Yaratıcı Şehirler Ağı konusunda detay bilgiye sahiptir, diğer yedi katılımcı ise Ağ hakkında kısmen bilgi sahibidir. Katılımcıların iki tanesi ise Kayseri Büyükşehir Belediyesi’nin kendilerini UNESCO toplantılarına davet etmesi üzerine bilgi sahibi olduğunu belirtmektedir. İki katılımcı özel sektör katılımcısı ise konu hakkında bir bilgiye sahip olmadığını belirtmişlerdir. Yaratıcı Şehirler Ağı hakkındaki bilgisi olmayan katılımcılar ve kısmi bilgisi olan katılımcılar bu çalışmanın dikkatlerini çektiğini ve konu hakkında araştırma yapacaklarını belirtmişlerdir.

Kayseri gastronomi şehri olabilir mi? Olabilir ise bu sürecini kim yönetmelidir?

Kayseri'nin bir gastronomi şehri olabileceği konusunda ve sürecin belediye tarafından yönetilmesi konusunda tüm katılımcılar hemfikirlerdir. Özellikle konu hakkında detaylı bilgiye sahip olan katılımcılar (akademi, uzman, kamu ve belediye çalışanları); başvuruyu yapan belediyenin süreci yürütmekle sorumlu olduğu fakat bu sürecin şehrin bir değeri olduğunu belirterek, gastronomi ve turizm ile ilgili tüm kuruluşların (stk, akademi, özel sektör vb.) resmi olmasa da sosyal sorumlu olarak bu sürecin içerisinde bulması gerektiğini belirtmişlerdir.

Kayseri'de gastronomi turizminin geliştirilmesi yönündeki çalışmaları sizce kim yönetmelidir?

Katılımcıların on dördü belediye, sivil toplum kuruluşları, akademi, kamu ve özel sektör temsilcilerinden oluşan bağımsız bir komisyon tarafından yürütülmesinin en sağlıklı ve verimli yöntem olacağı konusunda fikir birliğindedirler. Diğer katılımcılar beşi ise belediye ve kamunun bu süreci elindeki olanaklar sebebiyle yürütmesi gerektiği fikrindedirler. İki katılımcı ise bu soruya cevap vermemeyi tercih etmiştir.

Gastronomi şehri olmanın Kayseri'ye sağlayacağı katkılar/faydalar neler olabilir?

Katılımcıların tümü gastronomi şehri olmanın Kayseri'nin ulusal ve uluslararası platformda tanıtımına katkıda bulunarak fayda sağlayacağı konusunda hemfikirlerdir. Hem fikir oldukların bir diğer husus ise turizmi dört sezona yayarak ekonomik kalkınmaya destek olacağı konusundadır. Bazı katılımcılar ise ekonomik faydalarının yanında sosyo-kültürel fayda sağlayacağı konusunda fikir birliğine sahiptirler. Üç katılımcı ise istihdam ve sektördeki işletme aratışı ile rekabet daha kaliteli ve iyi hizmet sunulabileceğini belirtmişlerdir.

Gastronomi kenti olmak için hangi faaliyetler yapılmalıdır?

Katılımcılar tarafından hemfikir olunan konu yerel/yöresel/bölgesel yemeklerin hikayeleri ile beraber kültürüne ve reçetelerine sahip çıkılarak bunları öncelikle değerlendirerek gastronomiye kazandırılması gerekliliğidir. Bazı katılımcılar ise coğrafi işaretleme sistemine ürünlerin başvurusu yapılması gerekliliği konusunda fikir belirtmişlerdir. Katılımcıların yarısından çok kısmı ise yemek yarışmaları, gastronomi festivalleri,

turizm ve gastronomi alanında kongre ve çalıştaylar yapılmasının gastronomi kenti olma yolunda faydası olacağını belirtmişlerdir. İki katılımcı Birleşik Milletlerin sürdürülebilir kalkınma planına uygun olarak gastronomiyi kapsayan çalışmalara başvuru yaparak yürütülmesi olduğu ifade etmiştir. Üç katılımcı ise yemekleri ortaya koyan işletmeler özellikle bunları yapan aşçılara ve şeflere sahip çıkılması gerekliliğini düşünmektedirler. Bazı katılımcılar ise şehrin bütün paydaşlarının birlikte hareket etmesini sağlamanın gastronomi kenti olmak için gerekliliğini belirtmişlerdir.

Kayseri’de öne çıkan yöresel yiyecek-içecekler nelerdir?

Katılımcıların tümü mantı türleri, pastırma, sucuk, yağlama ve gilaburu suyu konusunda hemfikir olarak bunları Kayseri’de akla gelen ilk yiyecek ve içecekler olarak belirtmişlerdir. Yine katılımcıların verdiği cevaplar birleştirilerek Kayseri’nin öne çıkan yiyecek-içecekler şu şekilde; develi cıvıklısı, fırınağzı, nevine, aside, pehli, pöç, sucuk içi, çemen, kurşun aş, çerkez peyniri, katmer, açma kete, velibah, yahyalı çileği, erkilet asması, cırgalan biberi, arabaşı, börek aş çorbası, etli yaprak sarma, pırtım pıt, şaştım aş, dolaz, gendime, gubate, haluj, güllü baklava ve kedi bacağı olarak belirtmişlerdir.

Kayseri’deki restoranlarda sunulan yerel yiyecek-içeceklerin sunumu yeterli mi?

Katılımcıların tamamı Kayseri’deki yiyecek-içecek işletmelerinde sunulan yerel/yöresel/bölgesel yiyecek içeceklerin geleneksel reçeteye uygun olarak yapılıp, sunulma konusunda çok yeterli olmadığını, sunum konusunda geliştirilmesi konusunda hemfikir olduklarını belirtmişlerdir. Bazı katılımcılar öneri getirerek özellikle alt yapı oluşturularak restoran sayısını artırarak gelişmeler gösterebileceğini belirtmişlerdir.

Kayseri’nin yöresel yiyecek ve içecekleri menüsünde bulunduran yeterli sayıda restoran mevcut mu?

Katılımcıların tamamı Kayseri’de yerel/yöresel/bölgesel yiyecek ve içecekleri menüsünde bulunduran çok sınırlı sayıda restoran bulunduğunun belirtmektedirler. Kayseri’de yemeği nerede yenir? Sorusuna verilen cevaplardaki işletme adı birkaç taneyi geçmemektedir. Ayrıca katılımcılardan bazıları

desteklemeler ile beraber mevcut sayıların artırılabilceği konusunda görüş belirtmişlerdir.

Kayseri'ye gelen ziyaretçilerin Kayseri'de tatmak ve almak istedikleri ürünler nelerdir?

Katılımcıların tamamı pastırma, sucuk, mantı ve gilaburu suyu Kayseri'yi ziyaret eden misafirlerin bildikleri ve dememek istedikleri gastronomik ürünler olarak belirtmişlerdir. Akademisyen olan katılımcıların gastronomi alanındaki tespitleri ticarileşmiş olan ürünler yaşamlarına devam edebiliyor ama diğer yöresel ürünler maalesef kaybolmaya mahkûm oldukları yönündedir.

Yerel mutfağın tanıtımına yönelik hangi çalışmalar yapılmaktadır/yapılmalıdır?

Katılımcılar yerel/yöresel/bölgesel mutfağın tanıtılmasına yönelik olarak gerçekleşen çalışma sayısı oldukça sınırlı olgu fikir birliğindedirler. Katılımcıların geneli yeni bir slogan oluşturulması, sosyal medya ile desteklenmesi, eğitimler verilmesi, reklam verilmesi, ünlü gurmelerin çağırılması, gastronomi etkinliklerinin yapılması ve sektörde ünlü şeflerle söyleşilerin yapılması konusunda fikir birliğindedirler. Gastronomiyi yakından takip katılımcılar 2019 yılında Kayseri Mutfağı ve Yemek Kültürü konusunda Kayseri Gastronomi Çalıştayı gibi yapılmış olan çalışmaların tekrardan olması gerekliliği hakkında fikir birliğindedirler. Özellikle ticaret odasından katılan katılımcıların coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımda rolünün büyük olduğu düşüncesi ile bu alanda kurum olarak birçok coğrafi işaretli ürüne başvuruda bulduklarını belirtmişlerdir. Coğrafi işaretin gastronominin tanıtımında olmazsa olmazı görüşündedirler.

Yöresel mutfağın orijinalliğinin korunmasına yönelik önerileriniz nelerdir?

Katılımcılar geneli yerel/yöresel/bölgesel yemeklerin reçetelerinin gün yüzüne çıkartılması, uygulanması ve reçetelerin tescillenerek koruma altına alınmasının yerel/yöresel/bölgesel mutfağın orijinalliğinin korunmasına katkı sağlayacağı fikrindedirler. Bazı katılımcılar ise usta-çıraklık ilişkisinin yok olduğu düşüncesiyle geleneksel yemeklerin yeni nesillerce yeterince bilinmediği, bazı yemeklerin çok az sayıda yaşlı kişi

tarafından yapılabildiği düşüncesindedirler. Katılımcılar mutfağın orijinalliğinin ve çeşitliliğinin korunması için reçetelerin korunmasının yanında, yapım şeklinin video vb. kayıt altına alınmasının önemli olacağını belirterek, halen mevcut bilgi ve tecrübenin kurslarla ve atölye çalışmaları ile yeni nesillere aktarılmasının önemine değinmişlerdir.

Kayseri gastronomi turizminin geliştirilmesi ile ilgili önerileriniz nelerdir?

Katılımcılar ortak görüşleri gastronomi için komisyon kurularak, bu komisyonun çalışmalarına destek olunması sağlamak ile süreç içerisinde sebatkâr davranarak işin sonunu getirme gerektiği önerisinde bulunmaktadırlar. Bazı katılımcılar önerilerin gerçekleştirilmesi için turizm ve gastronomi stratejik planının oluşturulması gerektiğini vurgulamıştır.

Kayseri'de, gastronomi çalışanlarının birlikte olduğu sivil bir girişim veya topluluk bulunmakta mıdır?

Katılımcıların büyük kısmı bilgileri dahilindeki kurumsal çalışan bir STK olmadığını belirtmişlerdir. Bazı katılımcılar ise bölgede az sayıda derneğin faaliyet gösterdiğini belirtmişler, örnek olarak Kayseri Gastronomi ve Mutfak Sanatları Derneği'ni vermişlerdir.

Kayseri'de gastronomi turizmi çalışmalarını yönlendiren bir kurum var mıdır?

Katılımcıların yarıdan fazlası konu hakkında bilgisi olmadığı belirtmişlerdir. Belediye bünyesinde ve konunun uzmanı olan katılımcılar ise Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nin bünyesinde kurduğu bir ekiple bu çalışmalara yön verdiğini belirtmişlerdir.

Gastronomi Turizminin geliştirilmesi konusunda bir fikriniz, plan programınız var mı?

Katılımcılardan bir kısmı konuya ilişkin fikir beyan ederken sadece olduğunu belirterek yetinmiştir. Diğer katılımcılar genel olarak tanıtım, reklam ve halkın tamamının katılımının sağlanacağı gastronomi festivalleri ve şenlikleri gibi etkinlikler düzenlemenin gerekliliğini hususunda fikir beyan etmişlerdir. Özel sektör temsilcilerinden bir katılımcı ise şu anda yöresel yemekleri en iyi şekilde sunmaya çalıştığı ve bu konuda alanında uzman olan

kişilerden destek aldığı belirterek, böyle bir yöntemin kullanılabilceğine değinmiştir.

Kayseri'de gastronomi turizminin geliştirilmesi için hangi paydaşlara hangi görevler düşmektedir?

Katılımcıların tamamı yerel yönetimlerin yani Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nin desteği olmadan Kayseri'de gastronomi turizminin istediği yere gelmesinin mümkün olmadığını belirtmişlerdir. Bazı katılımcılar ise kurum kurum ayırarak aşağıdaki şekilde görevler hakkında görüş beyan etmişlerdir:

- Yerel yönetimler: Gastronomi hakkında toplantı, kongre reklam, pr, çalışmalarını organize etmek,
- Merkezi yönetim: Ulusal tanıtıma ve reklam çalışmalarına destek vermek,
- Üniversite ve Diğer Eğitim Kurumları: Ürün ve mamullerin bilimsel reçetelerinin çıkartılması, öğrencileri en iyi şekilde gastronomi alanında eğitme ve gastronomi sektörüne hazırlama, son olarak da özel sektöre danışmalık yapma gerekli durumlarda workshoplar gerçekleştirme,
- Özel sektör: Kaliteli personel çalıştırarak müşteri memnuniyetini en üst seviyede tutmak, yeni eğitilmiş personellere istihdam sağlamak olarak fikirlerini belirtmişlerdir.

5. Sonuç ve Öneriler

Yapılan araştırmanın neticesinde, araştırma amacında belirtilen konularda yeterli bilgiye ulaşılmıştır. Araştırmada elde edilen bilgilere dayanarak yapılan değerlendirmeleri ve önerileri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür.

Araştırmada görüşlerine başvurulmuş kurum, kuruluş temsilcileri Kayseri'nin gastronomi kenti olmasının önünde herhangi bir engel olmadığını vurgulamakta ve bunun turizmin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi kapsamında gastronomi turizmi ile ön plana çıkarılmasının gerekliliğinin önemi belirtilmiştir. Katılımcılarında belirttiği gibi yöresel/yerel/bölgesel mutfak değerlerinin korunarak tanıtılması ve pazarlanması Kayseri'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına girebilmesinin anahtarı olacaktır. Bu yönde paydaşlardan oluşan komisyona büyük görevler düşmektedir.

Katılımcıların sadece ikisinin UNESCO –Yaratıcı Şehirler Ağı hakkındaki bilinirlik düzeyi az veya yoktur. Araştırmayla beraber en azında tüm katılımcılar bu ağdan haberdar olmuş ve konu hakkında merakları oluşmuştur. Tüm katılımcılar ağa katılmanın Kayseri için öneminin bilincinde ve bu durumu desteklemektedirler. Paydaşların arasında bu görüş ve fikir birlikteliği Kayseri'nin en kısa sürede gastronomi kenti olabileceğini işaret etmektedir.

Kayseri yerel/yöresel mutfağının ve gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik çalışmalar önceki etapta sınırlı olsa da, kayserinin Yaratıcı Şehirler Ağına başvuru süreciyle güzel bir ivme kazanmış olduğunu yerel, ulusal medya, sosyal medya ve paydaş görüşleri ile tespit edilmiştir. Böyle bir süreçte Kayseri Büyükşehir Belediye'sinin halkın desteğini almış olması bu konudaki yatırımları artırmış ve gastronomi turizmine bölgesel olarak katkıda bulunmaktadır.

Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nin önderliğinde paydaşların katılımı ile yürütülen kapsamlı, planlı bir çalışma yapılarak sürecin takibi alanında uzman bir danışman tarafından sürdürülmektedir. Yürütülen çalışmalar kurumlar tarafından diğer paydaşlarla işbirliği ve uzun vadeli planlara bağlı yürütülmek istendiği kamu kurumu ve belediye katılımcılarının ifadeleri anlaşılmaktadır.

Katılımcıların ifadelerinin sonucunda mantı türleri, pastırma, sucuk, yağlama ve gilaburu suyu Kayseri'de akla gelen ilk yiyecek ve içeceklerdir. Kayseri yöresel mutfağının bilinirliği bunlarla sınırlı kalmamalıdır. Öncelikle araştırma sonucunda elde edilen mutfak verilerindeki; develi cıvıklısı, fırınağzı, nevzine, aside, pehli, pöç, sucuk içi, çemen, kurşun aşısı, çerkez peyniri, katmer, açma kete, velibah, yahyalı çileği, erkilet asması, cırgalan biberi, arabaşı, börek aşısı çorbası, etli yaprak sarma, pırtım pıt, şaştım aşısı, dolaz, gendime, gubate, haluj, güllü baklava ve kedi bacağı gibi ürünler belediyenin öncülüğünde tüm paydaşlarla beraber kayseri gastronomi turizminde bilinirliğinin artırılması gereklidir. Bunun için tanıtımın en iyi şekilde planlanması ve uygulaması yapılması gereklidir. Günümüzde en iyi tanımdım araçlarından biri sosyal medyadır. Belediye bünyesinde bir sosyal medya hesabı oluşturmuştur. Bu hesabı aktif ve etkin şekilde kullanma yollarına gidilmesi gereklidir. Sosyal medya hesabında sadece haberler olmamalı aynı zaman insanların dikkatini çekecek

promosyonlar hediyeler ve çekilişlerle takip edilmesini artırmak gereklidir. Böylelikle dünyanın birçok yerinde Kayseri gastronomisinin tanıtımı sağlanabilir.

Kayseri'de ulusal turizm gelirlerinden daha fazla pay almak, şehrin marka değerini ve tanınırlığını yükseltmek, sektördeki işletmeleri geliştirmek, eğitilmiş istihdamı sağlamak, hizmet kalitesini artırmak ile yeni yatırımlar ve benzeri faydalar için turizmin çeşitlendirilmesi gerekmektedir. Kayseri farklı turizm türleri açısından potansiyele sahiptir, tüm bu turizm çeşitlerinin potansiyelin desteklenmesi ve çeşitlendirilmesi açısından gastronomi turizmi geliştirilmesi en gerekli olan turizm çeşididir. Gastronomi turizmi gibi geniş bir kitleyi kapsayan araştırmalar bir yapıda olması nedeniyle akademik kurumlar öncülüğünde yapılması paydaşların tümünü kapsayacak ve sürükleyebilecektir. Araştırmada katılımcıların büyük bir kısmı tarafından da önerildiği görülmektedir. Paydaşların görüşleri dikkate alınarak akademi öncülüğünde bir yol haritası oluşturulması hem Kayseri'nin ağı üyeliğinin kabulünde hem de gastronomi turizminin gelişmesinde etkili olacaktır.

Araştırmanın bulguları ışığında Kayseri'deki gastronomi ile ilgili kurum ve kuruluşların gastronomi kenti olmada istekli oldukları görülmektedir. Bununla beraber tüm paydaşların mümkün olduğunca Kayseri gastronomi turizminin geliştirilmesi hususunda taşın altına elini koydukları görülmektedir. İlginin ve desteğin bu kadar yoğun olduğu durumda Kayseri gastronomi kenti olabilirliğinin oranı yüksektir. Bu çalışmanın bundan sonraki Kayseri gastronomi turizmi, yöresel mutfağı, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı ve benzeri konularındaki bilimsel çalışmalara kaynak olması düşünülmektedir.

Kaynakça

- Ajanovic, E. ve Çizel, B. (2015). UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı ile Antalya Kentinin Değerlendirilmesi. *Mediterranean Journal of Humanities*, V(1): 1-16.
- Akdu, U. ve Akdu, S. (2018). Turizm Tanıtımında Gastronomik Değer Vurgusu: Unesco Gastronomi Şehirleri Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4): 933-952

- Akın, A. G. N., ve Bostancı, A. G. B. (2017). Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında Gaziantep: Mevcut Raporlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Sustainable Development*, 8(19): 110-124.
- Bekar ve Kılınc, (2014) Turistlerin Gelir Düzeylerine Göre Destinasyondaki Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılımları. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 4 (1): 19-26.
- Bilim, Y. (2007). Görüşme Tekniği ve Araştırmalarda Kullanımı. A. Yüksel, B. Mil, Y. Bilim içinde, *Nitel Araştırma: Neden, Nasıl, Niçin?* (s. 27-42).Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çokışler, N. ve Türker, A. (2015). Mutfak Kültürünün Turizm Ürünü Olarak Kullanım Etkinliğinin İncelenmesi: Ayder Turizm Merkezi Örneği. *GÜSBED*, 6(14): 122-136.
- Deniz, T. ve Atışman, E. (2017). Kayseri İlinin Gastronomi Turizmine Yönelik Bir Swot Analizi Çalışması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3): 56-65.
- Festivall (2021). Kayseri Festivalleri. Retrieved from <https://festivall.com.tr/il/38/kayseri-festival/>
- Gezimanya (2021). Kayseri'deki festivaller, Retrieved from, <https://gezimanya.com/turkiye/kayserideki-festivaller>
- Görkem, O. ve Sevim, B. (2011). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'de Yükseköğretim Düzeyinde Mutfak Eğitiminin Genel Görünümü. *I. Uluslararası Turizm ve Otelcilik Sempozyumu*, Konya: Selçuk Üniversitesi, s. 73- 83.
- Gürbüz, S., Özaltaş Serçek, G. ve Toprak, L. (2017). Mardin'in UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağında "Gastronomi Kenti" Olabilirliğine İlişkin Paydaş Görüşleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(1): 124-136.
- Karahan M., Bal V. ve Çağatay U. (2013). Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi ve Gelişiminde Yerel Aktörlerin Rolü: Gaziantep Örneği. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 50(578): 61-75.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021). Kayseri turizmi, tarihçesi, festivalleri, fuarları ve yerel etkinlikleri. Retrieved from: <https://kayseri.ktb.gov.tr/TR-55098/turizm.html>, <https://kayseri.ktb.gov.tr/TR-111074/festivaller-fuarlar-ve-yerel-etkinlik-takvimi.html>, <https://kayseri.ktb.gov.tr/TR-54965/tarihce.html>.

- Özer, O. (2021). Kayseri Hürmetçi Sazlığı'nın Coğrafi İşaretli Ürün Potansiyeli ve Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Research Institute*, 2 (2): 107-125.
- Sarıkaya, G, S. ve Düşmezkalander, E. (2020). Gastronomik Öğelerin Turizm Tanıtım Faaliyetlerindeki Yeri: Tanıtım Bültenleri Üzerine Bir Araştırma. *BMIJ*, 8(2): 2431-2448. doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v8i2.1500>.
- Seaton, A. V. ve Bennett, M. M. (1996). *Marketing Tourism Products: Concepts, Issues, Cases*. Oxford: Thomson Business.
- Serçek, S. ve Özaltaş Serçek, G. (2016). Turist Deneyimlerinin Müşteri Odaklı Marka Değerine Etkisinin İncelenmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(42): 1621-1629.
- Şahin, G. G. ve 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.
- Tosun, C., ve Bilim, Y. (2004). Hatay'ın Turistik Bir Şehir Olarak Pazarlanması. 1. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, 15-16 Nisan 2004, 269-288.
- Türkpate (Türk Patent ve Mark Kurumu) (2021). Coğrafi işaretler, Retrieved from, <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/>
- TÜRSAB (2020). Türsab gastronomi turizmi raporu. Retrieved from, https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmiraporu_12302_3531549.pdf.
- TTS. (2007). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı 2007-2013.Yayın No: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları 3085 ISBN 978-975-17-3260-6
- UNESCO (2021). Yaratıcı Şehirler Ağı, Retrieved from, <https://www.unesco.org.tr/Pages/88/129/UNESCO-Yarat%C4%B1c%C4%B1-S%CC%A7ehirler-Ag%CC%86%C4%B1>

ERZURUM İLİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Ayşegül DAŞDEMİR

Doktorant, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler
Enstitüsü, Konya, Türkiye, d.ayysegul@gmail.com

Ayşe Büşra MADENCİ

Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Gastronomi ve
Mutfak Sanatları Bölümü, Konya, Türkiye, abmadenci@gmail.com

Yeliz PEKERŞEN

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak
Sanatları Bölümü, Konya, Türkiye, yeliz.ulusan@gmail.com

1. Giriş

İnsanlar için fiziksel bir ihtiyaç olan yeme-içme eylemi aynı zamanda bir eğlence unsuru olarak nitelendirilmektedir. Yeme-içme olgusu insanlık var olduğundan bu yana kültürel şekillenmeden ekonomiye, sosyolojik olaylardan politikaya kadar her konuda varlığı önemli bir olay olarak nitelendirilmiş ve bir statü göstergesi şeklinde değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda gastronomi kavramını, yeme-içme eyleminin bilim ve sanat dallarında bütünüyle araştırılması şeklinde açıklamak mümkündür (Özbay, 2017: 1). Gastronominin içeriğini yenilebilen her şey oluşturmaktadır (Brillat Savarin, 1971: 35). Gastronomi turizminin çeşitli yönleri göz önüne alındığında, yiyecek ve içeceğin turizm pazarlama stratejilerine nasıl bir katkı sağlayacağına odaklanmak günümüz araştırmalarında oldukça önemlidir (Du Rand ve Heath, 2006: 209).

Dünyadaki her toplumun yemek kültürü birbirinden farklıdır. Bir toplum için kabul görebilen bir yemek diğer bir toplum için kabul edilemez nitelikte olabilir. Bununla birlikte bu

yemekler bazı insanlar için oldukça ilgi çekici olabilmekte ve kişinin o bölgeye ziyaretinde teşvik edici bir unsur olarak görülmektedir. Her toplumu birbirinden ayıran bu farklılıklar ve toplumların sahip olduğu zenginlikler, bugünkü turist profilinin zeminini hazırlamaktadır (Yüncü, 2010: 28). Gastronomi turizmi, ziyaretçilerin seyahat yerlerindeki otel restoran işletmelerindeki yemekleri tatmaktan ziyade yöreye özgü yiyecek ve içecekleri deneyimlemek amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatlerdir. Yiyecek ve içecekler toplulukların kendilerini ifade etme şekilleridir. Ayrıca gastronomide halkın kültürel yapısı yadsınamayacak bir öneme sahiptir. Bu kültürel yapı farkındalık yaratarak bölge turizmine etki edebilmektedir. Kültürün bir parçası olan yemekler bir bölgenin çekicilik unsuru olarak işlev görmektedir (Mckercher, vd., 2008: 138). Turizm sektöründe arayış içerisine giren turistler açısından en önemli görülen seçeneklerden biri ise gastronomi turizmidir (Güzel-Şahin ve Ünver, 2015: 64). Gastronomik ürünler destinasyonun tercih edilmesinde önemli bir faktör olmaktadır (Ergan vd., 2020: 2). Ziyaretçilerin bir bölgeye özgü yemekleri tüketmesi birçok etkiye neden olmaktadır. Yerel ekonomiye destek sağlayan yemekler, rekabet içinde olan rakiplerin farklı turizm çeşitliliklerini geliştirmeyi zorunlu kılmaktadır. Yörenin sahip olduğu yemekler rekabet üstünlüğü sağlayacaktır. Bir bölgeyi ziyaret eden turistin yemek için harcadığı para bölge halkı açısından ekonomik bir kazanç sağlamakta ayrıca sektörün gelişimini desteklemektedir (Yüncü, 2010: 30).

Bu doğrultuda Erzurum ili sahip olduğu doğal ve kültürel zenginlikler ile turizm bağlamında önemli bir potansiyel barındırmaktadır. Kentin dağlık bölgeleri, değişkenlik gösteren topoğrafik ve etnik yapısı, kültürel çeşitliliği, iklimi, sahip olduğu biyolojik çeşitliliği, tarihi ve turistik yapıları ve kış turizmi açısından oldukça önemli olan Palandöken Dağı Erzurum'un önemli değerlerindedir (Akpınar-Külekçi vd., 2019: 715). Bununla birlikte Erzurum ili sahip olduğu mutfak kültürü ile de dikkat çekmektedir. Erzurum yeme-içme kültürü bağlamında oldukça zengin bir şehirdir. Bu mutfağı diğerlerinden ayıran özellikler İpek yolunda bir kavşak noktası olması ve birçok medeniyete yaşam alanı sunmasıdır (Serçeoğlu, 2014: 38). Bu çalışmanın amacı zengin bir mutfak kültürüne sahip olan Erzurum ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin ele alınarak değerlendirilmesidir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. *Gastronomi ve Gastronomi Turizmi Kavramı*

Nesilden nesile aktarıldığı süre zarfında varlığını en uzun sürdüren unsur mutfak kültürü olmasına rağmen, bu alana gereken önem yakın zamana kadar verilmemekteydi. Farklı toplumları bir araya getiren ve ulusal duyguları gün yüzüne çıkaran mutfak kültürü bugün, yaşam şekillerinin, dini inanışların, süregelen alışkanlıkların, gelenek ve göreneklerin bir uzantısıdır (Sormaz vd., 2016: 725). Gastronomi bilimi çeşitli kültür ve toplulukların yeme-içmeye yönelik tutumlarındaki benzerlik ve farklılıklar bir bütün halinde deneyimleme olanağı sunmaktadır (Uyar ve Zengin, 2015: 358). Gastronomi; gıda bilimini, yiyecek-içecek sanatını ve lezzeti bir bütün haline getirerek beslenme zevkini açığa çıkarmaktadır (Gökdeniz vd., 2015: 16). Daha açık şekilde ifade edilecek olursa yeme-içme ve sofraya kurma bilimi ve sanatıdır (Sormaz vd., 2016: 726). Gastronomi turizmi ise; yiyecek-içecek tadımının ve üretiminin araştırılması ile beraber merak edilen mutfak kültürünü her yönüyle keşfetmek amacıyla gerçekleştirilen turizm aktiviteleri şeklinde tanımlanabilir (Long, 2004: 21). Gastronomi turizmi faaliyetlerine katılan turistlerin seyahat motivasyonlarının iki boyutu vardır. Bunlar; turistlerin yiyecek ve içecek ürünlerine, sunuma ve kültürüne yönelik ilgisi ve ziyaret edilen yerin kendine özgü yiyecek-içecek özelliklerinin olmasıdır (Türkay ve Genç, 2017: 225). Fiziksel bir ihtiyaç olan yemek yeme eylemi seyahat boyunca turistlerin ihtiyaç duyduğu bir aktivite olması dolayısıyla gastronomik unsurlar ve turizm aktiviteleri içerisinde yer almıştır. Gastronomi turizmi faaliyetlerine ilk kez 1998 yılında L. Long Culinary Tourism (Mutfak Turizmi) adlı eserinde değinmiştir (Kivela ve Crotts, 2006: 41). Gastronomi biliminin ilk çıkış noktasına yönelik farklı görüşler mevcuttur. Gastronomi terimi 1800'de ilk defa Fransız hukukçu Joseph de Berchoux'un "Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan" adlı eserinde dile getirilmiştir. Bu eserdeki bilgilere göre gastronomi; güzel ve nitelikli yemek yeme sanatı olarak tanımlanmıştır (Gürsoy, 2014: 12; Karaca vd., 2015: 28). Bu konuda bir diğer bilgi ise gastronomi teriminin ilk kez Antik Yunanistan'da kullanıldığı şeklindedir. Sicilyalı Yunan Arcestratus (M.Ö. 4. yüzyıl) Akdeniz Bölgesine yönelik bilinen ilk şarap ve yemek rehberi olma niteliğindeki kitabını kaleme almıştır (Özşeker, 2016: 5-6). Bir diğer kaynağa

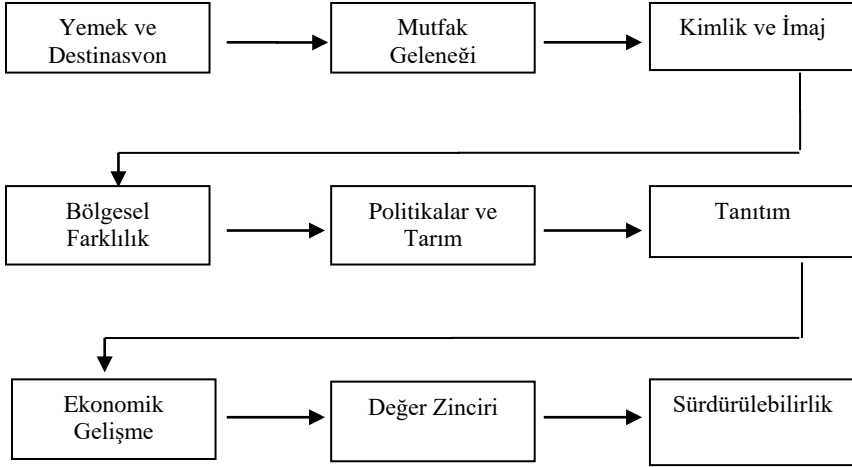
göre bilinen ilk yemek tariflerinin yemek meraklıları olarak bilinen Latin Apicius'lar tarafından M.Ö. I. yy-M.S. III. yy arasında meydana geldiği belirtilmektedir. Mezopotamya arkeologları yemek tarifi niteliğindeki ve M.Ö. 1700'lü yıllara ait olan çivi yazısı ile yazılan kil tabletlerini keşfetmiştir. IX. yüzyıla ait olan rölyeplerde de; yemeğin odun veya kömürde pişirilmesi, hazırlanışı ve son şeklini alıp kap kacağa konması aşamaları, hayvanın kesilip ayıklanması, fırında ekmek pişirme gibi işlemler resmedilerek anlatılmıştır (Fumey ve Etcheverria, 2007: 11).

2.2. Gastronomi Turizminin Önemi

Gastronomi unsuru yerel kimliği pekiştirme, kültürlerarası bağı artırma ve bölge ekonomisine sağladığı destek nedeniyle bölge halkına katkı sağlamaktadır. Ayrıca gastronomi turizminin ortaya koyduğu faydalar arasında; ziyaretçi sayısının artması, konaklama süresinin uzaması, ziyaretçilerin harcamalarının artması, alternatif turizm çeşitlerinin gelişmesi ve farklı ürünlerin sunulması gibi destekler yer almaktadır. Gastronomi destinasyonların gelişmesini sağlayarak, çevreye duyarlı alt yapı ve üst yapının iyileştirilmesiyle sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır (Yılmaz, 2017: 172). Birçok öneme sahip olan gastronomi turizmi sosyokültürel mirasın korunması, buna teşvik etmesi, tarihi ve kültürel mirasın korunarak gelecek nesillere aktarılması hususunda oldukça önemlidir (Birdir ve Akgöl, 2015: 65). Bununla birlikte gastronomi turizmi bulunduğu bölgeyi sadece ekonomik yönden değil sosyal ve kültürel yönden de etkilemektedir. Yerel kültürün ve kimliğin güçlenerek varlığını sürdürmesi, turistler ile paylaşılması, toplumsal beraberlik ve gururun meydana gelmesine de gastronomi turizmi katkı sağlamaktadır (Türkay ve Genç, 2017: 226). Yeme-içme ihtiyacı insanoğlunun yaşamını sürdürebilmesi için vazgeçilmez bir unsurdur. (Kılıç ve Albayrak, 2012: 707).

Gastronomi turizmi, turizm sektörünün rekabet ortamında ayakta durmasına ve yükselmesine katkı sunmaktadır. Ziyaretçilerin talepleri bölgenin mevcut kaynağı ile karşılanırsa, yerel gıda kaynaklı ekonomik gelir kayda değer bir destek sağlayabilir; aksi takdirde turizme ve bölgeye özgü varlıklara yönelik zararlı etkiler ortaya çıkabilir. Yöreyle özgü yemeklerin üretimi ve turizm arasındaki ilişki yerel kesime oldukça önemli bir katma değer sağlayabilir (Soner, 2013: 18). Bunu destekleyecek

nitelikte olan gastronomi ve ziyaret edilen yer arasındaki ilişki Şekil 1’de belirtilmektedir;



Şekil 1. *Yemek ve Yer İlişkisinin Destinasyona Katkısı (Soner, 2013).*

Bulunduğu çevrenin dışına çıkan turistlerin ziyaret ettiği yerdeki yöreye özgü çekicilikleri tecrübe etmesi turizm aktivitelerinin asıl nedenlerinden biridir. Bundan dolayı turizmde kazanım sağlamak isteyen yerler için asıl önemli ölçüt kendine has çekici unsuru bünyesinde barındırmasıdır (Türkay ve Genç, 2017: 211). Turizm çerçevesinde incelendiğinde şehirler, farklı özelliklerini ön planda tutarak şehrin pazarlanması amacıyla faaliyetler gerçekleştirmektedirler. Nitekim bu faaliyetlerden olan gastronomi popülaritesini her geçen gün arttırmaktadır. Gastronomi turizmi beraberinde şehirlere marka imajı kazandırmaktadır (Özaltaş-Serçek ve Serçek, 2015: 26). Dünya çapında gastronomik değerlerin korunması ve tanıtılması ile birçok şehir kayda değer iktisadi gelişmeler yaşamıştır. Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN) tarafından tescillenmiş olan; Popayan (Kolombiya), Chengdu, Shunde (Çin), Östersund (İsveç), Jeonju (Güney Kore), Zahle (Lübnan), Florianopolis, Belem (Brezilya), Tsuruoka (Japonya), Bergen (Norveç), Burgos, Denia (İspanya), Enseneda (Meksika), Gaziantep (Türkiye), Parma (İtalya), Phuket (Tayland), Rasht (İran) ve Tuscon (ABD) bu şehirler içerisinde en fazla bilinenleridir (Arıncı, 2020: 797).

2.3. Erzurum İli ve Gastronomi Turizmi Potansiyeli

Erzurum ili Doğu Anadolu Bölgesi'nde yer almaktadır. Şehir 1853 m rakıma sahiptir ve Türkiye'de bu yükseklikte kurulan en büyük yerleşim alanı özelliği taşımaktadır. Anadolu'nun en soğuk kuşağında yer alan şehrin yıllık sıcaklık değerleri 5-7°C'dir. Bir yılda ortalama 151 gün don olayı görülmektedir. Don olayının uzaması halinde, yağan karlar erimeden uzun zaman yerde kalabilir. Kışın yağışların az olması şehir yaşamını ve ulaşımı kolaylaştırmaktadır. Erzurum şehri, prehistorik dönemlerden bu yana ulaşım avantajı ve geniş tarım alanlarının potansiyelinden dolayı insanlara ev sahipliği yapmış bir şehirdir (Arınç, 2020: 798-799).

Bu şehirde gerçekleştirilen turizm aktivitelerini ele alacak olursak; Erzurum Kış Turizmi Gelişim Koridorunda değerlendirilmekte ve turizmdeki aktivitesini bütün bir yıla yansıtılmaktadır. Özellikle Palandöken ve civarında ortaya çıkan turizm etkinliklerinin çeşitlendirilmesine yol açmakta ve elverişli olan kırsal yerlerde rekreatif faaliyetlere olanak sunmaktadır (Cengiz ve Akkuş, 2012: 61). Erzurum ilinin iklim koşulları göz önünde bulundurulduğunda yöresel mutfak kültüründe et, bakliyat, tahıl, hayvansal yağlar, kurutulmuş sebze ve meyveler önem kazanmıştır. Bölgede hâkim olan hayvancılıktan ve iklim koşullarından dolayı yemeklerin etle pişirilmesine, hayvansal kaynaklı gıdaların artmasına neden olmuştur. Bununla birlikte yüksek kesimlerdeki meralarda farklı otlar yetiştirilmekte ve yöresel mutfağa farklı lezzetler kazandırmaktadır (Mil ve Denk, 2015: 3). Erzurum sadece kış turizmine yönelik yatırımlar gerçekleştirilmekte, farklı turizm aktivitelerini artırmak amacıyla alt yapı yatırımları hususunda gerekeni yapmamakta ve restorasyon faaliyetleri hızlı ilerlememektedir. Doğa yürüyüşleri amacıyla yapılan turistik aktiviteler yalnızca Erzurum'un İspir ilçesinin kuzeyinde yer alan Kaçkar dağlarında gerçekleştirilmekte bunun dışında bulunan dağlar ve yaylalar bölgesinde bu tarz girişimlere rastlanmamaktadır (Cengiz ve Akkuş, 2012: 72).

Tarihsel gelişim ve değişim bir bölgenin mutfak kültürünün belirlenmesinde oldukça önemlidir. Geçmişten günümüze kadar bir yörede bulunan insanlar, nüfus, bu insanların doğa ile bağı, gelişen yerleşim tarzları, iklim, coğrafik etmenler gibi birçok unsur mutfak kültürü üzerinde etki etmektedir (Ocak, 2016: 13).

Erzurum şehri kendine özgü mutfak kültürü ile özgünlük taşımaktadır. Özellikle yaygın olan bir takım yemek türleri Erzurum'dan Anadolu'ya yayılmıştır (Tezcan, 2019: 286). Erzurum'un mutfak kültürüne değinecek olursak hayvancılığın oldukça önemli olduğu şehirde hayvansal kaynaklı gıda ön plana çıkmaktadır. Bölgedeki ilerleyen hayvancılığa bağlı olarak süttten elde edilen peynirler hem ekonomiktir hem de evlerde gıda olarak tüketilmesinden dolayı önem taşımaktadır. Ayrıca bu bölgeye ait olan civil peyniri ve lor peyniri ülke çapında bir üne sahiptir (Serçeoğlu, 2014: 38-39). Erzurum'da bulunan geleneksel evlerde yer alan mutfak ve tandırlar, çoğu ilde bulunan tarihi evlerden mimari yapı olarak farklı olmaktadır. Zemin katta bulunan tandır evi dikdörtgen veya kare bir plana sahiptir. Evin büyüklüğüne göre tandır evi iki mekândan meydana gelebilir. Tandır evi, ambar ve kiler genellikle bitişik şekilde bir yapıya sahip olmakta ve ahır ile doğrudan bağlanmaktadır (Serçeoğlu, 2014: 39).

Erzurum ilinde bulunan restoranlar çoğu büyük illerde bulunan işletmeler ile aynı kalitededir. Bu işletmelerin %10'u civarı büyük alanlı, birden çok salonlu, iyi tefriş edilmiş, konforlu ve hijyene dikkat eden işletmelerdir. Ayrıca büyük çoğunluğunda ibadet mekânları, oyun alanları ve emzirme odaları mevcuttur. Şehirde bulunan restoran, cafe ve pastane tarzındaki işletmeler bir araya toplanma eğilimi göstermektedirler. Bundan dolayı bazı alanlar gastronomi koridoruna dönüşerek mevcut işletmelerin popülaritesi artmıştır. Gastronomi koridoru meydana getiren alanların başında Terminal Caddesi, Kongre Caddesi, Yenişehir, Yavuz Sultan Selim Bulvarı, Çat Yolu, Refik Saydam Caddesi, Mumcu ve Çaykara ile bağlantılı olan Cami Sokak ve Erzincan Kapı restoran işletmeleri yer almaktadır (Arınç, 2020: 807-809). Şehirlerin turizm sektöründe rekabet üstünlüğü sağlamak amacıyla gastronomi turizmine yönelik çalışmalara öncelik vermeleri ve mevcut gastronomik unsurları kullanarak markalaşma yoluna gitmeleri gerekmektedir (Serçeoğlu vd., 2016: 109).

3. Yöntem

Bu çalışma gastronomi turizmi potansiyeli ile ilgili literatürü desteklemek ve Erzurum ili gastronomi turizmi potansiyelini ortaya koyup, tanıtılmasını sağlamak amacıyla literatür tarama yöntemi ile hazırlanmış bir derleme çalışmasıdır.

4. Sonuç ve Tartışma

Turizm şehirler için ciddi bir gelir kaynağıdır. Gastronomi turizmi de bu gelir kaynakları arasında önemli bir noktada yer almaktadır. Yeme-içme hem gastronomi turizmi hem de kültür turizmi açısından turistlerin ilgisini her geçen gün daha fazla çekmektedir (İnce ve Samatova, 2018: 370). Erzurum ilinin doğa sporlarına (trekking, rafting, zirve tırmanışı vb.) uygunluğu, ulaşımın kolay olması, şehrin tarihi ipek yolu üzerinde yer alması, dağcılık ve dağ turizmi açısından yüksek değerli Palandöken Dağı'nın olması, halkın konukseverliği, alternatif turizm çeşitliliği (kış, termal, sağlık, doğa, suya dayalı turizm sporları, kültür, maç, yayla, dağ, kırsal, flora turizmi vb.) ve kış turizmine yönelik modern tesislerin varlığı turizm potansiyelinin güçlü yönleridir (Akpınar-Külekçi vd., 2019: 725). Erzurum ilinin kış turizmi ile bilinmesi gastronomi turizmi için bir avantaj veya dezavantaj olabilir. Kış turizminin sezonluk olması özelliği farklı turizm aktivitelerine duyulan ihtiyacı arttırmaktadır. Gastronomi turizminin yılın her günü gerçekleştirilebilmesi özelliği sebebiyle her şehir için önem taşımaktadır. Bu nedenle belirli bir turizm çeşidi ile yetinmenin doğru olmayacağı söylenebilir.

Gastronomi faktörü turizm sektörünün kırsal kesimlere inmesini sağlayarak bu sektördeki ekonomik gelir elde etmek isteyen yöre halkı açısından alternatif bir turizm çeşididir. Her şehir için gastronomi turizmi önem taşımaktadır. Gastronomi turizmine yönelik eğilimlerin belirlenmesi ile gastronomi imajına katkı sağlayacak olan bölgeler doğru şekilde pazarlanacaktır. Gastronomi turizmi şehirlerin çekicilik unsuru olarak dikkat çekmektedir. Turistin seyahati sırasında şehrin mutfak kültürü seçim kararını etkilemektedir. Turistlerin yaşam alanları dışına çıkması gereken durumlarda, gidilecek olan yerin ayrıcalık gösteren bir özelliği olması gerekmektedir. Bu ayrıcalığın yaşanılan yerden ayrı özelliklere sahip olması en önemli faktördür. Diğer bir deyişle yaşadığı yerden farklı bir yere giden ziyaretçinin tercih ettiği destinasyonun kendine özgü olan özellikleri seyahat etmenin ana nedenleri arasındadır (Türkay ve Genç, 2017: 211). Bundan dolayı şehirlerin gastronomi turizmi potansiyelini belirlemek kenti turizm faaliyetleri içerisinde alarak, kentin aktif hale gelmesini sağlayacaktır. Şehirlerin gastronomi turizmi potansiyeline yönelik

yapılacak olan çalışmaların kente katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Erzurum ili bulunduğu bölge itibariyle her turizm çeşitliliğine elverişli değildir. Elde edilen bilgiler doğrultusunda yerel mutfak ürünlerinin çeşitliliği görülmektedir. Bu çeşitliliğin doğru şekilde pazarlanması gastronomi turizmine katkı sağlayacaktır. Ayran aşısı, kesme aşısı, çağ kebabı, şalgam dolması, lor dolması, gliko, çiriş yemeği, su böreği, Erzurum ketesi, hingel, tatar böreği, kadayıf dolması, demir tatlısı, çadır otu, civil peyniri, göğermiş peynir, ispir kuru fasulyesi, Narman şeker fasulyesi Erzurum yerel mutfağına ait başlıca ürünlerdir. Bunlardan; Erzurum civil peyniri, kadayıf dolması, küflü civil peyniri (göğermiş peynir), Erzurum su böreği, haris eriği dolması, Hınıs fasulyesi, karnavas dut pekmezi, Narman şeker fasulyesi, Oltu çağ kebabı, İspir balı, İspir kaymağı, İspir gobdini, İspir kuru peyniri, İspir kuru fasulyesi Erzurum ilinin coğrafi işaretli ürünleridir (Türk Patent Kurumu, 2021). Erzurum'un çevre iller ile etkileşim halinde olması nedeniyle mutfak kültürüne ait yemeklerin diğer iller ile benzerlik gösterdiği söylenebilir. Nitekim alan yazın tarandığında Erzurum yöresine ait olduğu düşünülen fakat çevre il mutfaklarına ait yemeklerin bu yöreye ait olduğuna dair yanlış bilgiler mevcuttur. Bu konuda gerekli çalışmaların daha kapsamlı yapılması önem taşımaktadır.

Erzurum ilinde farklı otlarla beslenen hayvanların sütünden elde edilen civil peyniri, yağı alınmış süttten üretilmesi dolayısıyla yağsız bir peynirdir. Yapıldığı zaman kazanın dibine çöken çoğu yerde çökelek olarak bilinen Erzurum lor peyniri de bu peynirin üretimi sırasında elde edilmektedir. Ayrıca bu hali ile tüketilebildiği gibi küflendirilerek göğermiş peynir adı ile de tüketilmektedir. Ayrıca koyun sütünün kaynatılmadan elde edilmesi ile oluşan "*meme peyniri*" oldukça değerlidir. Bu ismi koyundan sağılır sağılmaz mevcut sıcaklığı ile mayalanmasından dolayı aldığı düşünülmektedir (Serçeoğlu, 2014: 39). Erzurum ili bulunduğu coğrafya dolayısıyla beslenme biçimi daha çok et ve et ürünleri ve ayrıca yöreye özgü otlar ile yapılan yemekler çerçevesinde şekillenmiştir. Serçeoğlu vd., (2016) Erzurum'un mutfak kültürüne ait ürünlerin sırasıyla Çağ Kebabı, Kadayıf Dolması ve Civil Peyniri olduğunu tespit etmişlerdir. Araştırmaya katılanlar, Erzurum ilinin özellikle Çağ Kebabını daha iyi tanıttığını ve diğer ürünlerin adını sık duyurmadığını belirtmişlerdir. Ayrıca

Erzurum'un sahip olduğu yemek kültürünü çok çekici bulmadıklarını ifade etmişlerdir. Erzurum ilinin gastronomi turizmi aktivitesi içerisinde yer alması şehrin prestijini arttırmaya yardımcı olacaktır. Erzurum ili bünyesinde birçok gastronomik ürünler barındırmakta ve yemekler yörede yetişen ürünler ile yapılmaktadır. Özellikle etin bölgede ön planda olması ve yörede yetişen otlar ile yapılan yemekler mutfak kültürünün de yöreye özgü şekillenmesine neden olmaktadır. Bulduğu bölge itibariyle hayvancılığın ön planda olduğu Erzurum'un mutfak kültürü de bu yönde şekillenmiştir. Ayrıca hayvancılığın ön planda olması ile hayvansal kaynaklı gıdalar da şehirde yerel ürün olarak ilgi görmektedir. Tereyağı ve peynircilik de hayvancılığa bağlı olarak şehirde gelişim sağlamıştır.

Değerlendirilen ürünlerin birçoğu için coğrafi işaret tescili bulunmamaktadır. Ürünlere coğrafi kimlik kazandırılarak bilinirliği artırılabilir. Yemeklerin tanınması ve bilinmesi şehre gelen turistlerin ilgisini çekebilir. Bu bağlamda tur acentelerinin iş birliği ile bölgeye gelen turist kitlesine gerekli bilgiler verilerek gastronomi turizmine yönelik bir gezi rotası belirlemeleri sağlanabilir. Hali hazırda mevcut olan turistleri gerekli reklam ve tanıtımlar ile bilgilendirebilir ve bu konuda gastronomiye yönelik eğilimler bölgedeki paydaşların iş birliği ile desteklenebilir. Yöresel restoranların şehirde varlığını arttırmak amacıyla girişimler yapılabilir veya mevcut restoranların menülerinde yöresel mutfak unsurlarına yer verilebilir. Ayrıca yapılan bu araştırma nicel araştırma yöntemleri ile yapılacak olan farklı çalışmalara destek sağlayabilir. Şehirlerin bu turizm aktivitesini geliştirmeye yönelik girişimleri paydaşlar tarafından desteklenebilir. Her bölgenin turizm faaliyetleri içerisinde yer almasını sağlayacak türden bir turizm çeşidi olan gastronomiye gereken önem verilmelidir. Kalkınma ve sürdürülebilirlik açısından turizm faaliyetlerine yönelik çalışmalara ağırlık verilmesi gerekmektedir. Bu noktada Erzurum ilinin gastronomi turizmi faaliyetleri içerisinde yer alması şehir için önem taşımaktadır.

Kaynakça

Arınç, K. (2020). Erzurum'un Gastronomi Potansiyelinin Kış Turizmi Açısından Değerlendirilme İmkânları ve Sürdürülebilir Turizme Katkısı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24 (2): 795-815.

- Akpınar Külekçi, E., Sezen, I. ve Gencer, S. (2019). Erzurum Kentinin Turizm Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Reviewed Journal of Urban Culture and Management*, 12(4): 714-728.
- 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.
- Brillat-Savarin, J. A. (1971). *The Physiology of Taste: or, Meditations on Transcendental Gastronomy*, (İngilizceye Çeviren M. F. K. Fisher). New York: Counterpoint.
- Cengiz, G. ve Akkuş, Ç. (2012). Kırsal Turizm Kapsamında Yöre Halkının Kalkındırılması: Erzurum Örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22): 61-74.
- 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: 206-34.
- Ergan, K., Kızıllırmak, İ. ve Ergan, S. (2020). Gastronomik Ürünlerin Destinasyon Seçimine Olan Etkisi: Edirne İli Örneği. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(3): 1-10.
- Fumey, G. ve Etcheverria, O. (2007). *Dünya Mutfakları Atlası*, (Çev: İsmail Yerguz). İstanbul: Ntv Yayınları.
- Gökdeniz, A., Erdem, B., Dinç, Y. ve Çelik Uğuz, S. (2015). Gastronomi Turizmi: Ayvalık'ta Yerli Turistler Üzerinde Görgül Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1): 14-29.
- Gürsoy, D. (2014). *Deniz Gürsoy'un Gastronomi Tarihi*. İstanbul. Oğlak Yayınları.
- Güzel-Şahin, G. ve 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.
- İnce, C. ve Samatova, G. (2018). Gastronomi Turizmi Kapsamında Yaşayan Kırgız Mutfağının Farkındalık Düzeyi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2): 369-386.

- Karaca, O. B., Yıldırım, O. ve Çakıcı, C. (2015). Gastronomi Turizminde Otlar, Ot Yemekleri ve Sağlıkla İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3): 27-42.
- Kılıç, S. ve Albayrak, A. (2012). İslamiyetten Önce Türklerde Yiyecek ve İçecekler. *Turkish Studies*, 7(2): 707-716.
- Kivela, J. ve 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.
- Long, L. (2004). *Culinary Tourism*. Lexington: The University Press of Kentucky.
- Mckercher, B., Okumuş, F., Okumuş, B. (2008). Food Tourism as a Viable Market Segment: It's All How You Cook the Numbers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2): 137- 148.
- Mil, B. ve Denk, E. (2015). Erzurum Mutfağı Yöresel Ürünlerin Otel Restoran Menülerinde Kullanım Düzeyi: Palandöken Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5 (2): 1-7.
- Ocak, E. (2016). *Van Mutfak Kültürü*, (1. Baskı). Ankara: Matus Basımevi.
- Özaltaş Serçek, G. ve Serçek, S. (2015). Destinasyon Markalaşmasında Gastronomi Turizmin Yeri ve Önemi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 1(1): 22-40.
- Özbay, G. (2017). Düünden Bugüne Gastronomi. Mehmet Saruşık (Ed.) *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi* içinde (s. 1-40). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özşeker, D. B. (2016). Gastronomi Kavramı: Tanımı ve Gelişimi. Hülya Kurgun ve Demet Bağırın Özşeker (Ed.), *Gastronomi ve Turizm* içinde (s. 3-25). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Serçeoğlu, N. (2014). Yöre Halkının Mutfak Kültürünü Tanıma Durumunun Tespit Edilmesi: Erzurum İli Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4): 36-46.
- Serçeoğlu, N. Boztoprak, F. ve Tırak, L. (2016). Gastronomi Turizmi İle Şehir Markalaşması İlişkisi: Atatürk Üniversitesi

- Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(2): 94-114.
- Soner, F. (2013). *Gastronomy Tourism: A Solution for Small Cities Marketing and Regional Development*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.
- Sormaz, Ü., Akmeşe, H., Güneş, E. ve Aras, S. (2016). 3rd Global Conference on Business, Economics, Management and Tourism, *Procedia Economics and Finance*, 39: 725-730.
- Tezcan, M. (2019). Erzurum Kültürü ve Kişiliği. Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences, 20 (1): 275-287.
- Türkey, O. ve Genç, K. (2017). Gastronomi Turizmi. Mehmet Saruşıık (Ed.). *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi* içinde (s. 211-240). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2021). https://online.turkpatent.gov.tr/trademark-search/pub/trademark_result#trademark_result (Erişim Tarihi: 07.12.2021).
- Uyar, H. ve Zengin, B. (2015). Gastronomi Turizminin Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi Bağlamında Gastronomi Turizm İndeksinin Oluşturulması. *The Journal of Academic Social Science*, 3(17): 355-376.
- Yılmaz, G. (2017). Gastronomi ve Turizm İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Travel and Hospitality Management*, 14(2): 171-191.
- Yüncü, H. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. Şengel, S. (Ed.). 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı: Yerel Değerler ve Yayla Turizmi içinde (s. 28-34). Ankara: Detay Yayıncılık.

TURUNCU BAYRAK UYGULAMASININ OTEL İŞLETMELERİNDE UYGULANABİLİRLİĞİ: KONYA ÖRNEĞİ

Ahmet BÜYÜKŞALVARCI

Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Turizm İşletmeciliği Bölümü, Konya, Türkiye,
abuyuksalvarci@erbakan.edu.tr

Zekeriya YETİŞ

Arş. Gör., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Turizm İşletmeciliği Bölümü, Konya, Türkiye,
zekiyetis@gmail.com

Duygu TAŞTAN

Yüksek Lisans Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal
Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Konya,
Türkiye, duygutastanduygu@gmail.com

1. Giriş

Maslow'un ortaya koyduğu ve daha sonra diğer yazarlar tarafından geliştirilerek son halini alan ihtiyaçlar hiyerarşisinde insanlar, temel ihtiyaçlarını giderebilmek için sürekli üretim-tüketim döngüsü içerisindeyler. İnsanların sınırsız olan ihtiyaçları, bir ihtiyaç giderildiğinde başka bir ihtiyaca doğru hiyerarşik olarak devam eder (Sever, 2021: 266). Bu ihtiyaçlar bireyin yaşamını devam ettirebilmesi için gereken zorunlu ihtiyaçlar kadar, fuzuli ihtiyaçlar da olabilmektedir. Teknolojik gelişmelerle birlikte değişen ve değiştikçe de gelişen dünyada, insanların artık yalnızca temel ihtiyaçlarını gidermek için tüketmedikleri; görünmeyen bir tüketim yarışı içerisinde oldukları, tüketimi farklı bir boyuta taşıdıkları görülmektedir. Tüketim araç olmaktan çıkıp bir amaç, başlı başına bir ihtiyaç ve günümüz insan hayatında bir rekabet haline gelmiştir. İnsanların artık sembolik faydalar için de satın aldığı, dolayısıyla sadece maddi nesnelere

değil, aynı zamanda soyut nesnelere de tüketildiği söylenebilir (Dal, 2017: 15). Başkasının sahip olduğuna sahip olma isteği, hep daha iyisi olsun mantığına sahip olunan şeylerin önemini yitirmesine neden olmakta ve tüketimi gereksinim olgusunun dışına çıkarmaktadır.

İnsanlar, doğumdan ölüme dek tüketicidir. İnsanın yaşamı boyunca kendisi, çevresi, toplum ve insanlık için gerekli olduğunu düşündüğü tüketim olayını gerçekleştirmeye çalışması ve bunu da istemesi normal bir durumdur. Bununla birlikte hızla artan ve giderek büyüyen bu tüketim çılgınlığı içerisinde, dünyada veya dünyaya neler olduğu çoğu zaman gözden kaçmaktadır (Aksoy ve Solunoğlu, 2015: 166). Bilinçsiz tüketim daha çok üretim ve daha çok kaynak kullanımı anlamına gelmektedir. Kontrolsüz bir şekilde ilerleyen bu tüketim anlayışı gıda, elektrik, su, toprak ve doğa içerisinde doğal olarak var olan ve yenilenmesi mümkün olmayan hatta imkânsız olan unsurları da önemli düzeyde etkilemektedir. Kontrolsüz tüketimin doğal kaynakları etkileme derecesi ne olursa olsun, lüzumu olmayan bir şekilde yapılması, plansız ve bilinçsiz bir şekilde yürütülmesi israfı ortaya çıkarmaktadır. İsfraf, ihtiyaç olmadığı halde veya gereksiz yere; para, zaman, emek vb. harcama, faydasız kullanım, aşırılık, savurganlık olarak ifade edilebilir. Tüketim kavramına yönelik yapılan tanımlarda da, israf kavramının tüketim kavramı içerisinde yer aldığı görülmektedir.

Dünya nüfusunun giderek artması, sınırlı kaynakların korunması ve gerektiği kadarının kullanılması düşüncesi, ekonomik ve çevresel etkiler, gelecek kaygısı ve geleceğin insanlarına güzel bir dünya bırakma isteği israfın önemini ortaya koymaktadır. Sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma açısından israf ve gıda atıklarının etkin bir şekilde yönetimi ve yeniden değerlendirilmesi her geçen gün önem kazanan konulardan biridir. İsfraf konusunun artan önemi, konunun hep gündemde olmasını sağlamaktadır. Günümüzde israfı yönetebilmek adına uluslararası çalışmalarda, sosyal platformlarda ve sosyal sorumluluk faaliyetlerinde israfı dikkat çeken bilinçli insanların varlığından söz edilebilir. Bununla birlikte israf gözler önüne konulsa da önüne geçilememektedir (Kılınç Şahin ve Bekar, 2018: 1041). Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü'ne göre, dünyada her yıl insan tüketimi için üretilen gıdaların yaklaşık üçte biri kaybolmakta veya

çöpe atılmaktadır. Bu oran yaklaşık olarak yılda 1,3 milyar ton gıda atığı anlamına gelmektedir (Gustavsson vd., 2011: V). Dünya nüfusunun giderek arttığı göz önüne alınırsa, israfın boyutlarının korkutucu olduğu düşünülmektedir.

Birleşmiş Milletler'in 2021 yılında yayınladığı Gıda İsrafi Endeksi Raporu'na göre dünya genelinde her yıl toplam 931 milyon ton gıda israf edilmektedir. Dünya genelinde israfın geldiği nokta ortadayken Türkiye'de de durum farksızdır. Türkiye'de her yıl 7,7 milyon tondan fazla gıda israf edilmekte ve kişi başına yaklaşık 93 kg yiyecek çöpe atılmaktadır. Türkiye, dünya genelinde en çok kişi başına gıda israfının yapıldığı ülkeler arasında 3. Sırada yer almaktadır. Rapora göre, israfın yüzde 61'lik kısmı evlerde, yüzde 26'luk kısmı gıda hizmeti veren yerlerde ve yüzde 13'lük kısmı da gıda satıcılarında meydana gelmektedir (BBC News, 2021). Avrupa Komisyonu tarafından 2011 yılında yayınlanan; gıda israfının yüzde 42 oranında evlerde, yüzde 39 oranında gıda sektöründe, yüzde 14 oranında yiyecek-içecek işletmelerinde, yüzde 5 oranında ise dağıtım sürecinde yaşandığı dikkate alındığında, evlerde meydana gelen gıda atığı oranının arttığı görülmektedir. Türkiye'de milli gelirin yaklaşık yüzde 15'ine denk gelen, 214 milyar değerinde, 26 milyon ton civarında gıda ürününün, toplamda ise 757 milyar liranın israf edildiği belirtilmektedir (TİSVA, 2020: 7).

Gıda israfını yönetme konusu tüm insanlığı ilgilendirdiği gibi tüm sektörleri ilgilendiren bir konudur. Hizmet sektörü içerisinde yer alan turizm işletmelerinde gıda kayıplarının, atıklarının ve israfın daha fazla olduğu düşünülmektedir. Türkiye'deki turizm işletmelerinin sayısının bir hayli fazla olduğu gerçeği göz önüne alındığında, gıda israfını azaltma veya önleme konusunda turizm işletmeleri daha öncelikli hale gelmektedir. Otel işletmeleri gıda israfının en fazla yaşandığı işletmeler arasında yer almaktadır. Buna rağmen otel işletmelerinde de israfın önüne geçebilmek için yeteri kadar önlem alınmadığı görülmektedir. Bu doğrultuda çalışmada, gıda israfı yönetimine dair yeni bir uygulama olan "Turuncu Bayrak" uygulaması ele alınmıştır. Gıda israf yönetimini sağlayabilmek ve yerel halkın katılımını sağlamak, işletmeleri ve kuruluşları teşvik ederek sürdürülebilirliği sağlayabilmek amacıyla hayata geçirilen Turuncu Bayrak projesi gönüllülük esasına dayanmaktadır. Bu araştırma ile hem ilgili literatüre katkı

sağlamak hem de çalışma evrenimiz olan Konya ilinde yer alan otel işletmelerinde turuncu bayrak uygulamasının uygulanabilirliğini değerlendirmek ve otel işletmelerinde gıda israfına dikkat çekmek amaçlanmaktadır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. *İsraf, gıda israfı, otel işletmelerinde gıda israfı ve turuncu bayrak kavramları*

İhtiyaçtan fazlasını almak, kullanmak, saçmak anlamlarına gelen israf, Türk Dil Kurumu'na göre; gereksiz yere para, zaman, emek ve benzerlerini harcama, savurganlık anlamına gelmektedir (TDK, 2021). İsraf müşterinin satın aldığı ürün veya hizmet üzerinde hiçbir değer yaratmayan, maliyet artışına neden olan her şey olarak tanımlanabilir (Savcı, 2019: 310). Dolayısıyla israf, müşterinin satın alma ve ödeme yapmak zorunda olmadığı, kontrol edilmesi, yönetilmesi ve azaltılması gereken faaliyetlerdir. Günümüzde tüketim anlayışı ihtiyaçları karşılama amacının dışına çıkmıştır, toplumumuzun tüketim toplumuna dönüştüğü söylenebilir. İnsanların umursamazca, lüzumundan fazlasını dilemesi ve kontrolsüzce tüketimi önlem alınmazsa, doğa için ciddi sorunları beraberinde getirecektir. Doğal kaynaklar sınırlı kaynaklardır. Doğa'da ortaya çıkan veya çıkabilecek sorunlar kıtlığa neden olacaktır. Bu nedenle kaynakların ihtiyacı kadarını kullanmak, kaynakları israf etmemek insanlık için önemlidir. İsraf kavramı en çok gıda israfı konusunu gündeme getirmektedir.

Gıda kavramı; işlenmiş, yarı-işlenmiş veya çiğ olan, yiyecek, içecek gibi ürünlerin üretilmesinde veya hazırlanmasında kullanılan, insani tüketime yönelik her ürünü kapsamaktadır. Her gıda ürünü beraberinde gıda kaybı ve gıda atığını dolayısıyla gıda israfını ortaya çıkarmaktadır. Yapılan çalışmalarda bu üç kavramın bazen bilinçli olarak birbirinin yerine, bazen de istemeden yanlış anlamda kullanıldığı görülmektedir. Bu çalışmada ise gıda kaybının gıda atığına, gıda atıklarının belirli bölümünün de gıda israfına neden olduğu ve farklı anlamlara gelen kavramlar olduğu kabul edilmektedir. Gıda kaybı; tedarik zincirindeki verimsizlik, zayıf altyapı, lojistik ve yönetim, teknoloji eksikliği ve beceri yetersizliği nedeniyle insan tüketimi için mevcut olan gıdalardaki istenmeyen azalmanın yanı sıra ürünlerin işleme, depolama veya taşıma aşamasında kullanılmayacak duruma gelerek atılmasıdır. Gıda

kayıbı, başlangıçta insan tüketimine yönelik olan ancak gıda zinciri sürecinde kaybedilen ya da gıda dışı kullanım amacıyla gıda zincirin dışına çıkan ve gıda ürününün yenilebilir olan miktarının azalmasına neden olan uygulamaları ifade etmektedir (Parfitt vd., 2010: 3065; Gustavsson vd., 2011: 2; Lipinski vd., 2013: 4). İnsanların tüketimine sunulan gıdaların nicelik ve nitelik olarak azalması olarak ifade edilen gıda kayıpları, ürünlerin üreticiden tüketiciye ulaştığı süreç boyunca devam etmektedir (Lipinski vd., 2013: 1).

Gıda atığı, gıda zincirinin herhangi bir aşamasında ortaya çıkan ve insanlar tarafından tüketilmeyen tüm gıdalar olarak ifade edilebilir. Gıda atıkları; gıdanın üretim, dağıtım, depolama, satış, hazırlama, pişirme, servis ve tüketim aşamalarında ortaya çıkan herhangi bir yan ürün veya atık üründür (Okazaki vd., 2008: 2483). Gıda atığını, Tüketici Markaları Birliği (The Consumer Brands Association - CBA) ve Gıda Endüstrisi Birliği (Food Marketing Institute - FMI) (2012) *“çöpe atılmış ya da atılmak istenen çiğ veya pişmiş, katı veya sıvı fazda olan gıda maddesi”* olarak ifade etmektedir (Kılınç Şahin ve Bekar, 2018: 1042). Genel olarak gıda atıkları, son tüketiciler tarafından ortaya çıkarılan kasıtlı veya bilinçsizce yapılan, davranışa dönüşen durumlardır (Lipinski vd., 2013: 1). Gıda atık hiyerarşisinde kaynağında azaltma ya da atık oluşmadan önce atığı önleme, tekrar kullanma ve geri dönüşüm olmak üzere üç temel atık azaltma stratejisi mevcuttur (Kılınç Şahin ve Bekar, 2018: 1044). Gıda atıkları literatürde genellikle önlenemez, muhtemelen önlenemez ve önlenemez (kaçınılmaz) gıda atıkları olmak üzere üçe ayrılmaktadır (Parfitt vd., 2010: 3073). Gıda israfına neden olan gıda kaybı ve gıda atıkları; ekonomik, çevresel, sosyal, besinsel ve etik bir sorun (Marra, 2013: 4; Marthinsen vd., 2012: 7; Khalid vd., 2016 :76) olarak, önemli bir küresel konu haline gelmiştir. Gerek gıda kaybı gerek gıda atıkları olsun insanlık ve gelecek kuşaklar için önlenmesi, azaltılması veya önlemler alınması gereken konulardır. Gıda israfının yönetilmesi ve azaltılması için gıda kayıplarının ve gıda atıklarının azaltılması gerekmektedir.

Gıda israfı, üretim sürecindeki gıdaların yanlış uygulamalar sonucu değerlendirilememesi ya da üretilmiş gıdaların son tüketim aşamasında gıda atığı olarak israf edilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Gıda kaybının, atığının ve israfının ortaya çıkma

şekli genellikle ülkelerin sosyal ve ekonomik durumlarıyla açıklanmaktadır. Günümüzde daha çok gelişmiş ülkelerde gıda israfına rastlanılırken, gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkelerde ise çeşitli nedenlere bağlı olarak gıda kayıpları yaşanmaktadır (Aksoy ve Solunoğlu, 2015: 167). Tüm ülkelerde gıda zincirinde israf yapıldığı söylenebilir (Özçiçek Dölekoğlu, 2017: 179). Gıda kaybı ve israfı tarladan sofraya dek süren tüm süreçlerde gıdaların üretimi için bir araya getirilen üretim faktörlerinin (işgücü, sermaye, fırsat maliyeti ve doğal kaynaklar gibi) etkin olarak kullanılamamasıdır. Üretim faktörlerinin etkin ve verimli kullanılamaması da çeşitli maliyetlerin ortaya çıkmasına ve ekonomik kayıpların oluşmasına yol açmaktadır (Aksoy ve Solunoğlu, 2015: 167). Hogan (2016: 2), yaptığı çalışmada gıda israfının yaygın olan nedenlerini; fazla üretim, aşırı alışveriş yapmak, karışık gıda güvenliği politikaları, hatalı emek ve müşteri seçimi şeklinde sıralamaktadır.

Gıda israfı konusu, tam zamanlı, herşey dahil ve açık büfe hizmeti veren otel işletmeleri açısından düşünüldüğünde daha önemli hale gelmektedir. Büyüklüğüne göre çok sayıda personelin çalıştığı, yüzlerce insana hizmet veren ve hizmet amacına göre birbirinden farklı bölümlerden oluşan otel işletmelerinde, farklı türlerde tonlarca atık ortaya çıkmaktadır. Yiyecek içecek işletmelerini de içerisinde bulunduran otel işletmelerinde oluşabilecek atıklar kağıt, plastik, cam, metal, gıda gibi kendi arasında farklı sınıflara ayrılmaktadır (Owen vd., 2013: 7). Otel atıklarının üçte ikisi (2/3) ya da daha fazlasını gıda üretimi ve servisinde oluşan gıda atıkları oluşturmaktadır. Bir otel müşterisinin yaklaşık olarak günde 1 kg atık oluşturduğu kabul edildiğinde ve dünyadaki tüm otel müşterileri düşünüldüğünde, bu durum yılda milyonlarca ton atık anlamına gelmektedir (Kılınç Şahin ve Bekar, 2018: 1039). Otel işletmelerinde gıda atıklarının meydana geldiği aşamalar; satınalma, depolama, mutfak, servis ve pişmiş ürün depolaması sırasında oluşmaktadır (Kılınç Şahin ve Bekar, 2018: 1043). Otel işletmeleri gibi bireysel ve toplu olarak yemek üretimi ve tüketimi yapılan yerler açısından gıda israfı davranışının nedenleri; tüketicinin kendisinden kaynaklı nedenler, yeme-içme hizmeti sunan işletmelerdeki kurumsal nedenler ve bu işletmelerde çalışan kişilerden kaynaklı nedenler olarak sınıflandırılabilir (Aydın, 2021: 48).

Konaklama endüstrisinde ortaya çıkan gıda atıklarının nedenleri tüketici öncesi ve tüketici sonrası olarak da ikiye ayrılabilir. Talep belirsizliği, fazla stok yapmak, verimsiz üretim, zayıf iletişim, personel davranışları, niteliksiz süsleme, aşırı satın alma ve gıda güvenliği tüketici öncesini oluşturmaktadır. Tüketici sonrası gıda atıkları ise büyük porsiyon, verimsiz servis modelleri ve müşterinin menü kabulü olarak görülmektedir (Khanh Linh, 2018: 5). Tüketici öncesi gıda atıkları fazla üretim, bozulma, son kullanma tarihinin geçmesi ve süsleme (kesim) atıkları şeklinde açıklanmaktadır. Tüketici sonrası atıklar ise genellikle tamamen müşterilerden kaynaklanan tabak atıklarını içermektedir (Khanh Linh, 2018: 3). Kılınc Şahin ve Bekar (2018: 1052) otel işletmelerinde gıda atıklarının oluşma nedenlerini; müşterilerin tüketebileceklerinden çok daha fazlasını tabaklarına almaları, müşterilerin duyarsızlığı, yemeklerin büyük porsiyon şeklinde servis edilmesi, mutfakta uygun araç ve gereçlerin kullanılmaması, kalitesiz ürünlerle yemeklerin hazırlanması, açık büfelerde yemeklerin uzun süre bekletilmesi, ürün takibinin etkin yapılmaması, mutfak personellerinin bilgi eksikliği veya vurdumduymaz tavrı nedeniyle gıdaların yanlış sıcaklıkta uzun süre bekletilmeleri, tedarikçilerden kalitesiz ve yanlış malzemelerin gelmesi, fazla yemek hazırlanması, süsleme/dekor ve çok nadir de olsa depo kontrollerinin düzenli yapılmamasına bağlı olarak son tüketim tarihi geçen ürünlerin olması şeklinde belirtmektedirler.

Avrupa Birliği, Birleşmiş Milletler, Dünya Sağlık Örgütü, Gıda ve Tarım Örgütü gibi uluslararası kuruluşlar, gıda israfını önlemek ve gıda israfına dikkat çekmek için önemli faaliyetler yürütmektedirler. Love Food Hate Waste, WRAP, Greencook, Refresh, The Campus Kitchen, Harvest Power, Juicecube, Kromkommer, Food Cloud, Cropmobster, City Harvest, Plan Zheroes, Zero Waste Jam (TİSVA, 2020: 45-46) ve Sıfır Açlık projeleri veya kampanyaları uluslararası anlamda gıda israfını önlemeye yönelik girişimlerden bazılarıdır. Bunun yanında ülkelerin ayrı ayrı çalışmalar yaptıkları da görülmektedir. Fransa'da "Gıda İsrafına Karşı Ulusal Savaş Anlaşması", ABD'de "A Good Samaritan" yasası, Portekiz'de Re-Food (Yeniden Beslenme) hareketi ve çoğu ülkede Gıda Bankası kurulması buna örnek olarak verilebilir. Bununla birlikte sivil toplum kuruluşlarının ve tüketicilerin başlattıkları gıda israfına dikkat çekme ve önleme

veya azaltma hareketleri de bulunmaktadır. Slow Food (Yavaş Yemek) Hareketi, Freeganism ya da Freegan Food (Çöpten Beslenme) Akımı, Gönüllü Sadelik Hareketi, Minimalizm Akımı tüketim karşıtı veya kontrollü tüketim amaçlı kampanyalardan bazılarıdır. Dünya genelinde gıda israfını önlemeye veya ortadan kaldırmaya yönelik olarak yapılan çalışmaların yanında Türkiye’de de farklı projeler hayata geçirilmiştir. Özellikle Toprak Mahsulleri Ofisinin (TMO) “Ekmeğini İsrâf Etme” kampanyası buna örnek olarak verilebilir. Gıda israf yönetimini sağlayabilmek ve yerel halkın katılımını sağlamak, işletmeleri ve kuruluşları teşvik ederek sürdürülebilirliği sağlayabilmek amacıyla hayata geçirilen bir diğer proje “Turuncu Bayrak” kampanyasıdır.

Turuncu Bayrak Uygulaması, Gıda İsrafını Önleme ve Bilinçlendirme Platformunun 2018 yılında başlattığı, “afiyet olsun, israf olmasın” projesi kapsamında, gıda israfına duyarlı turizm işletmelerine verilen gıda dostu uygulamadır. Gönüllülük esasına bağlı olan ve israfa karşı olmayı temsil eden Turuncu Bayrak, işletmelere ve kuruluşlara kendi başvuruları sonucunda, gerekli şartları sağladıkları takdirde verilmektedir. Toplumda farkındalık oluşturmak ve gıda israfı sorununa çözümler üretmek amacıyla, gıda israfının önlenmesi ve gıdanın korunması konularını sistemsel bir yaklaşımla değerlendiren Turuncu Bayrak sistemi, gıdanın üretiminden işlenmesine, depolanmasından satışına ve tüketimine kadar, gıda ile ilgili her türlü hizmeti kapsamaktadır. Turuncu Bayrak uygulaması ile gelecek nesillere yaşanabilir bir gezegen bırakmak, sürdürülebilir bir yaşam oluşturmak, israf konusunda toplumu bilgilendirerek farkındalık düzeyini arttırmak, çocukları şimdiden bilinçlendirmek, gıda israfını 3 yıl içerisinde % 30, 5 yıl içinde ise % 70 azaltmak, doğal kaynakları korumak, ülke ekonomisine katkıda bulunmak ve uluslararası alanda öncülük ederek dünya çapında gıda dostu bir akım oluşturmak hedeflenmektedir (Turuncu Bayrak, 2020).

Turuncu Bayrak uygulaması; temsilciler, etkinlikler, görünürlük, personel eğitimleri, periyodik denetimler, puanlama kriterleri, online takip sistemi, performans göstergeleri, analiz ve raporlamalar ile kademeler içermektedir. Turuncu Bayrak’a sahip olan işletme ya da kuruluşlara düzenli denetimler yapılmaktadır, personel eğitimleri verilmektedir. Misafirleri ve müşterileri bilinçlendirmek için gıda israfına ve israfın boyutuna yönelik

hazırlanan materyaller işletmelere dağıılmakta ve tursitlere ulaştırılması sağlanmaktadır. Gıda dostu Turuncu Bayrak belgesini almak için başvuran işletmelere verilen eğitimler üç kademedен oluşmaktadır. Bununla birlikte denetimler öncesinde veya sonrasında destek seminerleri verilmektedir (Turuncu Bayrak, 2020). Sosyal medya ile desteklenen proje, insanları sosyal sorumluluk faaliyetlerine katılmaya teşvik etmektedir. Aynı zamanda çocukların da küçük yaşta etkin bir şekilde israfa dur demeyi öğrenebilmeleri için gıda dostu Turuncu Bayraklı işletmelere özel hazırlanmış, “İsraf Dedektifi” isimli bir etkinlik ve çocuk kitabı serisi de bulunmaktadır. Turuncu Bayrak uygulamasıyla, gıda israfı konusunda hem işletmelerin hem de turistlerin bilinçlenmesini sağlamak ve Turuncu Bayrak belgesine sahip olan Gıda Dostu işletmelerin tercih edilmesinde bir farkındalık oluşturmak amaçlanmaktadır.

Turuncu Bayrak projesinin turizm işletmeleri, eğitim kurumları, hastaneler, askeri birimler başta olmak üzere ülke geneline yayılması amaçlanmaktadır. Proje kapsamında, israfın en çok yaşandığı sektör olan turizm sektörü, öncelikli olarak seçilmiştir. Özellikle konaklama işletmelerinde resort işletmelerin simgesi haline gelen açık büfe ve her şey dahil sistemlerde yaşanan israfın önüne geçmek, işletme çalışanlarını ve tüketicileri-misafirleri bilinçlendirmek adına oluşturulan kriterlerin tamamı Turuncu Bayrak adı altında bir araya getirilmiştir. Gıda israfının önlenmesi ve gıda israfı konusunda insanların bilinçlendirilmesi amacıyla işletmelerin doğrudan katılım sağlaması amaçlanmaktadır. Şuan Türkiye’de yer alan 15 konaklama işletmesinin ve 1 alışveriş merkezinin Turuncu Bayrak Projesine katıldığı görülmektedir (Turuncu Bayrak, 2020). Turuncu Bayrak belgesine sahip olan işletmeler “Gıda Dostu” işletme unvanını almaktadır. Gıda dostu işletmelerin artması turistik tüketicilerin israf konusunda bilinçlenmesi anlamına gelmektedir. Belkide projenin amaçladığı gibi, gıda dostu işletme belgesine sahip olmak, tüketiciler tarafından bir tercih nedeni olarak algılanabilir. Pirani ve Arafat (2014: 320)’ın da belirttiği gibi dünya çapında birçok konaklama işletmesinde gönüllü olarak uygulanan eko-etiketlerin sayısının artması, misafirlerin çevre bilincinin ve çevresel konulara olan ilgisinin arttığının bir göstergesidir.

Küresel ölçekte bir sorun olan gıda israfına dikkat çekmek için, gıda israfının azaltılmasına veya önlenmesine yönelik birçok akademik çalışmanın yapıldığı gözlemlenmiştir. Gıda israfının nedenlerini (Stefan vd., 2013; Stancu vd., 2016), gıda israfını azaltmada etkili faktörleri (Graham Rowe vd., 2014), evlerde ortaya çıkan israf ve nedenlerini, alışveriş alışkanlıklarının israf üzerindeki etkisini ele alan ve ekme israfıyla ilgili yapılan çalışmalar (Mete, 2017; Tepecik ve Gümüş, 2017; Arslan ve Aydın, 2019; Onurlubaş ve Altunışık, 2019) bunlardan bazılarıdır. İsrafın nedeni olarak düşünülen tüketim (Buğday ve Babaoğlu, 2016; Dal, 2017; Senemoğlu, 2017), tüketicilerin gıda israf davranışları (Karakaş, 2019; Gönültaş vd., 2020), aşırı tüketime ve israfa karşı ortaya çıkan akımlar (Aksoy ve Solunoğlu, 2015; Özçiçek Dölekoğlu, 2017; Köksalan, 2019) yine bu konuda yürütülen çalışmalar arasında yer almaktadır. Bunların yanında konaklama işletmelerinde ve otel işletmelerinde atık yönetimini (Pirani ve Arafat, 2014; Pirani ve Arafat, 2016; Kılınç Şahin, 2021), yiyecek ve içecek maliyet kontrolü ve israf ilişkisini (Işık ve Yılmaz, 2016; Anasız, 2019; Kurt vd., 2020; Kırmızıkuşak ve Yücel, 2021) ele alan çalışmalar da bulunmaktadır. Literatürde bu çalışmalar dışında yukarıda bahsedilen konuları ele alan birçok çalışma yer almaktadır. Yazarlar tarafından zaman kısıtı ve konuya dair derinlemesine araştırma yapılabilmesi açısından yapılan inceleme bu çalışmalarla sınırlandırılmıştır. Bunlar dışında konaklama ve otel işletmelerinde gıda israfını ele alan çalışmalara ve önemli bulgulara aşağıda yer verilmiştir.

Keskin ve diğ. (2019) yaptıkları derleme çalışmayla, helal konseptli ve her şey dahil sistemi benimseyen konaklama işletmelerindeki gıda israfına dikkat çekmeyi amaçlamışlardır. Yıldırım (2019) yaptığı çalışmada helal konseptli otel işletmelerinin israfı önleme çalışmalarını ve otel çalışanlarının israfa yaklaşımlarını araştırmıştır. Çalışmada, helal konseptli otellerin israfı önleme çalışmalarının genel olarak çalışanlar tarafından yüksek düzeyde olumlu algılandığı tespit edilmiştir. Gümüş (2017) Sakarya'da faaliyet gösteren 30 konaklama işletmesi sahipleri veya yöneticileriyle yüz yüze görüşmeler ve müşterilerle anket gerçekleştirerek herşey dâhil sisteme alternatif olarak helâl dairesinde meşru tüketim uygulamasını ele almıştır. Yöneticiler ve müşteriler herşey dahil sistemde yeme içme sırasında aşırı tüketimin olduğuna, gıda artıklarının fazlalığına ve önemli

derecede israfın meydana geldiğine dikkat çekmektedirler. Konaklama işletmelerinden hizmet alan Türk müşterilerin gıda israfı tutumlarını belirlemeye yönelik olarak Tekin ve İlyasov (2018) tarafından yapılan çalışmada ise, Türk misafirlerin yemek israfı düzeylerinin yüksek olduğu, yemek israfı tutumlarının cinsiyet, medeni durum ve yaşa göre farklılaştığı ve masalarda en çok ekmekek ve tatlının kaldığı tespit edilmiştir. Otel işletmelerinde gıda israfı oluşmasının nedenleri arasında açık büfe servis şekli ve herşey dahil sistemin getirdiği fazla üretim ve tüketime teşvik görülmektedir. Açık büfe servis şeklinin farklılaştırılarak A'la Carte servis şekline dönüştürülmesinin ve menülerin misafir profiline uygun olarak sunulmasının gıda israfında azalmalar sağlayacağı düşünülmektedir.

Kallbekken ve Saelen (2013) otel işletmelerinde yaptıkları çalışmada tabak boyutunu küçültmek ve sosyal ipuçları sağlamak olan iki basit önlemin otel restoranlarındaki yemek israfını yaklaşık %20 oranında azalttığını tespit etmişlerdir. Alınan iki küçük önlemin müşteri memnuniyetinde herhangi bir değişikliğe neden olmadığını, restoranların satın alması gereken yiyecek miktarını azalttığını ve işletme ile müşteriler arasında kazan-kazan fırsatları oluşturduğunu ifade etmişlerdir. Benzer şekilde Khanh Linh (2018) de yaptığı çalışmada, gıda israfında tabak faktörünün etkisine dikkat çekmektedir. Gıda atıklarının en fazla kahvaltı büfesinde olduğu, bunun nedeni olarak ise açık büfenin misafirlere sürekli güzel görünmek zorunda olması gösterilmektedir. Ayrıca müşterilere sadece ihtiyaçları kadar tüketim yapmalarını hatırlatıcı bilgilerin büfede yer alması gerektiği çalışmanın önemli bulguları arasında yer almaktadır. Juvan ve diğ. (2018) Slovenya'da dört yıldızlı bir otelde yaptıkları çalışmada bir otel kahvaltı büfesindeki yemek israfını ölçmüşlerdir. Kahvaltı alanında daha fazla yiyecek ve daha fazla insan bulunmasının yiyecek israfını artırdığını ve çocukların daha çok israf ettiğini tespit etmişlerdir. Ayrıca farklı menşeli ülkelere gelen misafirlerin farklı gıda israfı davranışı sergilediği sonucuna ulaşmışlardır. Kahvaltı salonunun yeniden düzenlenmesi ve algılanan yiyecek fazlalığının azaltılmasının, her ikisinin veya birinin tabak israfını azaltabileceğini ifade etmektedirler.

Özdemir ve Güçer (2018) Ankara'da bulunan beş yıldızlı zincir otellerin mevcut gıda atık yönetimi politikalarını

incelemişlerdir. Otel işletmelerinde gıda israfına yönelik tüm kurumsal önlemlere rağmen, çoğunlukla yetersiz müşteri farkındalığından kaynaklanan yüksek hacimli gıda israfı tespit edilmiştir. Gıda israfının çoğunlukla müşteri ile ilgili tutumlardan veya farkındalık sorunlarından kaynaklandığını sonucuna ulaşılmıştır. Bazı işletmelerin mutfak ve servis personeli için özel olarak gıda atığı politikaları ve gıda atığı konusunda eğitimler verdiği görülmektedir. Otel işletmelerinin tamamının uyguladığı ortak uygulamalar ise, yenmemiş pasta grubunun çay saatlerinde personele servis edilmesi, yenmemiş ekmeklerin galeta unu olarak kullanılması veya sebze kabuklarının çorba, meze veya bazı sosların tamamlayıcısı olarak kullanılmasıdır. Otel işletmelerinin bir kısmı tabak artıklarını hayvan barınaklarına teslim etmektedir. Otel işletmelerinde gıda alımları ve üretimi otelin doluluk seviyesi, satılan odalar, ziyafetler ve diğer özel günler dâhil kahvaltı yapan müşteri sayısına göre yönetilmekte ve gıda israfının önüne geçilmeye çalışıldığı görülmektedir. Ayrıca müşterilerin israfının sonuçları konusunda eğitilmesi gerektiği ve büfedeki tabak boyutlarının küçültülmesi israfi önlemede uygulanabilir yöntemler olarak görülmektedir.

Ceyhan Sezgin ve Ateş (2020) Antalya'daki otel işletmelerinde mutfak şeflerinin görüşlerinden yararlanarak yiyecek-içecek birimlerinde oluşan gıda israfı boyutunu, gıda atıklarının ortaya çıkma nedenlerini ve değerlendirilme yöntemlerini ve gıda israfını önlemeye yönelik uygulamaları incelemişlerdir. Gıda atıklarının en fazla ortaya çıktığı alanın restoran olduğu, ön hazırlık sürecinin ise gıda atıklarına yol açan başlıca aşama olduğu, bilinçsiz tüketimin ve üretim sırasında hatalı pişirme yöntemleri ile personelin bilgi ve deneyim eksikliğinin gıda atıklarına yol açan temel faktörler olduğu tespit edilmiştir. Otel mutfaklarında üretim esnasında özellikle gıda hazırlık ve pişirme sürecinde ortalama olarak %13 oranında ve tüketim sonrası özellikle tabaklarda ve bardaklarda tüketilmeyen artık yiyecek-içeceklerden dolayı yaklaşık %20 oranında gıda atığı ortaya çıktığı belirlenmiştir. Atığın ortaya çıktığı gıda grubu olarak meyve ve sebzelerin, kahvaltılarda peynir çeşitlerinin, öğle yemeklerinde pastane ürünlerinin ve akşam yemeklerinde ise sebze yemeklerinin en fazla atığı oluşan gıda grubu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Otel yönetimlerinin gıda israfının yol açtığı maliyetleri kontrol altına almak için cost control üzerinden sürekli takip

sistemi uyguladıkları, bazı otellerde Sıfır Atık Projesi kapsamında faaliyetler uygulandığı ve bazılarında ise konu hakkında birim şeflerine eğitimler verildiği sonucuna varılmıştır.

Kurt (2019) Eskişehir’de 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri ve birinci sınıf restoranlarda mutfak çalışanlarının gıda güvenliği ve israfına yönelik bilgi, görüş ve davranışları konusundaki durumlarını tespit etmek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Aşçıların gıda güvenliğine yönelik bilgilerinin yetersiz olduğu ve bu durumun gıda israfına yönelik davranışlarını olumsuz etkilediği tespit edilmiştir. Mutfak personelinin gıda güvenliğine yönelik bilgi düzeylerinin yüksek olduğu, aşçıların gıda israfına önem verdiği ve israftan kaçındığı görülmektedir. Artan veya bayatlayan gıda ürünlerinin hayvan barınaklarına gönderildiği, farklı yemeklerde değerlendirildiği, ihtiyacı olanlara verildiği, ısıtıp tekrar tüketime sunulduğu ve çöpe atıldığı tespit edilmiştir. Çalışmada gıda israfı nedenleri; ihtiyaçtan fazla üretim, artan gıdanın değerlendirilmemesi, gıdaların uygun şartlarda muhafaza edilmemesi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aşçıların gıda güvenliğine yönelik bilgi düzeyleri aşçılık eğitimi alıp almama durumuna, mutfakta çalışma süresine ve mutfaktaki görevine göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Aşçıların gıda israfına yönelik davranışlarının ise cinsiyete, aşçılık eğitimi alıp almama durumuna, mutfaktaki görevine göre farklılık gösterdiği; gıda israfına yönelik görüşlerinin ise yaşlarına, mutfakta çalışma süresine göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada gıda güvenliğine yönelik bilgi düzeyi ile gıda israfına yönelik davranışlar arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürde bir otel müşterisinin günde ortalama oluşturduğu atık miktarını ele alan çalışmalar da yer almaktadır. Kılınç Şahin ve Bekar (2018) tarafından konaklama işletmelerinde oluşan gıda atıkları ve gıda atık yönetim sistemleriyle ilgili var olan uygulamaların incelenmesi, yiyecek içecek işletmelerinde gıda atıklarının önlenmesi ve değerlendirilmesi amacıyla yaptıkları çalışma, bu konuyla ilgili en ayrıntılı çalışma olarak dikkat çekmektedir. Çalışmada bir otel müşterisinin bir günde oluşturduğu toplam atık miktarının yaklaşık olarak 500 gr gıda atığı olmak üzere 700 gr olduğu, bir otelde ortaya çıkan toplam atık miktarının ortalama 332 kg olduğu ve otel işletmelerinde gıda atıklarının diğer atık türleri içerisinde yaklaşık %70 oranında

olduğu tespit edilmiştir. Otel işletmelerinde gıda atık oranının diğer atık türlerinden daha fazla olduğu ve en çok gıda atığının mutfak, servis ve bar bölümlerinde olduğu sonucuna varılmıştır. Mutfakta oluşan gıda atıklarının genellikle önlenemeyen ve önlenebilir atıklar olarak ön hazırlık aşamasında meydana geldiği ve servis süresince oluşan gıda atıklarının çoğunlukla tabak atığı şeklinde müşterilerden gelen atıklardan olduğu bulgulanmıştır. Ayrıca servis edilen yiyecek porsiyon miktarıyla oluşan gıda atık miktarları arasında doğru orantı olduğu, her şey dahil sistemini uygulayan konaklama işletmelerinde oluşan gıda atık miktarının oda-kahvaltı sistemi uygulayan konaklama işletmelerinden daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada, müşterilerin tüketebileceklerinden daha fazla yiyeceği tabaklarına almalarının, porsiyonların büyük olmasının ve ürün kalitesinin yetersiz olması gibi nedenlerin gıda israfına yol açtığı görülmektedir.

Kalkan ve diğ. (2020) yapmış oldukları çalışmada Konya ilinde faaliyet gösteren restoran ve 5 yıldızlı otel işletmelerindeki mevcut gıda atık yönetimi politikaları, gıda israfı oranları ve gıda israfını önlemeye yönelik uygulamalar incelenmiştir. Çalışmada otel işletmelerinde bir günde meydana gelen toplam atık miktarı 322,5 kg, gıda atık miktarı ise 166,5 kg; restoran işletmelerinde ise toplam atık miktarı 521 kg, gıda atık miktarı 343 kg olduğu ve en çok ekmek atığı olduğu tespit edilmiştir. Gıda atıklarının diğer atık türleri içerisindeki oranı incelendiğinde restoranlarda otel işletmelerinde daha fazla olduğu sonucuna varılmıştır. Gıda atıklarının ve israfın oluşma nedeninin ise misafirlerin tüketebileceklerinden daha fazlasını tüketmek istemeleridir. İşletmelerden hepsinin olmasa da yaklaşık olarak üçte birinin gıda atıklarını ve israfını önlemek için Tarım Bakanlığı'nın ekmek israfı ile ilgili görsellerini kullandığı, ilk giren ilk çıkar ilkesini uyguladığı ve misafir sayısına göre büfe hazırlığı yapmak gibi tedbirler aldığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde otel işletmeleri çalışanlarının yaklaşık üçte ikisinden fazlasına ve restoran işletmeleri çalışanlarının ortalama yarısına atık yönetimi konusunda eğitim verildiği sonucuna varılmıştır. Çalışmada işletmelere Turuncu Bayrak uygulaması da anlatılmış ve sorulmuştur. Otel işletmelerinin tamamının uygulama hakkında bilgi sahibi olmadığı ve yaklaşık olarak beşte birinin olumlu yaklaştığı, restoran işletmelerinin ise yarısının olumlu yaklaştığı tespit edilmiştir.

Çetinoğlu ve Ünlüönen (2020) Turuncu Bayrak'a sahip olan otel işletmelerinde, uygulamanın gıda israfı konusunda etkilerini ve otellere sağladığı faydaları incelemişlerdir. Turuncu Bayrak uygulamasının otel işletmelerinde gıda atığını ve israfını azalttığı, gıda israfı konusunda duyarlı olan müşteriler ve bilinçli tüketiciler tarafından otel işletmelerinin tercih edilmesinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Turunca Bayrak sonrası işletmelerin gıda israfı ve diğer konularda yaşanan israflara karşı daha duyarlı davrandıkları, müşteri profilinde önemli değişiklikler yaşandığı, uygulamanın işletmelere rekabet avantajı sağladığı sonucuna varılmıştır. İşletmelerin personellerine ve müşterilerine gıda israfı konusunda eğitimler verdiği, bilgilendirmeler yaptığı ve anketler uyguladığı görülmektedir. Turuncu Bayrak uygulamasına sahip otellerin personellerinin ve müşterilerinin gıda atığı konusunda daha bilinçli davrandığı ve gıda israfı konusunda daha duyarlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İşletmelerin gıda atıklarını önlemek için tabak boyutlarını, porsiyonları küçülterek misafirlerin yiyebilecekleri kadar yemek almalarını sağlamalarının önemli olduğu ve Turuncu Bayrak uygulamasına ait logo ve uyarıcı levhaların müşterilerde önemli bir etkisi olduğu sonucuna varılmıştır. İşletmeler, en çok ekmek ve sebzenin çöpe gittiğine vurgu yapmakta ve gıda atıklarının prosedürlere uygun olarak ayrıştırıldığını ifade etmektedirler. Özellikle bayrağa sahip olan işletmelerde, gıda israfı ile ilgili çocuklara yönelik etkinliklerin olmasının çocuklu aileleri de bu otellere çekmeyi başardığı sonucuna varılmıştır. Çalışmada ayrıca, 2019 yılı verilerine göre Turuncu Bayrak uygulaması ile 3 milyon turistin gıda israfına karşı farkındalıkları oluşturularak açık büfelerdeki israfın azaltıldığı vurgulanmaktadır.

3. Yöntem ve Bulgular

Küresel bir sorun olan gıda israfı, bireysel ve toplumsal olarak önlemler alınması gereken önemli bir konudur. Hizmet endüstrisi içerisinde yer alan turizm işletmelerinin yapıları itibarıyla gıda israfının daha fazla görüldüğü işletmeler olduğu söylenebilir. Diğer işletmelerde olduğu gibi otel işletmeleri açısından da gıda israfını önlemek veya azaltmak için alınan önlemler, yapılan uygulamalar önemli hale gelmektedir. Bu doğrultuda çalışmada otel işletmelerinin gıda israfı konusunda aldığı önlemler, Turuncu Bayrak Uygulaması hakkındaki görüş ve

düşünceleri, Turuncu Bayrak Uygulamasının otel işletmelerinde uygulanabilirliği araştırılmıştır. Çalışmada ayrıca, otel işletmelerinin gıda israfı konusundaki ve Turuncu Bayrak Uygulaması hakkındaki farkındalıkları incelenmiştir. Çalışmada amaç ve içerik uygunluğu nedeniyle, bilimsel araştırma yöntemlerinden nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Nitel araştırma, bir sosyal olayı veya olguyu doğal ortamı ve oluşumu içerisinde tasvir eden araştırma türüdür. Bu kapsamda çalışmanın evrenini Konya İlinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri oluşturmaktadır. Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden alınan güncel verilere göre, şu an Konya İlinde; 38 adet Turizm İşletme Belgeli, 3 adet Yatırım Belgeli, 97 adet de Belediye Belgeli otel faaliyet göstermektedir. Otel işletmelerinin 8 tanesi 5 yıldızlı, 8 tanesi 4 yıldızlı, 16 tanesi 3 yıldızlı, 2 tanesi 2 yıldızlı ve 4 tanesi de özel belgeli işletmelerdir. (Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021). Araştırmada örnekleme yöntemi olarak amaçlı örneklem yöntemlerinden durum örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Çalışmada veri toplama aracı olarak görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme soruları, yazarlar tarafından gözlemler ve ilgili literatürden faydalanılarak hazırlanmıştır. Sorular görüşmeler gerçekleştirilirken düzeltilmiş ve son halini almıştır. Görüşme formu demografik sorular da dâhil olmak üzere araştırmanın amacına uygun 16 sorudan oluşmaktadır. Sorular genel olarak gıda güvenliği kapsamında alınan önlemlere, gıda israfını azaltmak veya önlemek için alınan tedbirlere, gıda atıklarını değerlendirme yöntemlerine, otel işletmelerinin bölümleri kapsamında gıda israfını önleme çalışmalarına, personeller ve eğitimine; Turuncu Bayrak uygulaması hakkında katılımcıların ve müşterilerin görüş ve düşüncelerine, uygulamanın işletmelere sağladığı veya sağlayacağı katkılara yöneliktir. Konya ilinde 8 adet 4 yıldızlı ve 8 adet 5 yıldızlı otel işletmesi bulunmaktadır. Covid-19 pandemisinin etkisi ile otel işletmeleri ile görüşmeler sınırlı olarak gerçekleştirilebilmiştir. Öncelikli olarak işletmelerin departman yöneticileri ile görüşülerek mülakat için gerekli izinler alınmış, görüşme tarihi ve saati belirlenmiştir. Bu doğrultuda 4 yıldızlı 1 ve 5 yıldızlı 4 otel işletmesi yöneticisi ile 25 Haziran 2021 tarihinde yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler, işletmelerin yöneticileri ve F&B müdürleri ile ortalama 35 dakika olmak üzere

gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan otel işletmelerinin ve görüşülen kişilerin isimleri, görüşmenin gizlilik kuralına bağlı olarak kullanılmamış ve isimlerin yerine görüşülen kişiler, Katılımcı 1 (K1) ve benzeri şekilde kodlanmıştır.

Yapılan görüşmeler sonucu elde edilen veriler, içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Çalışma konusuyla ilgili yapılmış olan çalışmalardan hareketle ve derinlemesine araştırma yapılmak istendiğinden içerik analizi tercih edilmiştir. İçerik analizi, araştırmaya ilişkin algıların, tutumların, anlamların ve düşüncelerin detaylı, dikkatli ve sistematik olarak incelenmesi ve yorumlanması olarak tanımlanabilir. Yapılan görüşmelerden sonra, katılımcıların konuşmaları metin hâline dönüştürülmüştür. Daha sonra kodlar ve kategoriler oluşturulmuş, ortaya çıkan kategorilerin benzerlikleri ve farklılıkları saptanmış, birbiriyle ilişkili olanlar bir araya getirilerek temalar ortaya çıkarılmıştır. Kategori ve temaların belirlenmesinde veriler arasındaki neden sonuç ilişkileri dikkate alınmıştır. Çalışmada doğrudan alıntılara yer verilmiş ve elde edilen veriler yorumlanarak sonuçlar değerlendirilmiştir. Çalışmada güvenilirliği sağlamak için bulgular yorum yapmadan sunulmuş ve çalışmanın sonuç kısmında veriler tartışılmıştır. Bununla birlikte araştırmacıların hepsi ayrı ayrı kodlama sürecini gerçekleştirmiş ve kodlama tutarlılığı sağlanmıştır. Çalışmada geçerliği sağlamak için ise doğrudan alıntılar kullanılmış ve tüm katılımcılardan onay alınmıştır. Araştırma soruları belirlenirken uzman görüşünden yararlanılmış ve araştırmacı çeşitlemesi yöntemine başvurulmuştur. Bununla birlikte amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Araştırma için hazırlanan görüşme soruları çerçevesinde katılımcılara ilk önce kendilerini tanıtmaya yönelik sorular sorulmuştur. Bu kapsamda 4 soru bulunmaktadır. Katılımcıların hepsinin erkek ve yaş aralığının 27-50 arasında olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların tamamının lisans mezunu olduğu; 3 tanesinin evli 2 tanesinin bekâr olduğu görülmektedir. Otel işletmelerinin yöneticilerinin gıda israfı ve Turuncu Bayrak Uygulaması hakkındaki görüş ve düşüncelerine, gıda israfı konusunda aldığı önlemlere, Turuncu Bayrak Uygulamasının otel işletmelerinde uygulanabilirliğine ilişkin görüşlerini tespit etmek için gerçekleştirilen içerik analizinde kodlar, kategoriler ve temalar ortaya çıkarılmış ve doğrudan alıntılara yer verilmiştir.

Katılımcılardan elde edilen veriler yardımıyla ortaya çıkarılan temalara, kategorilere ve kodlara Tablo 1.'de yer verilmiştir.

Tablo 1. Gıda İsrafı ve Turuncu Bayrak Uygulamasına İlişkin Temalar, Kategoriler ve Kodlar

Otel İşletmelerinin Gıda İsrafı ve Turuncu Bayrak Uygulaması Hakkındaki Görüşlerine İlişkin Temalar, Kategoriler ve Kodlar		
Temalar	Kategoriler	Kodlar
Gıda İsrafı	Gıda güvenliği	Gıdaların son kullanma/tüketim tarihlerine dikkat edilmektedir Gıdaların saklama koşullarına uygunluğu dikkate alınmaktadır Gıdalar takip ve kontrol edilmekte, denetlenmektedir Fazla stoklu çalışılmamaktadır Müşteri forecast raporuna göre hazırlık yapılmaktadır Personellere hijyen konusunda eğitim verilmektedir Gıda mühendisleri tarafından kontroller yapılmaktadır Dışardan denetleme hizmeti satın alınmaktadır
	Gıda atıklarını değerlendirme yöntemleri	Yenilebilir durumdaki gıdalar personellere servis edilmektedir Yenilebilir durumdaki gıdalar çalışanlar tarafından evlerine götürülmektedir Yenilebilir durumdaki gıdalar ihtiyaç sahiplerine yönlendirilmektedir Gıda atıkları personellerden hayvanları olanlara verilmektedir Gıda atıkları hayvan barınaklarına götürülmektedir
	Gıda israfı konusunda alınan önlemler	Personeller bilgilendirilmekte ve eğitim verilmektedir Personeller belirli aralıklarla denetlenmektedir Müşteri/Misafir forecast raporuna göre hazırlık yapılmaktadır Yiyecekler müşteri isteğine (talebine) göre hazırlanmaktadır Yemekler porsiyonlar halinde sunulmaktadır Süsleme vb. araçların alımında çok kullanımlık olanlar tercih edilmektedir Misafirler broşür vb. yardımı ile uyarılmakta, bilinçlendirilmeye çalışılmaktadır
Turuncu Bayrak Uygulaması	Uygulanabilirlik	İşletmelere fayda ve kolaylık sağlayacağı için uygulanabilir Rekabet koşullarına ve oluşumuna göre değişebilir Müşterilerin bilinç düzeyine göre değişebilir Müşteri profiline göre değişebilir
	Avantajlar	Maliyetleri/giderleri azaltarak ve karlılığı artırabilir Gıda atıklarını ve gıda israfını azaltabilir Müşterilerde ve çalışanlarda gıda israfı konusunda farkındalık yaratabilir İşletmenin tercih edilmesinde bir etken olabilir
	Dezavantajlar	Yeni bir uygulama, bilinirliği az, tanıtımı yetersiz Devlet desteği yok, devletin bu projeyi desteklemesi gerekir İnsanlar gıda israfı konusunda bilinçsiz, insanların bilinçlendirilmesi gerekir Müşterilerin tepkisini çekebilir, memnuniyetsizlik oluşturabilir

Elde edilen veriler ve yapılan içerik analizi sonucunda gıda israfı ve Turuncu Bayrak Uygulaması olmak üzere iki tema ortaya çıkmıştır. Gıda israfı teması gıda güvenliği, gıda atıklarını değerlendirme yöntemleri ve gıda israfı konusunda alınan önlemler kategorilerinden oluşmaktadır. Turuncu Bayrak

Uygulaması teması; uygulanabilirlik, avantajlar ve dezavantajlar kategorilerinden oluşmaktadır. Belirlenen temalar ve kategoriler çalışmanın amacı, araştırmacının tutumu ve bilgi birikimi, katılımcıların her bir kategoriye ilişkin verdikleri yanıtlar yani ortaya çıkan kodlara ve neden sonuç ilişkilerine göre şekillenmiştir.

3.1. Gıda israfı teması

İşletmelerin gıda güvenliği konusunda aldığı önlemleri ve yaptığı uygulamaları belirlemek için, katılımcılara “İşletmeniz, gıda güvenliği kapsamında aldığınız önlemler nelerdir? Gıda güvenliği kontrolleriniz, işleyiş düzeniniz ve tedbirleriniz nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir. Otel işletmelerinin gıda güvenliği konusunda; gıdaların son kullanma tarihlerini ve saklama koşullarına uygunluğu dikkate aldıkları, gıdaları belirli aralıklara kontrol ettikleri ve fazla stoklu çalışmadıkları görülmektedir. Bunun yanında müşteri forecast raporuna göre hareket ettikleri, personellere hijyen konusunda eğitim verdikleri tespit edilmiştir. Ayrıca gıda güvenliği konusunda gıda mühendisleri tarafından kontroller yapıldığı ve bazı işletmelerin dışardan denetleme hizmeti satın aldıkları belirlenmiştir. Öne çıkan ifadeler şunlardır;

...İşletmemizde gıda güvenliği kapsamında SKT (Son Kullanım Tarihi) takibi, yeni gelen ürünler ile elimizde olan ürünlerin öncelik sıralamasına dikkat edilir. SKT'lerine göre ürünlerin takibi ve kontrolü sağlanır. Elimizde olan, kullanılan ürünler öne alınır ve yeni gelen ürünler rafta arka tarafa alınır. Tüketildikçe sirkülasyonun devam etsin diye. Aynı zamanda satın alma da görevli kişi aylık sayımını yapar, denetlemesini yapar. Ne girmiş mutfağımıza ne çıkmış ürünlerin eski ve yeni olmak üzere kontrolünü sağlar. En çok dikkat edilen kısımda yeşilliklerin olduğu kısımdır, meyve-sebze kontrolleridir. Onlarda herhangi bir SKT olmadığı için az olarak alınmakta, tükendikçe de yeniden tedarik edilmekte. (K1)

...İşletmemizde gıda güvenliği ve israfı önlemeye yönelik malzeme alımlarımda SKT bakarak ürünlerin tazeliğini ve özellikle de depolarda saklama koşullarına uygunluğuna bakarak almaktayız. Alımları yapılan malzemeler zaten misafir forecastına bakarak var olan sayı doğrultusunda

talebimizi yapmaktayız. Bu yüzden tüketimi yapılan ürünlerimiz taze oluyor. Fazla stoklu çalışmıyoruz. Bu da bu şekil olunca özellikle gıda hijyen kurallarını düşündüğümüz zaman bizim gıda ile ilgili herhangi bir sıkıntı söz konusu değil. (K2)

İşletmelerin gıda atıklarını değerlendirme yöntemlerini belirlemek için katılımcılara “İşletme olarak oluşan gıda atıklarını (kalan yemekleri) nasıl değerlendirmektesiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların verdikleri cevaplardan, gıda atıklarını literatürde yer aldığı gibi, yenilebilir durumda olanlar ve olmayanlar olmak üzere sınıflandırdıkları tespit edilmiştir. İşletmelerin yenilebilir durumda olan yiyecekleri personellerine servis ettiği veya personellerin evlerine götürdüğü, ihtiyaç sahiplerine yönlendirdiği; yenilebilir durumda olmayanları ise hayvan barınaklarına veya personellerden hayvanları olanlara verdiği görülmektedir. Katılımcıların verdiği önemli cevaplar şunlardır;

...İşletme olarak israfı engellemek için, örneğin mutfakta pasta süslemesi yapılacaksa gelen süslemeler genellikle tek kullanımlık olmuyor ve tekrar toparlanıp başka bir organizasyonda veya günlerde kullanabiliyoruz tekrar. Temizlik (hijyen) konusunda da yine bunlar dikkat edilerek toplanılmakta. Yiyecek konusunda da mesela büyük organizasyonlarda o gün et yemeği verildiyse artan kısmı ya personele dönüyor aynı gün içerisinde servis ediliyor ya da belli bir süre geçtiyse barınaklara veya içimizde yani personelde hayvan besleyen var ise onlara teslim edilmekte. Atık oluşumu genel olarak yok yiyecek kısmında. (K1)

...Tüketilecek düzeyde olan gıdaları çalışanlar evlerine götürmektedir. Tüketilmeyecek olanlar ise evcil hayvanlar ile paylaşılmaktadır. Gıda ayrıştırma işlemleri yapan Kamu kuruluşları (Belediyeler) ya da STK'lar böyle bir teklif ile gelirseler biz de gıdaları ayrıştırarak muhafaza edebiliriz. Bu kapsamda özel olarak yaptığımız bir önlem bulunmamaktadır. (K3)

Katılımcılara yöneltilen “İşletme olarak gıda israfını azaltmak ve önlemek için ne gibi tedbirler almaktasınız? Bu tedbirlerin kapsamı nedir?” sorusuna tüm katılımcıların kendilerine göre

cevaplar verdiği görülmektedir. Burada uygulamada yer alan tüm işletmelerin gıda israfı konusunda, kendi açılarından önlemler aldığı ve uyguladığı görülmektedir. Personellerin gıda israfı konusunda bilgilendirildiği ve eğitim verildiği, belirli aralıklarla denetlendiği görülmektedir. Gelen veya gelecek olan müşterilere göre hazırlık yapıldığı, yemeklerin porsiyonlar halinde sunulduğu, süsleme için kullanılan araçların alımında çok kullanımlık olanlar tercih edildiği tespit edilmiştir. En önemlisi işletmelerin misafirleri broşür vb. yardımı ile gıda israfı konusunda uyardığı ve bilinçlendirmeye çalıştığı görülmektedir. Katılımcıların belirttiği öne çıkan ifadeler aşağıda yer almaktadır;

...Genelde kalan yemekler eğer tüketilecek şekildeyse çalışanlarımız evlerine götürmekteler. Fakat tüketilecek durumda değil, atık durumunda ise bunları evcil hayvanlarına götürmekteler. Bu şekilde kendi yöntemlerimizde bir geri dönüşüm sağlamaktayız. Mümkün olduğunca atık üretmemeye çalışıyoruz. (K3)

...İşletme olarak bir uygulama geliştirdik, masalara broşürler bırakılıyor ve bir de şunun altına şöyle güzel bir not düştük 'Lütfen tabaklarınıza kürdan ve buna benzer peçete gibi ürün koymayınız.' Bu atıklar barınaktaki dostlarımız ile paylaşılmaktadır. Yani misafirlerimizi burada uyarıyoruz ve atıkların güvenli bir halde ulaşmasını sağlamaya çalışıyoruz. (K4)

Otel işletmelerinde gıda kayıplarının en çok hangi aşamada gerçekleştiğini belirlemek için, katılımcılara "Yiyecek-içecek maliyet yönetiminizi incelediğinizde maliyeti artıran kayıplar daha çok hangi aşamada (satın alma, depolama, mutfak vb.) oluşmaktadır? Maliyetlerinizde israfın payını nasıl değerlendiriyorsunuz?" sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların verdiği cevaplardan otel işletmelerinde en çok hazırlık aşamasında mutfakta gıda kayıpları ile karşılaştığı görülmektedir. Verilen cevaplar değerlendirildiğinde önemli olanlar şunlardır;

...En fazla zayıt yüzde olarak ifade edersek, hazırlama aşamasında yani aldığımız ürünün hazırlanarak serisi aşamasında daha çok oluşmaktadır. Aldığımız ürünlerin mesela belli bir kısmı yapılamıyor, zaten temizleniyor-kesiliyor derken net olarak hazırlanma aşamasında daha çok zayıt oluşuyor. Satın alma

personelimizde stoklu çalışmadığımız için israfı önleyecek yönde işlerine hâkimler. Stoksuz çalıştığımızda kullanılan ürün ve sunulan hizmet kalitesi daha artmakta. Çünkü sunulan hizmet bütünü yenilenebilir olduğu için, ürün daha sağlıklı ve kullanışlı olmakta. (K1)

...Mutfak kısmında daha çok oluşmaktadır, bunun çözümü adına personele verilen bilgilendirme ve bilinçlendirme eğitimleri ile de israfın engellemedi sağlanmaktadır. (K5)

Katılımcılara “Gıda israfı en çok hangi aşamada (satın alma, depolama, üretim, tüketim veya farklı bir aşama) gerçekleşmektedir? Bu konuda, gıda israfını önleme konusunda ne gibi önlemler alınabilir?” şeklinde otel işletmelerinde gıda israfının daha çok hangi aşamada gerçekleştiğini tespit etmeye yönelik bir soru sorulmuştur. Katılımcıların verdiği cevaplardan israfın en çok tüketim aşamasında, açık büfelerde ve özellikle ekmek israfı şeklinde gerçekleştiği görülmektedir. Bu konuda yapılması gerekenin insanlar israf konusunda bilinçlendirilmek olduğu düşünülmektedir. Yorumlar değerlendirildiğinde önemli olan ifadeler şu şekildedir;

...İsraf ağırlıklı olarak tüketim aşamasında fazlasıyla meydana gelmekte. Gıda israfının önüne geçebilmek için porsiyonların küçültülmesi gerekiyor. Fakat bu yapılırsa da insanların büyük çoğunluğunda memnuniyetsizlik oluşacak. Ödenen ücret ile hizmeti doğru orantıda almak istedikleri için ve israfta en çok tüketim aşamasında oluştuğu için öncelikle bunun önüne geçebilmek için insanlar bilinçlendirilmelidir. (K1)

...İsraf en çok, tüketim aşamasında meydana gelmektedir. Satın almada ve depolamada bir israf söz konusu değildir. Onlarda ürünler, belirli bir miktara ve zamana bağlı olarak alınır ve tüketilir. İsraf daha çok tüketim aşamasında meydana gelmektedir. Ziyafetlerde örneğin kişi başı iki roll ekmek verilmektedir. Mesela bir misafir hiç ekmek tüketmezken diğeri üçüncüyü ya da dördüncüyü isteyebilir. Orada ekmekler konusunda israfı yönetemiyoruz. Misafir tüketeneğinden fazla yemek almakta çoğu zaman ve tabakta kalanlar atık oluşturmakta. Ekmekler genellikle çöpe gitmemekte, biriktirilerek bir kenarda daha sonra

besicilere verilmekte. Onlarda hayvanlarına vermekteler. Birincil amacına uygun olmasa da ikincil bir amaçta kullanılmakta yani bir faydaya ulaşılmaktadır. (K3)

3.2. Turuncu bayrak uygulaması teması

Otel işletmeleri yöneticilerine ve F&B müdürlerine Turuncu Bayrak Uygulaması hakkındaki düşüncelerini ve otel işletmelerinde uygulanabilirliğini belirlemek için “Gıda dostu Turuncu Bayrak (TB) uygulaması ve işleyişi hakkında ne düşünüyorsunuz? Sizce TB uygulaması otel işletmelerinde uygulanabilir mi?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların verdikleri cevaplardan üç katılımcının Turuncu Bayrak Uygulaması hakkında bilgi sahibi olmadığı görülmektedir. Öncelikle katılımcılara Turunca Bayrak anlatılarak sorulara cevap vermesi sağlanmıştır. Katılımcılar Turuncu Bayrak’ın otel işletmelerine fayda ve kolaylık sağlayacağı için uygulanabileceğini belirtmekle birlikte, Turuncu Bayrak’ın uygulanabilirliğinin rekabet koşullarına ve oluşumuna göre, müşterilerin bilinç düzeyine göre ve müşteri profiline göre değişebileceğini düşünmektedirler. Cevaplardan önemli olanlara aşağıda yer verilmiştir;

...Turuncu Bayrak Uygulamasının konaklama sektöründe hayatımıza büyük bir kolaylık sağlayacağını düşünüyorum. Aynı zamanda giderlerimizi minimize edecek bir uygulamadır. Zayi kısmı tamamen düşecektir böyle bir sisteme geçilirse. Ama tabi ki işletmeler bunu gönüllü olarak kabul ederler. İşletmelerin giderleri düşecektir, karlılık oranları artacaktır. Fakat devletinde bu konuda işletmeleri desteklemesi gerekiyor, insanların bilinçlenmesi gerekiyor. Çünkü ilk aşamada şikayetler oluşabilir, bu bayrağı alacak olan işletmelerde kimi insanların istenileni bulamamasından dolayı. Bu konuda devlet desteği ve insanların bilinçlendirilmesi gereklidir. Bu uygulamaya geçiş işletmeleri olumlu anlamda etkileyecektir fakat önemli olan bu konuda insanların bilinçlendirilmesidir. Çünkü böyle bir sisteme girilirse gider düşüyor otomatik olarak, zayi düşüyor, maliyet düşüyor ve net bir şekilde hizmet vermiş oluyorsun. Fakat önce insanların bilinçlenmesi gereklidir, gözümüz doysun maksadı ortadan kalkarsa olumlu anlamda etkili olacaktır. (K1)

...Turuncu bayrak uygulaması da elbette işletmelerde uygulanabilir hatta çok güzel bir uygulama olacaktır ileriye dönük düşünüldüğü zaman. Çünkü bazı otellerde bu uygulama var ama yeni bir uygulama olduğu için herkes bunu bilmiyor. Bununla ilgili gerekli bilgi sağlıklı bir şekilde iletilir ise, güzel noktalara gelinir ve herkes bundan faydalanabilir. (K2)

Katılımcılara “TB uygulamasının işletmelere sağladığı veya sağlayacağı katkıları nasıl değerlendiriyorsunuz? Sizce TB uygulaması müşterilerde ve çalışanlarda bir farkındalık oluşturabilir mi?” sorusu sorulmuştur. Katılımcılar uygulamanın maliyetleri/giderleri azaltarak karlılığı artırabileceğini, gıda atıklarını ve gıda israfını azaltabileceğini, müşterilerde ve çalışanlarda gıda israfı konusunda farkındalık yaratabileceğini ve işletmenin tercih edilmesinde bir etken olabileceğini düşünmektedirler. Öne çıkan yorumlar şunlardır;

...İnsanlar bilinçlendirildikten sonra israf konusunda, eminim ki bu bayrağa sahip işletmeleri tercih edeceklerdir. Turuncu bayrağa sahip olan işletmelerin tercihine daha çok önem verecekleri için, işletmelerin tercihini de olumlu anlamda etkileyecektir. Çünkü gelen insanlar bilinçli ve genellikle eğitim seviyesi yüksek insanlar olacağı için, otellerde de israfın önüne geçilecektir. Günümüzde bu süreçle beraber hijyen konusu daha da önem taşıdığı için turuncu bayrağa sahip olan işletmeler bu konuda misafir tercihinde olumlu olarak etkilenecek ve elbette tercihte ilk sırada olacaktır. (K1)

...Bizim burada şu an böyle bir uygulama yok fakat anlatılan ve araştırmamız doğrultusunda güzel bir uygulama, uygulamayı tabi ki isteriz. Sizden aldığımız intiba ile de kesinlikle düşünülebilir. Uygulama kullanılırsa gerek otel çalışanları gerekse öncelikle misafirler benimseyecektir ve faydalı bir uygulama olacaktır. (K2)

Katılımcılara Turuncu Bayrak Uygulamasının dezavantajlarına yönelik “TB uygulamasının müşteriler tarafından tercih edilme noktasında bir etkisi var mı? Eğer var ise TB uygulaması müşterilerin tercihlerini nasıl ve ne yönde etkilemektedir? Eğer yok ise bunun nedenleri nelerdir/neler olabilir?” sorusu yöneltilmiştir. Bu konuda katılımcılar Turuncu

Bayrak'ın yeni bir uygulama ve bilinirliğinin az olduğunu, tanıtımının yetersiz olduğunu vurgulamaktadır. Bununla birlikte devlet desteği olmadığını, devletin bu projeyi desteklemesi gerektiğini ve insanların gıda israfı konusunda bilinçsiz olduğunu, insanların bilinçlendirilmesi gerektiğini düşünmektedirler. Ayrıca uygulamanın müşterilerin tepkisini çekebileceğini, memnuniyetsizlik oluşturabileceğini ifade etmektedirler. Tüm bunlarla birlikte Turuncu Bayrak'ın müşteriler tarafından tercih nedeni olabileceği düşünülmektedir. Katılımcıların verdiği cevaplar değerlendirildiğinde öne çıkan ifadeler şunlardır;

...Çok güzel ve faydalı bir uygulama olacağını düşünüyorum işletmeler için. Bu düşünce var şu an bizim aklımızda ama şu an beklemedeyiz. Müşteri tercihinde de tabi ki çok etkili olur, bu %20-%30'a varan olumlu geri dönüşlerde sağlayabilir hatta. Ya da bunun tam tersi de meydana gelebilir, bu aslında değişken bir durum olacaktır. Bu rekabetin oluşumu sağlayacaktır, misafir tercihinin etkileyecektir. (K2)

...Müşterilerin oteli tercihinde olumlu bir etkisi olacağını düşünmekteyim. (K4)

4. Sonuç ve Öneriler

Küresel bir sorun olan gıda israfı konusu, bireysel ve toplumsal olarak önlemler alınması gereken hayati bir konudur. Sanayi ve tarım endüstrilerinde olduğu gibi hizmet endüstrisinde de gıda israfı sorununun üzerinde durulması, düşünülmesi, önlemler alınması ve uygulanması gerekmektedir. Gıda israfı, turizm işletmeleri ve özelinde otel işletmeleri açısından düşünüldüğünde daha önemli hale gelmektedir. Herşey dâhil sistem şeklinde veya açık büfelerle hizmet veren otel işletmeleri, gıdaların sıklıkla kullanıldığı, her gün çok fazla sayıda yiyeceğin menülerinde yer aldığı, büyüklüklerine göre çok sayıda personeli olan ve yüzlerce insana hizmet veren işletmelerdir. Bu durum gıda israfı konusunun otel işletmeleri açısından önemini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda, Gıda İsrafını Önleme ve Bilinçlendirme Platformu tarafından 2018 yılında, toplumda farkındalık oluşturmak ve gıda israfı sorununa çözümler üretmek amacıyla Turuncu Bayrak Projesi hayata geçirilmiştir. Turuncu

Bayrak, gönüllü olarak israfa karşı olmayı temsil eden, gıda israfına duyarlı turizm işletmelerine verilen gıda dostu bir uygulamadır.

Yapılan bu çalışmada, otel işletmelerinin gıda israfı konusunda aldığı önlemler, Turuncu Bayrak Uygulaması hakkındaki görüş ve düşünceleri, Turuncu Bayrak Uygulamasının otel işletmelerinde uygulanabilirliği araştırılmıştır. Çalışmada ayrıca, otel işletmelerinin gıda israfı konusundaki ve Turuncu Bayrak Uygulaması hakkındaki farkındalıkları incelenmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiş ve görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme soruları, amaçlı örnekleme yöntemlerinden durum örnekleme yöntemi doğrultusunda belirlenen otel işletmelerine uygulanmıştır. Elde edilen verilerin analiz edilmesinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Kodlar, kategoriler ve temalar ortaya çıkarılmış ve doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Elde edilen veriler ve yapılan içerik analizi sonucunda gıda israfı ve Turuncu Bayrak Uygulaması olmak üzere iki tema ortaya çıkmıştır. Gıda israfı teması gıda güvenliği, gıda atıklarını değerlendirme yöntemleri ve gıda israfı konusunda alınan önlemler kategorilerinden oluşmaktadır. Turuncu Bayrak Uygulaması teması; uygulanabilirlik, avantajlar ve dezavantajlar kategorilerinden oluşmaktadır.

Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, otel işletmelerinin gıda israfı konusunda bilinçli olduğu ve gıda israf tutumlarının iyi olduğu düşünülmektedir. İşletmelerin büyük çoğunluğu gıda israfının önemini farkındadır. Gıda israfını önleme konusunda, işletmelerin kendilerine göre yöntemler geliştirdiği ve uyguladığı görülmektedir. İşletmelerin gıda güvenliği konusunda; gıdaların son kullanma tarihlerini ve saklama koşullarını dikkate aldıkları, gıdaları sürekli olarak takip ve kontrol ettikleri, fazla stoklu çalışmadıkları tespit edilmiştir. Kalkan vd. (2020) tarafından yapılan çalışmada da otel işletmelerinin ve restoranların ilk giren ilk çıkar ilkesini uyguladığı görülmektedir. Bununla birlikte müşteri forecast raporuna göre hazırlık yaptıkları, personellere hijyen konusunda eğitim verdikleri, gıda mühendisleri tarafından kontroller yapıldığı ve son olarak bazı işletmelerin dışardan denetleme hizmeti satın aldıkları görülmektedir. Benzer şekilde Özdemir ve Güçer (2018) ile Kalkan vd. (2020) tarafından yapılan çalışmalarda da otel işletmelerinde doluluk oranına göre hazırlık yapıldığı ve işletme çalışanlarına

eğitimler verildiği görülmektedir. Aamir vd. (2018) tarafından yürütülen çalışmada da restoranlarda gıda israfını azaltmanın en iyi yolu etkili talep tahmini olarak görülmektedir. Otel işletmelerinin gıda güvenliği konusunda aldığı önlemlerin ve gıda güvenliğine verdikleri önemin gıdaların bozulma, tarihinin geçmesi gibi gıda israfına neden olabilecek durumları ortadan kaldırdığı söylenebilir.

Çalışmada elde edilen bir diğer önemli bulgu ise, otel işletmelerinin gıda israfı konusunda personelleri bilgilendirmesi, eğitimler vermesi ve belirli aralıklarla denetlemesidir. Çetinoğlu ve Ünlüöner (2020) ile Kırmızıkuşak ve Yücel (2021) tarafından yürütülen çalışmada da gıda israfını önlemek için çalışanlara eğitim verildiği görülmektedir. Otel işletmelerinin bölümleri bazında gıda israfı konusunda sorulan sorularda da, işletme çalışanlarının yeterli bilgi ve donanımına sahip, alanında profesyonel, mesleki alanda uzman ve eğitilmiş kişiler olduğu görülmektedir. Bunun yanında bazı işletmeler işe alım sürecinde bazıları da sonrasında düzenli olarak personellere eğitimler vermektedir. Gerçekleşen eğitimler ile işletmelerde gıda israf yönetimi amaçlanmaktadır. Bu durum hizmet sürecinde gıdaların çok fazla kullanıldığı işletmeler olan otel işletmeleri açısından oldukça önemlidir. Otel işletmeleri yöneticilerinin ve bölüm yöneticilerinin verdikleri cevaplardan, gıda kayıplarının en çok hazırlık aşamasında, mutfakta gerçekleştiği görülmektedir. Kılınç Şahin ve Bekar (2018) ile Ceyhun Sezgin ve Ateş (2020) tarafından yapılan çalışmalarda da gıda atıklarının en çok mutfakta ön hazırlık aşamasında meydana gelmesi çalışmamızın sonuçlarını doğrulamaktadır. Alanında eğitilmiş çalışanların, gıdaların hazırlık aşamasında en az gıda atığı oluşturacağı düşünülmektedir.

Gıda israfı konusunda işletmelerin aldığı diğer önlemler ise yiyecekleri olabildiğince müşteri isteğine (talebine) göre hazırlamaya çalışmaları ve yemekleri porsiyonlar halinde sunmalarınıdır. Otel işletmelerinde yemeklerin porsiyonlar halinde servis edilmesi, gıda israfını azaltmak veya önlemek açısından çok önemlidir. Kılınç Şahin ve Bekar (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da porsiyonların küçük olması gerektiğine dikkat çekilmektedir. Genel olarak herşey dahil veya açık büfe şeklinde hizmet veren işletmelerde, gıda israfının en çok tüketim aşamasında, özellikle ekmek israfı ve tabak artığı şeklinde

gerçekleştiği görülmektedir. Bu bulgu Aamir vd. (2018) ile Tekin ve İlyasov (2018)'un yaptığı çalışmalarla benzerlik göstermektedir. Engström ve Carlsson-Kanyama (2004) da tabak israfının en fazla ortaya çıkan israf şekli olduğuna ve alınan önlemlerle neredeyse sıfırlanabileceğine dikkat çekmektedir. Çetinoğlu ve Ünlüöner (2020)'in yapmış olduğu çalışmada turistlerin gıda israfına karşı farkındalıkları oluşturularak açık büfelerdeki israfın azaltıldığı görülmektedir. Müşterilerin tüketebileceğinden fazla yemek alması, kalan yemeklerin israf olmasına neden olmaktadır. Kalkan vd. (2020) ile Özdemir ve Güçer (2018) tarafından yapılan çalışmalarda da gıda israfının çoğunlukla müşterilerin tutumlarından kaynaklandığı görülmektedir. Bununla birlikte işletmelerin süsleme için kullanılacak araçların alımında çok kullanımlık olanları tercih ettikleri görülmektedir. Böylece her etkinlikte yeni süsleme malzemelerinin kullanımı engellenmektedir.

Çalışma açısından bir diğer önemli sonuç ise, bazı işletmelerin müşterileri broşür vb. yardımı ile gıda israfı konusunda uyardırmaya ve bilinçlendirmeye çalışmalarıdır. Kalkan vd. (2020)'nin yürüttüğü çalışmada da benzer şekilde işletmelerden yaklaşık olarak üçte birinin gıda atıklarını ve israfını önlemek için ekme israfı ile ilgili görseller kullandığı tespit edilmiştir. Mete (2017), Khanh Linh (2018), Yıldırım (2019), Ceyhun Sezgin ve Ateş (2020) ile Çetinoğlu ve Ünlüöner (2020)'in yapmış oldukları çalışmalarda da gıda israfı konusunda restoranlarda ve büfelerde hatırlatıcı bilgilerin, farkındalık artırıcı ve uyarıcı görsellerin veya notların yer alması gerektiği önerilmektedir. Ticari işletmeler olan otel işletmeleri açısından müşteri memnuniyeti önemlidir. İşletmeler, gıda israfı konusunda önlemler alırken, önlemlerin müşteriler tarafından kabullenilmesi ve desteklenmesi gerekmektedir. Bu açıdan israf konusunda insanların bilinçlendirilmesi, işletmelerin gıda israfı konusunda aldığı önlemler nedeniyle müşteri memnuniyeti açısından kötü bir sonuç doğurmayacaktır. İşletmelerin gıda atıklarını değerlendirme yöntemleri incelendiğinde, gıda israfı konusunda olduğu gibi her işletmenin kendi açısından bir yöntem geliştirdiği tespit edilmiştir. İşletmelerin yenilebilir durumdaki gıdaları personellere servis ettikleri, gıdaların çalışanlar tarafından evlerine götürüldüğü veya ihtiyaç sahiplerine yönlendirildiği görülmektedir. Kurt (2019) ile Özdemir ve Güçer (2018)'in yapmış oldukları çalışmalarda gıda

atıklarını değerlendirme yöntemleri, çalışma ile benzerlik göstermektedir. Sakaguchi vd. (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, yemek atıklarını bertaraf etmek için kullanılan en yaygın yöntemin, yemek artıklarını restoran çalışanlarına vermek olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte yenilebilir durumda olmayan gıda atıklarının personellerden hayvanları olanlara verildiği veya hayvan barınaklarına gönderildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Gıda Dostu olmayı ve israfa karşı olmayı temsil eden Turuncu Bayrak uygulaması hakkında otel işletmelerinin olumlu algılara sahip olduğu görülmektedir. Kalkan vd. (2020) tarafından yapılan çalışmada otel işletmelerinin yaklaşık olarak beşte birinin, restoran işletmelerinin ise yarısının uygulamaya olumlu yaklaştığı tespit edilmiştir. Turuncu Bayrak'ın işletmelere fayda ve kolaylık sağlayacağı için işletmelerde uygulanabileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte katılımcılar, Turuncu Bayrak'ın otel işletmelerinde uygulanabilirliğinin rekabet koşullarına ve oluşumuna, müşterilerin bilinç düzeyine ve müşteri profiline göre değişebileceğini vurgulamaktadırlar. Turuncu Bayrak'ın maliyetleri/giderleri azaltarak karlılığı artırabileceğini, gıda atıklarını ve gıda israfını azaltabileceğini, müşterilerde ve çalışanlarda gıda israfı konusunda farkındalık yaratabileceğini ifade etmektedirler. Ceyhun Sezgin ve Ateş (2020) tarafından yapılan çalışmada da otel işletmelerinde Gıda Dostu Turuncu Bayrak sisteminin yaygınlaştırılması önerilmektedir.

Çalışmanın en önemli bulgusu ise uygulamanın müşteriler tarafından işletme tercihi bir etken olabileceğidir. Çetinoğlu ve Ünlüönen (2020)'in yaptığı çalışmada da Turuncu Bayrak uygulamasının otel işletmelerinde gıda atığını ve israfını azalttığı, gıda israfı konusunda duyarlı olan müşteriler ve bilinçli tüketiciler tarafından otel işletmelerinin tercih edilmesinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Bu noktada insanların gıda israfı konusunda bilinçlendirilmesi önemlidir. Gıda israfı konusunda bilinçli insanların artmasının, otel işletmeleri açısından da uygulamaya yönelik talebi artıracığı düşünülmektedir. Bununla birlikte her ne kadar 2018 yılında başlayan ve şu an 15 otel işletmesinin sahip olduğu bir uygulama olsa da, katılımcılar Turuncu Bayrak'ın yeni bir uygulama, bilinirliği az ve tanıtımının yetersiz olduğunu düşünmektedirler. Çalışma kapsamında ele alınan üç otel

işletmesinin Turuncu Bayrak Uygulaması hakkında bilgi sahibi olmadığı görülmektedir. Kalkan vd. (2020)'nin yaptığı çalışmada da otel işletmelerinin tamamının Turuncu Bayrak uygulaması hakkında bilgi sahibi olmadığı tespit edilmiştir. Projenin devlet desteği ile birlikte yürütülmesi ve en önemlisi gıda israfı konusunda bilinçsiz olan insanların bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca uygulamanın müşterilerin tepkisini çekebileceği ve memnuniyetsizlik oluşturabileceği endişelerini de taşımaktadırlar. İşletme yöneticileri, insanların gıda israfı konusunda bilinçlenmeleri durumunda, Turuncu Bayrak'a sahip işletmeleri tercih edeceğini ve bu doğrultuda otel işletmelerinin de Turuncu Bayrak'ı tercih edeceğini düşünmektedirler.

Yapılan bu çalışma sonuçları açısından incelendiğinde, literatürde otel işletmelerinde ortaya çıkan gıda israfı konusunda yürütülen çalışmalarla benzer sonuçlar elde edildiği görülmektedir. İncelenen çalışmalarda olduğu gibi bu çalışmada da bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. Seçilen yöntem dolayısıyla ve ele alınan örneklem nedeniyle çalışmanın sonuçlarının genellenemeyeceği unutulmamalıdır. Bununla birlikte bu çalışmanın, bundan sonra yapılacak olan bilimsel çalışmalara katkı sağlayacağı, otel işletmelerine ve işletme yöneticilerine gıda israfı ve Turuncu Bayrak konusunda yol gösterici olabileceği düşünülmektedir. Bu çalışma, otel işletmeleri yöneticilerinin görüşlerine odaklanmaktadır. Yapılacak yeni araştırmalarda, Turuncu Bayrak uygulaması gıda israfı ve müşteriler açısından farklı araştırma yöntemi ve örnekleme tekniği kullanılarak ele alınabilir. Çalışma otel işletmelerinde gıda israfı ve Turuncu Bayrak'a dikkat çekmesi açısından önemlidir. Son olarak otel işletmelerinde gıda israfını azaltmak için öncelikle insanların ve toplumun gıda israfı konusunda bilinçlendirilmesi gerektiği söylenebilir. Tüketiciler, müşteriler ve turistler özelinde gıda israfı konusunda bilinçli kitlenin, otel işletmelerini de bilinçli olmaya yönelteceği düşünülmektedir. Bu noktada Turuncu Bayrak uygulaması ve otel işletmelerinde uygulanabilirliği daha önemli hale gelmektedir.

Kaynakça

Aamir, M., Ahmad, H., Javaid, Q. and Hasan, S. M. (2018) Waste Not, Want Not: A Case Study on Food Waste in Restaurants of

- Lahore, Pakistan. *Journal of Food Products Marketing*, 24(5): 591-610.
- Aksoy, M. ve Solunoğlu, A. (2015). Gıda İsrafı ve “Freegan Food Akımı”. *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators*, Konya.
- Anasız, İ. (2019). Otel İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrolü için İsrafı Azaltacak Farklı Bir Uygulama Önerisi: Hedef Maliyetleme. *Kapadokya Akademik Bakış*, 2(2): 179-214.
- Arslan, N. ve Aydın, H. (2019). Ekmek İsraf Etmeme Niyetinin Değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 17(4): 165-179.
- Aydın, A. (2021). Turizm Öğrencilerinin Gıda Tüketimi ve İsrafı Konusundaki Algı ve Tutumları. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Batman.
- BBC News, (2021). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-56291957>, (Erişim tarihi: 28.07.2021).
- Buğday, E. B. ve Babaoğlu, M. (2016). Bilinçli Tüketim Kavramının Boyutları: Bilinçli Tüketim Davranışının Yeniden Tanımlanması. *Sosyoekonomi*, 24(30): 187-206.
- 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.
- Çetinöglü, D. ve Ünlüönen, K. (2020). Otel İşletmelerinde Gıda İsrafını Önlemeye Yönelik Turuncu Bayrak Uygulaması Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(5): 318-335.
- Dal, E. N. (2017). Tüketim Toplumu ve Tüketim Toplumuna Yöneltilen Eleştiriler Üzerine Bir Tartışma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19): 1-21.
- Engström, R. and Carlsson-Kanyama, A. (2004). Food Losses in Food Service Institutions: Examples from Sweden. *Food Policy*, 29: 203-213.

- Gönültaş, H., Kızılaslan, H. ve Kızılaslan, N. (2020). Gıda İsrafının Davranışsal Belirleyicileri: Tokat İli Örneği. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, 9(3): 14-24.
- Graham Rowe, E., Jessop, D. C and Sparks, P. (2014) Identifying Motivations and Barriers to Minimising Household Food Waste. *Resources, Conservation and Recycling*, 84: 15-23.
- Gustavsson, J., Cederberg, C., Sonesson, U., Van Otterdijk, R. and Meybeck, A. (2011). Global Food Losses and Food Waste: Extent, Causes and Prevention. International Congress SAVE FOOD!, Düsseldorf. Germany.
- Gümüş, İ. (2017). Konaklama İşletmelerinde Her Şey Dahil Konseptine Alternatif Her Şey Helâl Uygulamasıyla Yeme İçme İsrafının Önlenmesi. 1. *International Halal Tourism Congress*, Alanya.
- Hogan, B. (2016). 5 Factors Driving Food Waste in Foodservice, <http://blog.leanpath.com/5-factors-driving-food-waste-infoodservice>, (Erişim tarihi: 14.08.2021).
- Işık, I. ve Yılmaz, B. B. (2016). Konaklama İşletmelerinde Yiyecek İçecek Maliyet Kontrolü: Bir Otel İşletmesinin Yiyecek İçecek Maliyet Kontrol Yöntemleri Üzerine İnceleme. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 11(1): 61-83.
- Juvan, E., Grün, B. and Dolnicar, S. (2018). Biting Off More Than They Can Chew: Food Waste at Hotel Breakfast Buffets. *Journal of Travel Research*, 57(2): 232-242.
- Kalkan, F., Şapçılar, M. C., Adabalı, M. M. and Büyükşalvarcı, A. (2020). An Investigation on Waste and Wastage in Hotel and Restaurant Businesses Operating in Konya. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 10 (2): 277-304.
- Kallbekken, S. and Saelen, H. (2013). "Nudging" Hotel Guests to Reduce Food Waste as a Win-Win Environmental Measure. *Economics Letters*, 119: 325-327.
- Karakaş, G. (2019). Gıda İsrafının Davranışsal Belirleyicileri; Çorum İli Örneği. *Türk Tarım Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 7(3): 467-474.

- Keskin, E., İstanbullu Dinçer, F. ve Dinçer, M. Z. (2019). Herşey Dahil Konaklama İşletmelerinde Gıda İsrafı. *IV. International Gastronomy Tourism Studies Congress*, Nevşehir.
- Khalid, S. A., Nawawi, W. N. W., Ramli, N. and Daud, N. M. (2016). Producing Fertilizer from Food Waste Recycling using Berkeley and Bokashi Method. *International Scientific Researches Journal*, 72(4): 75-83.
- Khanh Linh, N. (2018). Food Waste Management in The Hospitality Industry Case Study: Clarion Hotel Helsinki. Bachelor's Thesis, Degree Programme in Tourism. Haaga-Helia University of Applied Sciences. Helsinki, Finland.
- Kılınç Şahin, S. (2021). Otel İşletmelerinde Gıda Atıklarının Değerlendirilmesine Yönelik Model Önerisi. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 8(66): 527-538.
- Kılınç Şahin, S. ve Bekar, A. (2018). Küresel Bir Sorun Gıda Atıkları: Otel İşletmelerinde Boyutları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4): 1039-1061.
- Kırmızıkuşak, D. ve Yücel, R. (2021). Yiyecek İçecek İşletmelerindeki Gıda Kaybı ve İsrafının Maliyete Etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1): 448-469.
- Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2021). *Turizm İstatistiği*, https://www.konyakultur.gov.tr/index.php?route=pages/pages&page_id=24, (Erişim tarihi: 07.06.2021).
- Köksalan, N. (2019). Minimalist Tüketim. XI. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series, Tekirdağ, 633-641.
- Kurt, Y. (2019). Yiyecek-İçecek Personelinin Gıda İsrafı Hakkında Bilgi, Görüş ve Davranışları: Eskişehir İli Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C.Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Ankara.
- Kurt, Y., Nazik, M. H. Ve Işın, A. (2020). Otel İşletmelerinde Gıda İsrafına Yönelik Davranışların İşletme Karlılığına Etkisi: Eskişehir Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(4): 4365-4379.

- Lipinski, B., Hanson, C., Lomax, J., Kitinoja, L., Waite, R. and Searchinger, T. (2013). Reducing Food Loss and Waste: Installment 2 of "Creating a Sustainable Food Future". World Resources Institutes.
- Marra, F. (2013). Fighting Food Loss and Food Waste in Japan. M. A. in Japanese Studies - Asian Studies, Leiden University. Hollanda
- Marthinsen, J., Sundt, P., Kaysen, O. and Kirkevaag, K. (2012). *Prevention of Food Waste in Restaurants, Hotels, Canteens and Catering*. <http://infohouse.p2ric.org/ref/54/53132.pdf>, (Erişim tarihi: 20.08.2021).
- Mete, H. (2017). Ekmek İsrافی ve Önleme Yöntemleri. *Tekirdağ SMMM Odası Sosyal Bilimler Dergisi*, 7: 1-10
- Okazaki, W. K., Turn, S. Q. and Flachsbart, P. G. (2008). Characterization of Food Waste Generators: A Hawaii Case Study. *Waste Management*, 28: 2483-2494.
- Onurlubaş, E. ve Altunışık, R. (2019). Ekmek Tüketim Alışkanlıkları ve İsrاف Eğilimi Üzerine Bir Araştırma: Bursa İli Örneği. XI. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series, Tekirdağ.
- Owen, N., Widdowson, S. and Shields, L. (2013). *Waste Mapping Guidance for Hotels in Cyprus: Saving Money and Improving the Environment*. [https://www.tourism.gov.cy/tourism/tourism.nsf/All/A9F84CCB90BC8BEFC225849D003A4B90/\\$file/Waste_Mapping_Guidance_Hotels.pdf?OpenElement](https://www.tourism.gov.cy/tourism/tourism.nsf/All/A9F84CCB90BC8BEFC225849D003A4B90/$file/Waste_Mapping_Guidance_Hotels.pdf?OpenElement), (Erişim tarihi: 28.07.2021).
- Özçiçek Dölekoğlu, C. (2017). Gıda Kayıpları, İsrاف ve Toplumsal Çabalar. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 23(2): 179-186.
- Özdemir, G. and Güçer, E. (2018). Food Waste Management within Sustainability Perspective: A Study on Five Star Chain Hotels. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1): 280-299.
- Parfitt, J., Barthel, M. and Macnaughton, S. (2010). Food Waste within Food Supply Chains: Quantification and Potential for Change to 2050. *Philosophical Transactions Royal Society*, 365: 3065-3081.

- Pirani, S. I. and Arafat H. A. (2016). Reduction of Food Waste Generation in The Hospitality Industry. *Journal of Cleaner Production*, 132: 129-145.
- Pirani, S. I. and Arafat, H. A. (2014). Solid Waste Management in the Hospitality Industry: A Review. *Journal of Environmental Management*, 146: 320-336.
- Sakaguchi, L., Pak, N. and Potts, M. D. (2018). Tackling the Issue of Food Waste in Restaurants: Options for Measurement Method, Reduction and Behavioral Change. *Journal of Cleaner Production*, 180: 430-436.
- Savcı, M. (2019). Değer Yaratmayan Faaliyetlerin Azaltılmasında Kaizen Maliyetleme Sisteminin Etkisi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1): 308-325.
- Senemoğlu, O. (2017). Tüketim, Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *İnsan&İnsan*, 4(12): 66-86.
- Sever, M. (2021). İhtiyaçlar ve Tüketim Kültürü. *Kültür Araştırmaları Dergisi*, 8: 265-274.
- Stancu, V., Haugaard, P. and Lahteenmaki, L. (2016). Determinants of Consumer Food Waste Behaviour: Two Routes to Food Waste. *Appetite*, 96: 7-17.
- Stefan, V., Van Herpen, E., Tudoran, A. A. and Lahteenmaki, L. (2013). Avoiding Food Waste by Romanian Consumers: The Importance of Planning and Shopping Routines. *Food Quality and Preference*, 28: 375-381.
- Tekin, Ö. A. and İlyasov, A. (2017). The Food Waste in Five-Star Hotels: A Study on Turkish Guests' Attitudes. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3): 13-31.
- Tepecik, A. ve Gümüş, Ç. (2017). Ekmek İsrafını Önleme Konulu Sosyal Sorumluluk Kampanyasına İlişkin Akademisyen, Uzman ve Öğrenci Görüşleri. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 19: 161-181.
- Turuncu Bayrak, (2021). *Turuncu Bayrak Gıda Dostu*, <http://turuncubayrak.org> (Erişim tarihi: 25.07.2021).

- TDK. (2021). *İsraf*, Türk Dil Kurumu <https://sozluk.gov.tr/>, (Erişim tarihi: 01.07.2021).
- TİSVA. (2020). *Sayılarla İsraf Raporu*, Türkiye İsrafı  nleme Vakfı. s.10 <http://www.israf.org/#> (Erişim tarihi: 30.07.2021).
- Yıldırım, E. (2019). Türkiye’de Helal Konseptli Otel İŞletmelerinde İsrafın Değerlendirilmesi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İŞletmeciliği Ana Bilim Dalı, Gaziantep.

LİSANS DÜZEYİNDE GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN ÖZ YETERLİKLERİNE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Esra YILDIRIM

Yüksek Lisans Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Konya, Türkiye,
esraarse.96@hotmail.com

Safa KAYA

Yüksek Lisans Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Konya, Türkiye,
kayasafa@yahoo.com.tr

Yeliz PEKERŞEN

Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak
Sanatları, Konya, Türkiye, yeliz.ulusan@gmail.com

1. Giriş

Gastronomi, iyi yemek yeme sanatı ve bilimi olarak tanımlanmaktadır (Gillespie ve Cousins, 2001: 2). Gastronomi, gıdaların, hijyenik bir biçimde azami damak ve göz zevkine güzel gelecek şekilde yenmeye hazır hale getirilmesine kadar geçen süreci ifade etmektedir (Soeroso ve Susilo, 2014: 49). Turizm eğitimi kapsamında değerlendirilen gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi, gastronomi unsurlarını, yiyecek ve içeceklerin tarihi ve kültürüyle alakalı bütün bilgileri öğrencilere sunmaktadır (Hegarty, 2009: 5). İnsanların ihtiyaçlarının karşılanması ve gastronomi biliminin devamlılığı için zamanla gastronomi eğitimi ortaya çıkmıştır (Harrington ve diğerleri, 2005: 38). Gastronomi eğitimi yalnızca insanların gereksinimlerini karşılamak bakımından değil, gastronomiyi bir meslek olarak benimseyen

kişilerin bilgi ve donanımlarını geliştirmek için de zamanla bir gereklilik haline dönüşmüştür (Güzel, 2009: 29).

Bireylerin eğitim ihtiyaçlarını ve meslek rollerini gerçekleştirmek içinse öz yeterlik önemli bir faktördür. Öz yeterlik yönünden yüksek olan bireyler mesleklerine karar verirken birçok seçeneği değerlendirebilmesinin yanında, farklı meslek dallarının eğitimleri için de kendilerine karşı yeterli güven duymakta ve böylece zorlu meslek hayatlarında önüne çıkacak engelleri kolaylıkla aşabilmektedir (Bandura, 2009: 181). Mesleki yönden öz yeterliğin olması ise bireyin çalışma hayat ında göstereceği performansı ve yetkinliği etkilemektedir (Chaudhary vd., 2012: 330).

Gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi, nitelikli şeflerin yetiştirilmesinin yanında insana, kültüre ve geleceğe yapılan bir yatırım olması yönünden oldukça önemlidir (Akdağ, Soylu ve Demir, 2017: 296). Yiyecek ve içecek sektörünün ihtiyacı olan bilgi, beceri ve donanıma sahip, alanında öz yeterliği yüksek başarılı çalışanların olması ancak etkin ve kaliteli bir gastronomi eğitiminin verilmesi ile mümkün olacaktır (Akoğlu vd., 2017: 147). Yiyecek ve içecek sektöründe sürekliliğin sağlanması için de mesleki eğitim almış nitelikli personeller gerekmektedir (Han ve Kaya, 2008: 114). Bu nedenle ülkemizde de yükseköğretim düzeyinde açılan gastronomi ve mutfak sanatları bölümlerinin sayısı her geçen yıl hızla artmaktadır (Akoğlu vd., 2017: 147).

Bu bağlamda çalışmada, gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin alanlarıyla ilgili öz yeterliklerine yönelik görüşleri ele alınmaktadır. Ayrıca mezun olduktan sonra gerekli yeterliklere yönelik motivasyonları ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır. Gastronomi eğitiminin mevcut iş sektörünün ihtiyaçlarına ve taleplerine istenilen hızda ve çeşitlilikte cevap verecek düzeyde olması için bu bölümde okuyan öğrencilerin öz yeterliklerinin çok yönlü bir değerlendirmeye tutulması önem arz etmektedir. Bu nedenle öğrencilerin gastronomi ve mutfak sanatları eğitimine ilişkin değerlendirmeleri okul sonrası dönemde öğrencilerin gerekli yeterliklere yönelik motivasyonları hakkında bilgi sahibi olunmasını sağlayacaktır. Bu sayede öğrencilerin uygun nitelikli bir eğitim sürecinden geçerek yüksek öz yeterliklerine sahip birer mezun olmaları, turizm ve yiyecek içecek sektörünün

de kaliteli bir iş gücü ile ileriye gidebilmesi açısından da önemli olacağı düşünülmektedir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Gastronomi ve eğitim

Gastronomi kelimesi, Yunan kökenli “gastros” mide ve “nomos” yasa kelimelerinin bir araya gelmesi ile oluşmuştur. Daha sonradan gastronomiye eklenen “culinaria” kavramı ise; bir ülkenin ya da bölgenin mutfağına ait yemeklerin ve bu yemeklerin hazırlanmasında kullanılan teknik yöntemlerin ifadesi için kullanılmaktadır (Kivela ve Crofts, 2006: 355). Scarpato (2002) gastronomiyi, gıdaların üretiminden başlayıp hazırlanmasına ve sunumuna kadar geçen sürecin bir bütünü olarak ifade etmektedir. Richards (2002) gastronomi kavramını, yemeğin pişirilmesinden tüketilmesine kadar geçen bütün süreçler olarak dile getirirken, Kivela ve Crofts (2006) ise; yemek yeme sanatını inceleyen bir disiplin dalı olarak ifade etmiştir. Gillespie ve Cousins (2001)’a göre gastronomi kavramı, gıdalardan en çok nasıl zevk duyulabileceği ve bu zevkin nasıl ileriye götürülebileceğini konu edinmiş bir bilim dalıdır. Bunun yanında gastronomi yeme içme ile alakalı kişinin edindiği bilgi ve becerilerin sanata dönüşme biçimi olarak da tanımlanabilir (Santich, 2004: 15).

Gastronomi, insanların temel gereksinimlerini karşılama yanısıra onları sosyolojik ve psikolojik yönden de etkileyen bir unsurdur (Aymanıkuy ve Sarioğlan, 2007: 142). Gastronomi eğitimi ise ilgili sektöre uygun nitelikte personel yetiştirilmesi amacıyla eğitim verilen bir bilim dalı olarak ifade etmektedir. Gastronomi sektöründe uygulama faaliyetleri ile gerçekleşen disiplinler arası bir bölüm olduğu için gastronomi eğitimi hem eğiticiler hem de kurumlar tarafından güç ve dikkat gerektiren bir bilim dalı olarak tanımlanmaktadır (Aymanıkuy ve GÜdü Demirbulat, 2017: 234).

Gastronomi eğitimi tarihte restoran işletmeleri ile eş zamanlı olarak ortaya çıkmış ve gelişmiştir. Restoran işletmeleri ile oluşan usta-çırak ilişkisi gastronomi eğitiminin ilk örneği olarak bilinmektedir (Glass, 2005: 3). Ticari hayat ve iş yaşamı hakkında kişilerin belirli bir süre tecrübe sahibi olmalarını sağlayan usta-çırak eğitimi uzun seneler sürmüştür (Miles, 2007: 267). Modern anlamda ilk restoranlar, Fransız İhtilali nedeniyle işlerini kaybeden

aşçıların Paris ve Fransa'nın gelişmiş şehirlerinde restoran işletmesi açması ile ortaya çıkmış ve endüstriyel bakımdan aşçılık önemli bir konuma gelmiştir (Kiefer, 2002: 61). Fransız devrimi sonucunda oluşan modern Fransız Mutfağı ile mutfak eğitimi gelişim göstermiş böylece gelişen ve değişen mutfak eğitimi ile Amerika, İngiltere, Almanya ve Avusturya gibi birçok ülkede mutfak eğitimi üzerine düşünceler ortaya çıkmış ve bu düşünceler resmi mutfak okullarının açılmasına neden olmuştur (Zopiatis ve Constanti, 2007: 393).

Mutfak ve aşçılık üzerine ilk kurs 1784 yılında İngiltere'de açılmıştır (Allen, 2003: 557). Aşçılığın bir sanat olarak görülmeğe başlanması ile usta-çırak eğitimi değişmeye başlamış ve dünyada ilk olarak 1882 yılında Londra'da "National Institute of Cookery" ismiyle aşçılık okulu kurulmuştur (Brown, 2005: 50). Londra'da kurulan "National Institute of Cookery" den bir sene sonra da Paris'te "L'École Professionnelle de Cuisine et des Sciences Alimentaires" ismiyle aşçılık okulu açılmıştır (Danaher, 2012: 141). 1895 yılında Paris'te kurulan "Le Cordon Bleu" örgün aşçılık eğitiminde ilk eğitim veren okullar içerisinde yer almaktadır (Allen, 2003: 558). 18. yüzyılın sonlarına doğru Endüstri Devrimi'nin de etkisiyle yaşanan gelişmeler ile aşçılık ve mutfak eğitimi de profesyonel bir seviyeye taşınmış ve esnaf birlikleri tarafından yönetilen meslek eğitiminin sorumluluğu devlet kontrolüne geçmiştir (Miles, 2007: 268). 1800'lü yıllarda açılan mutfak okullarından sonra, 1932 yılında ilk profesyonel eğitimle faaliyete geçen "Atelier Ecole" Paris Ticaret Odası tarafından kurulmuştur. 1990 yılında Fransız Şef Paul Bocuse tarafından kurulan ve sonra 2007 yılında lisans düzeyinde eğitim verecek olan Otel, Restoran Yönetimi ve Mutfak Sanatları Okulu (School of Hotel and Restaurant Management and Culinary Arts) ise bu dönemler faaliyete geçmiştir (Brown, 2005: 52). Mutfak sanatları ve aşçılık üzerine ilk kursların hizmet vermeye başlamasından sonra mutfak okulları açılmış ve açılan bu okullar ile resmi diploma verilmeye başlanmıştır. Le Cordon Bleu ve Cornell Üniversitesi'nin verdiği diplomalı mutfak eğitimlerinin ardından 1990 yılında Boston ve Adelaide Üniversiteleri de yüksek lisans düzeyinde eğitim vermeye başlamıştır. 1996 yılında ilk doktora programı ise New York Üniversitesi'nde açılmıştır (Allen, 2003: 556).

Dünyada olduğu gibi ülkemiz için de gastronomi eğitiminin temeli usta-çırak ilişkisine dayanmaktadır. Ayrıca ahilik sistemi de ülkemizde gastronomi eğitiminin temellerinden birisidir (Kurnaz ve diğerleri, 2018: 507). Ülkemizde 20. yüzyılın ortalarına doğru süren bu mutfak eğitim biçimi 1957 yılında Turizm Bakanlığı'nın kurulması ile büyük şehirlerde açılan kurslarla daha profesyonel şekilde devam etmiştir (Görkem ve Sevim, 2016: 979). 1960'lı yıllarda Ankara Otelcilik Okulu ortaöğretim seviyesinde ilk gastronomi eğitimini vermeye başlamıştır. İlk zamanlar bir yıllık bir eğitim veren Ankara Otelcilik Okulu 1963-1964 yıllarında üç yıllık eğitim veren bir örgün eğitim sistemine geçmiştir (Ünlüöner ve Boylu, 2005: 16). 1985 yılında Bolu Mengen Aşçılık Meslek Lisesi ise isminde ilk kez "aşçı" kelimesi geçen ortaöğretim kurumu olmuştur (Şengün, 2017: 173). 1985 yılında Türkiye'de lise düzeyinde mutfak eğitimi veren ilkokul Bolu'da açılmıştır. Türkiye'de 1960'lı yıllarda ortaöğretim seviyesinde verilen mutfak eğitimi, 1997 yılında Abant İzzet Baysal Üniversitesi'nin aşçılık bölümünü açmasıyla mutfak eğitimi ön lisans seviyesinde verilmeye başlanmıştır (Denk ve Koşan, 2017: 58). 2003 yılında Yeditepe Üniversitesi'nin lisans düzeyinde Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünü açmasından sonra Türkiye ilk kez lisans seviyesinde gastronomi eğitimi ile karşılaşmıştır (Görkem ve Sevim, 2016: 979). 2012 yılında ise yüksek lisans düzeyinde ilk gastronomi eğitimi Mardin Artuklu Üniversitesi'nde verilmeye başlanmıştır. Doktora düzeyinde gastronomi eğitimi de 2014 yılında Gazi Üniversitesi tarafından faaliyete geçmiştir (Şengün, 2017: 173). Gastronomi eğitimi ülkemizde yakın bir geçmişe sahiptir ve günümüzde ilgi çeken eğitim dalları arasında yer almaktadır. Bunun yanında Türkiye'de örgün eğitim kapsamında ön lisans ve lisans seviyesinde aşçılık ve gastronomi eğitimi veren programların sayısı da gün geçtikçe artmaktadır (Öney, 2016: 195).

Gastronomi eğitimi için açılan programlarda öğrencilere; yiyecek-içecek yönetimi, mutfak yönetimi, kafe-bar yönetimi ve restoran yönetimi konuları hakkında eğitimler verilmektedir (Ekincek ve diğerleri, 2017: 26). Bu sayede uluslararası alanda bilgi ve beceri kazanmış, toplumların yemek kültürü hakkında gerekli bütün bilgilere sahip uzman kişiler ve yönetici şefler yetiştirilmektedir (Santich, 2004: 17). Gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi uygulamaya dayalı bir bölüm olduğu için derslerin mesleğe uygun olan okul ve atölyelerde ve tecrübeli öğretmen

elemanlarınca verilmesi, öğrencilerin meslekteki başarıları için oldukça önemlidir. Ayrıca sektörün ihtiyacı olan şartlarda eğitim verilebilmesi için uygulama atölyelerinin sektörde kullanılan teknolojiyi karşılayacak bir donanıma sahip olması ve her öğrencinin işlenecek derse uygun araç-gereç ve malzemeye sahip olması gerekmektedir (Görkem ve Sevim, 2016: 978). Bu nedenle gastronomi ve mutfak sanatları eğitiminde pratik ve teorik bilgilerin bir bütün olarak verilmesi, sahip olduğu nitelikleri geliştirmeleri, girişimci ve yenilikçi bilgiler ile donatılmaları önem arz etmektedir (Öney, 2016: 197).

2.2. Gastronomi eğitiminde öz yeterliğin önemi

Öz yeterlik, bir bireyin sahip olduğu yetenek ve becerileri kullanarak neleri gerçekleştireceğine ve başarabileceğine dair olan inancı (Axboe vd., 2016: 2) olup toplumsal öğrenme teorisinin temeli sayılan kavramlardan birisidir (Morgil vd., 2004: 63). Öz yeterlik kavramı; bireyin istenilen hedefleri gerçekleştirme aşamasında gerekli olan davranışları planlama ve yürütmedeki yeteneğine olan kişisel inancı olarak da tanımlanmaktadır (Bandura, 1997: 3).

Consiglio ve diğ. (2016) göre öz yeterlik, işle alakalı pozitif duyguların oluşturulması için en önemli psikolojik gerekliliklerden birisidir. Kavramın ilerlemesinde büyük pay sahibi olan Bandura (2006)'ya göre öz yeterlik, bireylerin kendilerinden beklenen başarıları karşılamak adına performanslarına olan inançları olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle öz yeterlik, bireyin sahip olduğu bilgi, beceri ve yeteneklerin çokluğundan veya düzeninden ziyade bireyin sahip olduğu bu özellikleri nasıl ve neler için kullandığı ve buna yönelik duyduğu inanç düzeyi ile alakalıdır (Alqurashi, 2016: 47). Yani öz yeterlikte esas olan bireyin kendisine duyduğu inanç ve güven hissidir (Bakan vd., 2017: 56).

Öz yeterlik genel olarak dört temel kaynağın etkisi ile oluşmaktadır. Bunlar; doğrudan deneyimler, dolaylı deneyimler, sosyal ikna ve fizyolojik-duygusal kaynaklardır. Sağlam bir öz yeterliği en çok etkileyen faktör ise doğrudan deneyimlerdir. Bu duruma örnek olarak; bireyin bir başarı elde etmesiyle öz yeterliğinin güçlenmesi, başarısızlıkla sonuçlanan bir deneyim yaşadığında ise öz yeterliğinin azalması gösterilebilir (Bandura, 2002: 34). Dolaylı deneyimlerde ise; birey dış çevrenin

yaşantılarından ve eylemlerinden etkilenmektedir. Dolaylı deneyimlerde izlenen veya örnek alınan modeller öz yeterliğin gelişiminde büyük bir yere sahiptir (Usher ve Pajares, 2006: 127). Bu duruma örnek olarak; öğrencilerin kendi yeteneklerine yakın akranlarının olumlu ve olumsuz davranışlarını izleyip, kendi davranışlarını karşılaştırarak öz yeterliklerini oluşturması ve geliştirmesi verilebilir (Pajares, 2008: 113). Öz yeterliğin gelişmesinde üçüncü temel kaynak ise sosyal iknadır. Sosyal ikna, iknanın niteliği ve içeriği ile iknayı kullanan kişilerin özelliklerine bağlıdır. Olumlu yönde kullanılan iknalar bireyin öz yeterliğini destekleyerek güçlendirirken, olumsuz yönde kullanılan iknalar bireyin öz yeterliğini düşürmektedir (Schunk ve Pajares, 2009: 38). Bu duruma örnek olarak; bireyin öğretim hayatında önemli olan kişilerden (aile, öğretmen, akranlar) sözlü ve sözsüz mesajlar alması ile bireyin akademik yeteneklerine ilişkin öz yeterliğini yükseltmesi veya azaltması verilebilir (Pajares, 2008: 113). Öz yeterliğin gelişmesinde diğer bir önemli kaynak ise fizyolojik-duygusal kaynaklardır (Bandura, 2002: 34). Bireyin fizyolojik ve duygusal durumlarda (stres, kaygı vb.) eylemlerinde farklılıklar meydana gelmektedir. Bu nedenle eylemlerin gerçekleştiği durumlarda kişilerin yaşadıkları stres ve kaygıları kontrol altına alıp, durumu yönetebilmeleri için yeterli öz yeterliğe sahip olmaları son derece önemlidir (Schunk ve Pajares, 2009: 38).

Öz yeterlikte, bireylerin bir faaliyeti gerçekleştirmek için lazım olan bilgi ve becerilerinin yanı sıra, zorlayıcı ve istenilmeyen koşullarda da gerekli davranışları bilgi ve becerileri dahilinde göstermeleri beklenmektedir (Zimmerman ve Kulikowich, 2016: 183). Öz yeterlik, bireyin kapasitesinin, gerçekleştirdiği işlerdeki başarılarının, güdülerinin ve öz benliğinin bir bütünü olmasının yanında, her türlü faaliyet girişiminin başlayıp başlamayacağını ve sürekliliğin olup olmayacağına dair kişilere fikir verebilmektedir (Bıkmaz, 2006: 293). Öz yeterlik, bireylerin eylem ve davranış şekillerinin seçimini, bunlar için gösterdiği çabayı ve karşısına çıkan engellere ne kadar süre dayanabileceğini etkilemektedir. Bu nedenle kişilerin öz yeterlikleri ne kadar sağlam olursa dayanabileceği ve üstesinden gelebileceği olaylarda bir o kadar çok olacaktır (Zee vd., 2016: 1014).

Bireylerin eğitim ihtiyaçlarını ve meslek rollerini gerçekleştirmek için de öz yeterlik önemli bir faktördür. Öz

yeterli yüksek olan bireylerin meslek seçeneklerinin artmasının yanında, bireyler farklı meslek dallarının eğitimleri için kendilerini yeterli hissetmekte ve zorlu meslek hayatlarında önüne çıkabilecek engelleri kolaylıkla aşabilmektedir (Bandura, 2009: 181). Mesleki yönden öz yeterlik; bireyin işinde göstereceği performansına ve yetkinliklerine olan inancıdır (Chaudhary vd., 2012: 330). Mesleki öz yeterlikte, birey işiyle ilgili konularda doğru davranışlar göstereceğine dair kendisine inanmaktadır (Schyns ve Sczesny, 2010: 79). Bu nedenle bireyin işi ile ilgili sorumluluklarını başarılı bir şekilde yerine getireceğine dair kendisine duyduğu inanç oldukça önemlidir (Rigotti vd., 2008: 239). Ayrıca kariyer seçimi ve gelişimi açısından bireyin mesleki yönden öz yeterliğinin olması da önemli bir faktördür (Mukhamadovna vd., 2020: 4013).

Yiyecek içecek sektörü de nitelikli iş gücü ve mutfak çalışanlarına ihtiyaç duyulan bir sektördür. Bu nedenle gastronomi üzerine eğitim veren kurumların sunmuş olduğu eğitim olanakları, sektöre girecek bireyin kendisini yeterli bulmasına ve açılığa karşı olumlu yönde duygular beslemesine yol açacaktır (Kurnaz vd., 2014: 42). Ayrıca açılık mesleği üzerine tutumların ve yeterliklerin bireye kazandırıldığı eğitim kurumlarının sahip olduğu olanaklar da bireylerin açılık mesleğine yönelik öz yeterliğini yükseltmektedir (Öztürk ve Görkem, 2011: 72). Bu sayede bireyin mesleğine karşı olumlu duygular hissetmesi yaptığı işi sevmesine ve iş hayatında daha başarılı olması sağlanacaktır (Terzi ve Tezci, 2007: 601). Dolayısıyla gastronomi üzerine eğitim veren kurumların, kendilerine güvenen ve öz yeterliği yüksek bireylerin yetiştirebilmesi için bireylerin mesleki tutumlarında nelerden etkilendiğini bilmesi ve buna yönelik eğitimlerin verilmesi oldukça önemlidir (Kurnaz vd., 2014: 42).

3. Yöntem

Öz yeterlik, bireylerin çalışma performansları ve motivasyonları için doğrudan bir etkiye sahiptir. Yoğun çalışma programları ve uygulamaları ile meslek hayatına hazırlanan, mezuniyet sonrası iş ve günlük strese kapılan üniversite öğrencilerinin öz yeterliklerini ve motivasyonlarını anlamak son derece önemlidir. Eğitimin yeterliliği, bireylerin bu alandaki motivasyonu ve bakış açıları hakkında fikir vermektedir. Eğitim süreçlerinde gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin sektöre ilişkin bilgi ve tecrübe kazanmaları iş

hayatlarında önemli kolaylıklar sağlamaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, Necmettin Erbakan Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü'nde okuyan 4. sınıf öğrencilerinin alanlarıyla ilgili öz yeterliklerine yönelik görüşlerinin ele alınmasıdır. Ayrıca mezuniyet sonrası gerekli yeterliklere yönelik motivasyonları ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır. Bu doğrultuda çalışma güncel verileri elde etmek yönünden önemli olup, bundan sonra yapılacak çalışmaların daha ileriye gidebilmesi için de önemli bir yol gösterici olacaktır.

Araştırmanın evrenini Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü 2020-2021 eğitim-öğretim yılı 4. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. 26 öğrencinin katılımı ile araştırma gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada nitel veri toplama yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşmeler araştırmaya derinlik katmak amacıyla yüz yüze ve online görüşmelerle 01.04.2021 - 30.04.2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Ortalama bir görüşme 20 dakika sürmüştür. Görüşmeler sırasında herhangi bir veri kaybına neden olmamak için katılımcıların onayı ile kayıt yapılmıştır.

Görüşme soruları, Babaç ve Önçel (2018)'in çalışmalarında kullandıkları sorulardan yola çıkarak araştırmanın amacına göre uzman görüşü alınarak hazırlanmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen verilerin değerlendirilmesi için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Veriler bilgisayar ortamında yazılı metne dönüştürülmüştür. 26 (13 kadın, 13 erkek) öğrenciden 30 sayfalık bir veri seti toplanmıştır. Her katılımcı için 1'den 26'ya kadar numara verilerek kod oluşturulmuştur. K1 kodu 1. katılımcı anlamına gelmektedir.

Katılımcıların yanıtları tekrarlanan ifadeler ilişkilerine göre gruplandırılmıştır. Bu gruplara göre taslak konular oluşturulmuştur. Bu konular ana başlıklar altında toplanmış, ilk analizler yeniden değerlendirilmiş ve daha sonra alt kategorilere ayrılmıştır. Kategoriler ise konular içerisinde yer alan tekrar terimlerden oluşmaktadır. Bu terimleri en iyi temsil eden katılımcı ifadeleri literatürdeki diğer çalışmalarla karşılaştırılarak seçilmiş ve konu zenginleştirilmiştir.

4. Bulgular

Alan yazın, veri toplama araçları ve yapılan analizler sonucunda kategoriler belirlenmiştir. Bu kategoriler 3 ana tema başlığı altında ele alınmıştır. Bunlar sırasıyla; gastronomi eğitimi görmekte olan öğrencilerin gastronomi hakkındaki düşünceleri, gastronomi eğitimi görmekte olan öğrencilerin uygulamalardaki yeterlilikleri, gastronomi eğitimi görmekte olan öğrencilerin gastronomi eğitimi hakkındaki düşünceleri şeklinde ifade edilmiştir. Görüşme sonuçlarında ortaya çıkan bulgular bu temalar ışığında sunulacaktır.

4.1. Gastronomi eğitimi görmekte olan öğrencilerin gastronomi hakkındaki düşünceleri

Katılımcılara bu başlık altında 2 soru sorulmuştur. *“Gastronomi ve mutfak sanatları hakkında ne düşünüyorsunuz?”* ve *“Kendinizi gastronomi ve mutfak sanatları alanında hangi yönlerden yeterli buluyorsunuz?”* soruları öğrencilerin gastronomi hakkındaki düşüncelerini ifade etmektedir. Öğrencilerin gastronomi hakkındaki ifade ve sıklıkları Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Gastronomi Eğitimi Görmekte Olan Öğrencilerin Gastronomi Hakkındaki Düşünceleri

Kategori	Örnek Alıntı
Bilim (12 katılımcı)	<i>“Gastronomi yeme içme olayının altındaki bilimsel nedenleri araştıran, yemeğin daha lezzetli, daha estetik olmasını sağlayan, beslenme kültürünün altındaki bilinmeyenlere ışık tutan bir bilim dalıdır”</i> (K23).
Sanat (9 katılımcı)	<i>“Gastronomi ve mutfak sanatları bilim ve sanatın mutfakta hayat bulmasıdır”</i> (K25).
Gelişen ve geleceğin alanı (8 katılımcı)	<i>“Gastronomi, gelişime çok açık olan, her geçen gün ilginin arttığı ve bitmeyeceğini düşündüğüm trenddir”</i> (K5).
Popüler / Trend (7 katılımcı)	<i>“Gastronomi günümüzün en popüler mesleklerinden biridir. Günümüzde bu alanda birçok kurum eğitim vererek uzman kişiler yetiştirmektedir. Gastronomi sadece bir yemek yapma</i>

	<i>olayı değildir yemek yaparken kullanılan teknik ekipmanın nedenini de araştırır” (K21).</i>
Yaratıcılık (7 katılımcı)	<i>“Gastronomi iyi ki okumuşum dediğim bir bölüm. Almış olduğunuz eğitim tecrübeyle birleşince kendinize bir gastronomi uzmanı diyebilirsiniz. Bu bölüm bana yaratıcılığı anımsatıyor” (K19).</i>
Kültür (7 katılımcı)	<i>“Gastronomi, tüm toplumların yeme ve içme konusundaki deneyimlerinden oluşan bir kültür ve bilgi sentezidir” (K15).</i>
Eğlence (4 katılımcı)	<i>“Gastronomi en eğlenceli üniversite bölümlerinden biridir. Yemek yaparak ve yemek hakkında bilimsel konularda kendinizi geliştirdiğiniz aynı zamanda eğlendiğiniz bir alan” (K16).</i>

Tablo 1’de gösterildiği gibi öğrenciler gastronomi alanını beslenme olgusunun altında yatan kültürel, tarihi ve bilimsel nedenleri araştıran bir bilim ve sanat dalı olarak görmektedirler. Gastronomi ve mutfak sanatları yaratıcılık gerektiren, sürekli gelişim gösteren, popüler, eğlenceli ve geleceğin mesleği olarak ifade edilebilmektedir.

İkinci olarak öğrencilere *“Kendinizi gastronomi ve mutfak sanatları alanında hangi yönlerden yeterli buluyorsunuz?”* sorusu yöneltilmiştir. Öğrenciler gastronomi ve mutfak sanatları alanıyla ilgili olarak;

- Temel mutfak bilgisi açısından,
- Trend ve güncel gastronomi konularını takip etme açısından,
- Teorik eğitimle verilen bilgileri kullanma açısından,
- Ekip çalışması ve iletişim becerileri açısından,
- Yaratıcı düşünme ve gelişime açık olma açısından kendilerini yeterli bulduklarını ifade etmişlerdir.

Bu konudaki öğrenci düşünceleri şu şekildedir:

“Gastronomi sürekli gelişim göstermemiz gereken bir bölümdür. Bazı temel konularda yeterli olabilirsiniz ama uzman olmak için çok çalışmak ve araştırmak gerekir. Temel mutfak

kuralları, bilgisi ve ekipman kullanımı konusunda 4 senenin sonunda yeterli olduğumu düşünüyorum” (K21).

“Yeni ve güncel konuları takip ederim. Gastronomi alanında yaşanan trendleri uygulama konusunda yeterli olduğum söylenebilir” (K17).

“Aldığımız temel eğitim gastronomi alanında yeterli olmamızı sağlamaz. Sık uygulama ve pratiklerle tecrübe edinmeliyiz. Ancak verilen teorik eğitimler ve iletişim konusunda belirli bir yeterliliğe sahibim” (K26).

“Gastronomi alanında kendimi ekip çalışması, işletme çalışanları ve misafir iletişimi konusunda yeterli buluyorum. Mümkün olduğunca yardımsever ve güler yüzlü olarak işletmede pozitif bir atmosfer yaratırım. Mutfakta geçirdiğim saatler ve yaptığım ürünler beni oldukça tatmin eder bu süreçte de kendimi işime adayarak başarılı ürün çıkarabilirim. Alan olarak daha çok pastane ürünlerinde daha başarılı olduğumu düşünüyorum ve daha yaratıcı sunumlar hazırlayabiliyorum” (K8).

“Aldığım eğitim ve deneyimlerime dayanarak kendimi bu alandan sürekli geliştirmek için çabalıyorum. Edindiğim bilgi ve deneyimler bu alandaki yaratıcı düşüncelerime olumlu etki sağlıyor” (K9).

4.2. Gastronomi eğitimi görmekte olan öğrencilerin uygulamalardaki yeterlilikleri

Bu başlık altında öğrencilerin gastronomi alanındaki yeterliliklerini ortaya koyabilmek için katılımcılara 6 soru sorulmuştur. İlk olarak *“Mutfak performansı bakımından yeterli bulduğunuz yönleriniz nelerdir?”* sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar doğrultusunda 26 katılımcıdan 23’ü kendini mutfak performansı konusunda yeterli, 3’ünün ise yetersiz bulunduğu ortaya koyulmuştur. Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda mutfak performansı açısından yeterli buldukları yönler şöyle sıralanabilmektedir:

- Verilen görevleri eksiksiz tamamlayabilme,
- Ekiple uyumlu çalışma ve iletişim kurabilme,
- Pratik ve hızlı olma,
- Sabırlı ve soğukkanlı davranabilme,
- Mutfak kurallarına uyma,

- Mutfak ekipmanlarını doğru kullanabilme,
- Yaratıcılık ve sunum tekniklerinde iyi performans gösterebilme.

Bu konudaki katılımcı görüşleri ise şöyledir:

“Mutfak içerisinde ekipte çalışma konusunda yeterliyim. Ayrıca verilen reçeteleri iyi bir şekilde sunuma hazırlayabilirim” (K15).

“Mutfakta pratik ve hızlıyım. İletişime önem veririm. Bu sayede mutfakta etkili bir performans göstererek başarılı olabilirim” (K24).

“Mutfak performansında bir tarifi uygulama becerisini önemli olduğunu düşünmenin yanında kendimi oldukça sabırlı buluyorum. Mutfak birçok ramak kala ve kazaların olabileceği bir alandır ve bu tarz durumlarda soğukkanlı kalabilmek riskleri bir nevi azaltabilir” (K8).

“Mutfak içerisinde ekipmanları kullanma, pişirme teknikleri ve kurallara uyma konusunda yeterliyim” (K21).

“Mutfakta etkin bir performans göstermek istiyorsanız farklı olmalısınız. Bunu yaratıcılıkla ve sunumunuzla yapabilirsiniz. Yaratıcılık konusunda kendimi yeterli görmekteyim. Özellikle sunum teknikleri konusunda kendimi geliştiriyorum” (K17).

İkinci olarak “Pişirme yöntemlerinde yeterliliğinizi nasıl değerlendirirsiniz?” sorusuna 21 katılımcı kendilerini yeterli gördüğünü, 5 katılımcı ise yetersiz gördüğünü ifade etmiştir. Katılımcıların bu konu hakkındaki görüşleri şöyledir:

“Tabii ki bu konuda 4 yıllık eğitim sürecinde mümkün olduğunca tüm pişirme yöntemlerini görüyoruz ancak bunlar sınırlı bir şekilde de gerçekleşiyor. Bu durum biraz da kendinizi geliştirmek ve gördüğünüz staja bağlı. O yüzden pişirme konusunda yeterli düzeyde olduğumu düşünüyorum” (K1).

“Okumakta olduğum üniversitenin de katkısıyla almış olduğum pişirme yöntemleri dersleriyle birlikte yeterli bilgiye sahip olduğumu düşünüyorum” (K7).

Üçüncü olarak katılımcılara “Mutfakta hijyen açısından yeterli olup olmadığınızı nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu yönetilmiştir. Katılımcıların tamamı kendilerini mutfakta hijyen konusunda

yeterli gördüğünü ve bu konuya hassasiyetle yaklaştıklarını ifade etmişlerdir. Bu konudaki bazı katılımcı görüşleri şu şekildedir:

“Hijyen bu işin en önemli kuralıdır bence. Çünkü gastronomi direkt olarak insan sağlığını ilgilendiren bir alan. O yüzden mutfakta hijyen ve sanitasyon kurallarına dikkat ediyorum ve bu konuda kendimi yeterli buluyorum” (K20).

“Hijyen ve sanitasyon işimizin bir parçasıdır. Günümüzde yaşadığımız pandemide de önemini daha iyi anladık. 4 yıl boyunca almış olduğum derslerde ve iş tecrübelerinde de bu konuda sürekli bilgilendirildim. Kendimi bu konuda dikkat etmeye zorluyorum bu nedenle yeterli düzeyde olduğumu söyleyebilirim” (K24).

Dördüncü olarak katılımcılara *“Yemek üretebilme konusunda yeterliliğinizi nasıl değerlendirirsiniz?”* sorusu yönelmiş ve alınan cevapla 18 katılımcı kendilerini yeterli, 5 katılımcı yetersiz ve 3 katılımcı ortalama düzeyde olduğunu ifade etmiştir. Bir yemek üretebilmek için yeterli düzeyde bilgi ve tecrübenin yanında kişinin yaratıcı düşünebilmesi ve gelişime açık olması katılımcılar arasında yaygın bir düşünce olarak öne çıkmaktadır. Bu konu hakkındaki katılımcı düşünceleri şöyledir:

“Bir yemek üretebilmek büyük oranda yaratıcılık içermektedir. Mutfakta kimi zaman hazırladığımız gıdalar istediğimiz tarzda olmayabilir bu durumda o ürünü kurtarmak adına ona ek bir şeyler katabiliyorsam, çeşitli süslemeler, tatlandırıcılar ile yenilebilir bir tarza getirebiliyorsam yaratıcı olduğumu düşünebilirim. Bu durum da benim yemek üretebilme konusunda yeterli düzeyde olduğumu gösterir” (K8).

“Yemek üretebilmek bilgi, tecrübe ve yetenek gerektiren bir durumdur. Bu bölüme başladığım süre boyunca hem okulda hem sektörde bilgi ve tecrübe konusunda geliştiriyorum. Bu konuda yeteneğimin olduğunu da biliyorum. Dolayısıyla kendimi yeterli görmekteyim” (K13).

“Yemek üretmek anlık bir durum değildir. Bilgi ve tecrübe ister. Bu konuda kendimi yeterli düzeyde görmüyorum. Bilgi ve tecrübe sahibi olsam da yeni bir yemek üretebilmek için yaratıcılık ve daha çok çalışma yapmak gerekir” (K21).

Beşinci olarak katılımcılara *“Mutfakta inovasyonel (yeni, yaratıcı fikirler) çalışmalar için hangi yönlerinizi yeterli veya yetersiz*

buluyorsunuz?” sorusu sorulmuştur. Katılımcıların 10’u bu konuda kendini yeterli görürken, 16’sı yetersiz düzeyde görmektedir. Mutfaktaki yeterliliklerini ölçmeye yönelik soruların diğer soruların aksine katılımcıların çoğunluğu yenilik anlamında kendini yetersiz görmektedir.

Mutfakta inovasyonel çalışmalar gerçekleştirebilmek çok fazla deney gerçekleştirme, hata yapma ve yaratıcılık duygusu gerektiren bir durumdur. Okul, öğrencilerin hata yapıp hatalarını düzeltebilmesi için bir fırsat yaratmaktadır. Bu konu hakkındaki bazı katılımcı düşünceleri şu şekildedir:

“Yetenek konusunda yeterli düzeyde olduğumu düşünüyorum ancak yeni bir ürün için yaratıcı düşünmek ve farklı şeyler deneyimlemek gerekiyor. Mutfakta farklı lezzetler deneme konusunda çok fazla imkân bulamıyorum” (K16).

“Evet bu konuda kendimi yeterli düzeyde görüyorum. İş hayatında yeterli fırsata sahip olamasak da okul bunun için var. Sürekli deneyip farklı şeyler ortaya çıkartabilirsiniz” (K21).

Son olarak katılımcılara *“Yemeğinizin başkalarına iyi hissettirmesi için neler yaparsınız?”* sorusu yönetilmiştir. Katılımcılar yaptıkları yemeklerin beğenilmesi için:

- Misafirin yeme alışkanlıklarını, kültürünü, duygularını dikkate alarak iletişim kurduklarını (8 katılımcı),
- Yemeğin reçetesini doğru bir şekilde uyguladıklarını (6 katılımcı),
- Yemeğin görselliğine ve sunumuna dikkat ettiklerini (6 katılımcı),
- Yemeğin hazırlanmasında özen gösterdiklerini (5 katılımcı),
- El lezzetine güvendiklerini (5 katılımcı),
- Temel bilgi birikimine güvendiklerini (5 katılımcı) ifade etmişlerdir.

Bu konu hakkındaki görüşler ise şöyledir:

“Yemek yaptığım kitle beğeni açısından oldukça önemlidir. Bu kitlenin beğenilerini ve yeme alışkanlıklarını göz önünde bulundurarak yemek ve sunum hazırlarım” (K8).

“Yemek lezzeti ve görselliği bir bütündür. Lezzetine dikkat edebilmek için el becerisine sahip olmak ve doğru aşamaları

uygulamak gerekir. Görsellik ise yaratıcılık gerektirir. Bunun için farklı sunumlar üzerinde çalışırım” (K14).

“Yemeği tarifine göre uygularım. Özenirim, baştan savma iş yapmam. Zaten bir işe özen gösterirseniz güzel sonuçlar alırsınız” (K18).

“Eğitim ve tecrübeme güvenirim. Kendimi geliştirmeye sürekli devam ediyorum. Bu yemeğimin lezzetini her geçen gün arttıracaktır” (K25).

4.3. Gastronomi eğitimi görmekte olan öğrencilerin gastronomi eğitimi hakkındaki düşünceleri

Elde edilen veriler sonucunda son tema gastronomi eğitimi üzerinedir. Bu başlık altında öğrencilere 2 soru sorulmuştur. İlk olarak “Üniversitede gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi almak ile ilgili düşünceleriniz nelerdir?” sorusu sorulmuş 20 katılımcı aldıkları eğitimi yeterli bulurken 6 katılımcı yetersiz bulduğunu belirtmiştir. Bu konu hakkındaki katılımcı düşünceleri ise şöyledir:

“Gastronomi eğitimi almak hep istediğim bir şeydi. Gastronomi eğitimi sayesinde çok sevdiğim işi yapabileceğim. Şartlar düşünülünce aldığım eğitimi yeterli buluyorum. Bunun üzerine kendi deneyimlerimi eklersem ilerde başarılı olacağımı düşünüyorum” (K1).

“Üniversitede gastronomi eğitimi almış olmak bireyin akademik açısından yeterliliğe sahip olması açısından oldukça önemlidir. Üniversitede verilen gastronomi eğitimi ile her hafta çeşitli yiyecekler yapılarak mutfak bilgisi genişler, teorik dersler dahilinde de eğitim bütünleştirilir. Zorunlu olan stajlar ve işbaşı eğitimler sayesinde öğrenciler sektörde çalışarak çevre ve mutfak çalışması açısından kazanımlar elde eder” (K8).

“Gastronomi eğitimi almak teorik açıdan oldukça verimli olmaktadır. Ancak mutfak açısından eğitimin ve iş tecrübesinin farklılığı apaçık ortada oluyor. Benim okulda aldığım temel eğitimle mezun olup işe başlamam ile okumayan birinin bu süreçte işi sektörde başlayarak öğrenmesi aynı sonucu veriyor. Bizler sadece işin bilim kısmında avantajlı oluyoruz ancak şu an için sektörde bunun bir öneminin olduğunu düşünmüyorum” (K13).

“Gastronomi eğitimi almak sadece yemek yapmayı öğrenmek değil yemeğin diğer bilim dallarıyla olan ilişkisini anlayabilmek içinde çok önemli. 4 sene boyunca almış olduğum derslerle gastronominin tarih, kültür, coğrafya, iletişim hatta psikoloji gibi alanlarla da ilişkili olduğunu beslenme kültürü altında yatan sebeplerin neler olduğunu öğrendim” (K14).

“Almış olduğumuz temel eğitim gastronomi konusunda yeterlilik sağlamaz. Edinmiş olduğumuz bilgi ve tecrübeleri dışarıda tecrübe ederek pekiştirmeliyiz” (K26).

İkinci olarak ise *“Gastronomi ve mutfak sanatları alanında almış olduğunuz dersleri anlama ve kullanma konusunda yeterli bulduğunuz ya da bulmadığınız yönler nelerdir?”* sorusu katılımcılara yöneltilmiştir. Görüşler doğrultusunda katılımcılar dersleri anlama konusunda uygulamalarda zorluk yaşamadıklarını, ancak teorik derslerde zorlandıklarını belirtmişlerdir. Bu konudaki bazı katılımcı düşünceleri şu şekildedir:

“Gastronomi yalnızca yemek yapmak değil maliyet pazarlama turizm hijyen ve sanitasyon mikrobiyoloji toksikoloji gibi birçok alanı içine almıştır. Her bir alanda yeterli seviyede eğitim alınsak bile genel bilgi birikimimiz oldukça iyi durumda. Sektörde yaşadıkça üzerine koyup rahatça ilerleyebiliriz diye düşünüyorum” (K2).

“Dersleri anlama konusunda yeterli düzeyde olduğumu düşünüyorum. Teorik açıdan almış olduğumuz dersler arasında elbet bizi zorlayanlar oldu. Uygulama konusunda almış olduğumuz temel eğitim bizleri mesleğe belli ölçüde hazırladı” (K16).

Öğrencilerin eğitim hakkındaki görüşlerine bakıldığında alınan derslerle çalışma hayatındaki uygulamalarda uyumsuzluk olduğu, ders düzeylerinin kimi öğrenciye yeterli gelirken kiminde ise yetersiz kaldığı görülmektedir.

5. Sonuç

Ülkemizde gastronomi kavramının günden güne popüler hale gelerek bir bilim dalına dönüşmesi ile turizm alanı içerisinde ele alınmaya başlanmış ve akademik açıdan eğitimler üniversiteler aracılığıyla verilmeye başlanmıştır. Gastronomi, yemeğin pazardan tabağa gelene dek içinde bulunduğu süreci, tabağa girmeden önce şekillenip hazırlanmasını, kimin yemeği yediğinde ya da içeceği içtiğinde psikolojik, fizyolojik ve kültürel olarak nasıl tepki

vereceğini, yemeklerin hikayelerini, tarihini inceleyen ve bu incelemeleri yaparken sayısız sosyal ve fen biliminden, sanattan, estetikten destek alan, hayatın ta kendisi olan bir bilim dalıdır.

Üniversitede gastronomi eğitimi almış olmak bireyin hem akademik hem de mesleki açıdan yeterliliğe sahip olması oldukça önemlidir. Gastronomi eğitimini yeterli düzeyde karşılayabilen birey öz yeterlik açısından tatmin edici bir düzeyde olacaktır. Yapılan bu çalışmayla gastronomi eğitimi almakta olan öğrencilerin gastronomi hakkındaki düşünceleri, uygulama düzeyindeki yeterlikleri ve gastronomi eğitimi hakkındaki düşünceleri ile öz yeterlik algıları ölçülmeye çalışılmıştır.

Öğrenciler gastronomi alanını beslenme olgusunun altında yatan kültürel, tarihi ve bilimsel nedenleri araştıran bir bilim ve sanat dalı olarak görmektedirler. Ayrıca öğrenciler, gastronomi alanının sürekli gelişim gösteren ve yaratıcı düşünmeyi gerektiren bir bölüm olduğu bilincindedirler. Öğrencilerin bu bilinçte olması öz yeterlik açısından farkındalık yaratacaktır. Nosratinia ve diğ. (2014) öz yeterlik ve bilinç konusu hakkında yapmış olduğu çalışma bu konuyu destekler niteliktedir. Çalışmada öğrencilerin eğitim aldıkları alanda bilinçli olmasının, öz yeterlik farkındalıklarına da olumlu fayda sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Aynı şekilde Laçın ve Yalçın (2018)'in gerçekleştirmiş olduğu çalışmada, üniversite öğrencilerinin akademik açıdan bilişsel yaklaşımlarının öz yeterlik düzeylerinde artış sağladığı ve öz yeterlik düzeyi arttıkça bilişsel esneklik düzeylerinin de artacağına ilişkin sonucu elde etmiş olduğumuz sonucu destekler niteliktedir.

Öğrenciler ayrıca temel mutfak bilgisi, temel iletişim becerileri, teorik olarak verilen bilgileri mesleki deneyimlerinde kullanabilme yetisi konusunda kendilerini başarılı görmektedirler. Bu durum mesleki açıdan öz güven oluşturacak ve öz yeterlik algılarına olumlu yansıtacaktır. Kızanlıkl ve Silik (2019)'in turizm eğitimi almakta olan lisans öğrencilerinin başarı durumları ve öz yeterlik algıları arasındaki ilişkiyi tespit etmeye yönelik yapmış oldukları çalışmada; öğrencilerin başarı düzeylerinin yükselmesiyle beraber genel öz yeterlik puanlarının da arttığı sonucu elde edilmiştir.

Gastronomi öğrencilerinin uygulamalar düzeyinde yeterliklerine bakılınca genel mutfak performansları açısından

kendilerini yeterli görmektedirler. Öğrencilerin uygulama alanında kendilerini yeterli düzeyde görmeleri öz yeterlik algılarına olumlu yönde yansıtacaktır. Bu konuyu literatürde destekler nitelikte Ra ve Jung (2005) otel çalışanlarının mutfak becerileri ile öz yeterlikleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Mutfak çalışanlarının mutfak çalışma ortamına girdiklerinde gerekli yeteneklerle donanımlı olduklarını düşünmelerinin, iş hayatlarında öz yeterliklerinin yüksek olmasına ve bu sayede iş doyumlarının da sağlandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Ancak uygulama anlamında inovasyonel çalışmalar yapmada öğrencilerin büyük çoğunluğu kendini yetersiz görmektedirler. Yenilikçi faaliyetlerin, uygulamaların yapılamaması öz yeterliliğin düşük olmasına neden olacaktır. Bu duruma ilişkin bir çalışmada Jaiswal ve Dhar (2015) inovasyon ikliminin çalışanlar da yaratıcılığı ve öz yeterliği arttırdığını belirtmişlerdir. Güripek ve diğ. (2021) yenilikçilik ve öz yeterlik arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalarından elde ettikleri sonuçla bu durumu desteklemektedir. Mutfak çalışanlarının yenilikçi uygulamalar geliştirememesi öz yeterlik algılarında düşüşe neden olmaktadır.

Öğrencilerin genel itibariyle gastronomi eğitimi almaktan mutlu oldukları sonucu elde edilmiştir. Bunun yanı sıra okulda verilen gastronomi eğitiminin sektörün istek ve beklentilerini daha çok karşılayacak düzeyde verilmesi gerektiğini de ifade etmişlerdir. Uygulamalı derslerin daha çok programda bulunması gerektiği aynı zamanda teorik derslerin gereksiz bilgilerden arındırılıp, hayatlarında daha çok kullanabilecekleri bilgilerin daha kısa sürede verilmesinin öğrencilerin alanla ilgili motivasyon konusunda öz yeterliklerini yükselteceklerini ifade etmişlerdir.

Sonuç itibariyle öğrenciler gastronomi alanında eğitim almaktan mutlu, temel uygulamalar konusunda yeterli, ürün geliştirme ve yenilik konusunda eksik ve eğitim içeriği hakkında kararsız hissettikleri görülmektedir. Aldıkları eğitimde yetersiz hisseden ve tatmin olmayan öğrenciler motive olamayacak ve öz yeterlik açısından olumsuz yönde etkilenecektir. Bu sonucu destekler nitelikte literatürde çalışmalar bulunmaktadır. Morgil ve diğ. (2004) kimya lisans öğrencilerinin öz yeterlik algıları üzerine yapmış olduğu çalışmada; öğrencilerin derslere yönelik olumsuz yaklaşımlarının öz yeterlik düzeylerinde olumsuz etki bıraktığı sonucu elde edilmiştir. Babaç ve Önçel (2018) gastronomi ve

mutfak sanatları öğrencilerinin öz yeterliklerine yönelik gerçekleştirdiği çalışmada; öğrencilerin alanla ilgili motivasyonlarının düşük olmasının öz yeterliklerini de düşürdüğü sonucuna ulaşmıştır.

Ayrıca eşit sayıda kadın ve erkek katılımcının doğru orantıda yanıt vermeleri cinsiyet farklılıklarının öz yeterlik algılarında herhangi bir farklılık yaratmadığı sonucunu da göstermektedir. Öz yeterlik inançlarını cinsiyet değişkenine göre inceleyen Uysal (2013) genel öz yeterliğin cinsiyete göre farklılık göstermediğini ifade etmiştir. Bununla birlikte Babaç ve Önçel (2018) aynı şekilde cinsiyet farklılığının öz yeterlik düzeyinde farklılık yaratmadığını belirtmiştir.

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda şu öneriler sunulabilir:

- Gastronomi ve mutfak sanatları sadece mutfak personeli yetiştirmemektedir. Gastronominin diğer alanlarla olan ilişkileri yüzeysel anlamda anlatılmamalı uygulamalar mutfak dışındaki alanlarda da yapılmalıdır.
- Yaratıcı ve inovasyonel çalışmalara destek verilmeli, bunun için öğrencilere fırsat yaratılmalıdır.
- Teorik derslerin içerikleri iyi planlanmalı, öğrencilere ders vermiş olmak için değil; kendini yeterli hissedeceği okul dışında işine yarayacak içeriklerle hazırlanmalıdır. Ayrıca verilen uygulamalı eğitimlerin içerikleri zenginleştirilmelidir.
- Uygulamalarda tam verim alınabilmesi için kontenjanlar ders içeriğine göre ayarlanmalıdır.
- Okul ve sektör arasındaki uyumsuzluğun giderilmesi için daha fazla iş birliği, çalışma yapılmalıdır. Unutulmamalıdır ki yetiştirilen öğrenciler gastronomi alanının geleceğini oluşturmaktadır.
- Öğrenciler kişisel olarak değerlendirilerek eksik hissettikleri alanlarda özel olarak destek sağlanmalıdır.
- Ülkemizde birçok gastronomi eğitimi veren üniversite bulunmaktadır. Vakıf üniversiteleri sağladıkları imkanlar neticesinde diğer üniversitelere göre önde olabilmektedir. Dolayısıyla fırsat eşitliği sağlanmalıdır.
- Öz yeterliği düşük olan öğrenci meslek hayatında da başarısız olabilmektedir. Öğrenciler ve akademisyenler

bunun bilincinde olarak hareket etmeli ve öz yeterliği yüksek tutmak için çaba göstermelidir. Bu konuda yapılacak çalışmalar ve faaliyetler desteklenmelidir.

- Çalışmanın sadece tek bir üniversite öğrencilerini kapsamaması bir sınırlılıktır. Bu konuda yapılacak çalışmalarda farklı analitik yöntemler kullanarak ve farklı çalışma gruplarına ulaşılarak araştırma alanı genişletilebilir.

Kaynakça

- Akdağ, G., Soylu, A. ve Demir, Ş. (2017). Gastronomi ve Mutfak Sanatları Lisans Öğrencilerinin Mesleklerine İlişkin Algıları. *1. Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi* (ss. 295-305). Mersin.
- Akoğlu, A., Cansızoğlu, S., Orhan, N. ve Özdemir, Z. (2017). Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi Alan Öğrencilerin Sektörde Çalışmaya Yönelik Bakış Açıları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5/2 (2017): 146-159. DOI: 10.21325/Jotags.2017.74
- Allen, G. (2003). *Education About Food. In the Encyclopedia of Food and Culture*, (pp. 556- 558). New York: Encyclopaedia of Food and Culture.
- Alqurashi, E. (2016). Self-Efficacy in Online Learning Environments: A Literature Review. *Contemporary Issues in Education Research (CIER)*, 9(1): 45-52. <https://doi.org/10.19030/Cier.V9i1.9549s>
- Axboe, M. K., Christensen, K. S., Kofoed, P. E. ve Ammentorp, J. (2016). Development and Validation of a Self-Efficacy Questionnaire (SE-12) Measuring the Clinical Communication Skills of Health Care Professionals. *BMC Medical Education*, 16(1): 1-10. <https://doi.org/10.1186/S12909-016-0798-7>
- Aymankuy, Y. ve Sarioğlu, M. (2007). Yiyecek-İçecek Felsefesi ve Beslenme Alışkanlığının Geliştirilmesine Yönelik Bir Model Önerisi (4-5 Mayıs), içinde (8-17). *1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, Antalya.
- Aymankuy, Y., ve Güdü Demirbulat, Ö. (2017). *Türkiye’de Lisans Düzeyindeki Gastronomi ve Mutfak Sanatları Programlarının*

- Durum Analizi (1. Baskı)*, (ss. 223-236). Bozok D., Avcıkurt C., Doğdubay M., Sarioğlan M., ve Girgin G.K. (Ed.). Gastronomi Üzerine Araştırmalar. Ankara.
- Babaç, E. ve Önceł, S. (2018). Anadolu Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Öğrencilerinin Öz yeterliklerine Yönelik Nitel Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 282-298. DOI: 10.21325/jotags.2018.214
- Bakan, İ., Doğan, İ. F. ve Yılmaz, Y. S. (2017). Çalışanlarda Mesleki Öz Yeterlilik Algısı İle Örgütsel Muhalefet İlişkisi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(2): 54-70.
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: W. H. Freeman and Company.
- Bandura, A. (2002). *Exercise of Personal and Collective Efficacy in Changing Societies*. In A. Bandura (Ed.), *Self-Efficacy in Changing Societies*. Cambridge: Cambridge University Press, Transferred to Digital Printing.
- Bandura, A. (2006). Guide for Constructing Self-Efficacy Scales. *Self-Efficacy Beliefs of Adolescents*, 5(1): 307-337.
- Bandura, A. (2009). *Cultivate Self-Efficacy for Personal and Organizational Effectiveness*. In E. A. Locke (Ed.), *Handbook of Principles of Organization Behaviour (2nd Ed.)*, (pp. 179-200), New York: Wiley.
- Bıkmaız, F. H. (2006). *Öz Yeterlik İnançları*. Y. Kuzgun, D. Deryakulu (Ed.), *Eğitimde Bireysel Farklılıklar*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Brown, J. N. (2005). A Brief History of Culinary Arts Education in America. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 17(4): 47-54. <https://doi.org/10.1080/10963758.2005.10696841>
- Chaudhary, R., Rangnekar, S. ve Barua, M. K. (2012). Impact of Occupational Self-Efficacy on Employee Engagement: An Indian Perspective. *Journal of the Indian Academy of Applied Psychology*, 38(2): 329-338.
- Consiglio, C., Borgogni, L., Di Tecco, C. ve Schaufeli, W. B. (2016). What Makes Employees Engaged with Their Work? The Role

- of Self-Efficacy and Employee's Perceptions of Social Context Over Time. *Career Development International*, 21(2): 125-143. <https://doi.org/10.1108/CDI-03-2015-0045>
- 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, *Master's Dissertation: Dublin Institute of Technology*.
- Denk, E. ve Koşan, A. (2017). Otel Mutfak Çalışanları Mesleki Eğitim Seviyeleri ve Kariyer Hedeflerinin Ölçülmesi: Kış Koridoru Analizi. *Yorum-Yönetim-Yöntem, Uluslararası Yönetim, Ekonomi ve Felsefe Dergisi*, 5(1): 55-83.
- Ekincek, S., Gode, M. O., Önçel, S. ve Yolal, M. (2017). Gastronomy and Culinary Arts Education in Turkey: Department Head's Perspective. *Studia Universitatis Babeş Bolyai, Negotia*, 62(1): 23-43.
- Gillespie, C. ve Cousins, J. A. (2001). *European Gastronomy into the 21st Century*. Burlington (USA): Butterworth- Heinemann.
- Glass, S. (2005). *Integrating Educational Technologies into the Culinary Classroom and Instructional Kitchen*. Online Submission. Erişim Adresi: <https://eric.ed.gov/?q=Integrating+Educational+Technologies++Into+The+Culinary+Classroom+And+Instructional+Kitchen+&id=ED495295> (Erişim Tarihi: 07.04.2021)
- Görkem, O. ve Sevim, B. (2016). Gastronomi Eğitiminde Geç Mi Kalındı Acele Mi Ediliyor? *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(58): 977-988. DOI:10.17755/esosder.06573
- Güripek, E., İnce, C. ve Eren, S. (2021). Bireysel Yenilikçilik Sınıflandırması ve Öz Yeterlilik İlişkisi: Mutfak Çalışanlarında Bir Araştırma. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(33): 278-302. DOI: 10.26466/opus.816491
- Güzel, G. (2009). Gastronomi ve İnovasyon. *İz Atılım Üniversitesi Dergisi*, (8): 28-29.

- Han, E. ve Kaya A. A. (2008). *Kalkınma Ekonomisi: Teori ve Politika*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Harrington, R. J., Mandabach, K. H., Thibodeaux, W. ve Vanleeuwen, D. (2005). The Institutionalization of Culinary Education: An Initial Assessment. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(4): 31-49. https://doi.org/10.1300/J385v04n04_04
- Hegarty, J. A. (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 and Technology*, 7(1): 1-18. <https://doi.org/10.1080/15428050902788295>
- Jaiswal, N. K. ve Dhar, R. L. (2015). Transformational Leadership, Innovation Climate, Creative Self-Efficacy and Employee Creativity: A Multilevel Study. *International Journal of Hospitality Management*, 51: 30-41.
- Kızanlıklı, M. M. ve Silik, C. E. (2019). Turizm Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Öz Yeterliklerinin Akademik Başarı ve Bireysel Özellikler Açısından İncelenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1): 269-286. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.484767>
- Kiefer, N. M. (2002). Economics and the Origin of the Restaurant. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 43(4): 58-64.
- Kivela, J. ve Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3): 354-377. <https://doi.org/10.1177%2F1096348006286797>
- Kurnaz, A., Babür, T. E. ve Akyurt Kurnaz, H. (2018). Gastronomi Eğitiminde Bir Sosyal Sorumluluk Projesi: Mengen Ulusal Aşçılık Kampı. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(1): 504-520. <https://doi.org/10.26466/opus.361117>
- Kurnaz, A., Kurnaz, H. A. ve Kılıç, B. (2014). Ön lisans Düzeyinde Eğitim Alan Aşçılık Programı Öğrencilerinin Mesleki

- Tutumlarının Belirlenmesi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (32): 41-61.
- Laçın, B. G. D. ve Yalçın, İ. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Öz Yeterlilik ve Stresle Başa Çıkma Stratejilerinin Bilişsel Esnekliği Yordama Düzeyleri. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 34(2): 358-371.
- Miles, R. (2007). Culinary Education: Past, Present Practice and Future Direction. *In Proceedings of 2007 International CHRIE Annual Conference (25- 29 July)*, (pp 266-271). USA: Dallas, Texas.
- Morgil, İ., Seçken, N. ve Yücel, A. S. (2004). Kimya Öğretmen Adaylarının Öz-Yeterlilik İnançlarının Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Balikesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 6(1): 62-72.
- Mukhamadovna, T. M., Sharipovna, H. A. ve Supkhonovna, H. N. (2020). The System of Development of Professional Competence in Future Primary School Teachers. *SYSTEM*, 7(19): 4012-4017.
- Nosratinia, M., Saveiy, M. ve Zaker, A. (2014). EFL Learner's Self-Efficacy, Metacognitive Awareness, and Use of Language Learning Strategies: How Are They Associated. *The Ory and Practice in Language Studies*, 4(5): 1080-1092.
- Öney, H. (2016). Gastronomi Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35: 193-203.
- Öztürk, Y. ve Görkem, O. (2011). Mutfak Dalı Öğrencilerinin Mesleki Yeterliliklerinin Değerlendirilmesi: Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(2): 69-89.
- Pajares, F. (2008). *Motivational Role of Self-Efficacy Beliefs in Self Regulated Learning*. D. H. Schunkand B. J. Zimmerman (Eds.), Motivation and Self Regulated Learning. New York: Routledge.
- Ra, Y. S. ve Jung, J. W. (2005). The Effect of the Physical Culinary Environment and Work Convenience, Self-Efficacy to Job Satisfaction of Hotel Culinary Employees. *Proceedings of the*

- Culinary Society of Korean Academy Conference (pp. 91-125). Culinary Society of Korean Academy.
- Richards, G. (2002). *Tourism Gastronomy*, içinde (2-20), Hjalager, A. M. and G. Richards (Ed.), *Gastronomy: And Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption?* Londra: Routledge.
- Rigotti, T., Schyns, B. ve Mohr, G. (2008). A Short Version of the Occupational Self-Efficacy Scale: Structural and Construct Validity Across Five Countries. *Journal of Career Assessment*, 16(2): 238-255. <https://doi.org/10.1177/1069072707305763>
- Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and its Relevance to Hospitality Education and Training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1): 15-24. [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(03\)00069-0](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(03)00069-0)
- Scarpato, R. (2002). *Tourism Gastronomy*, içinde (51-59) Hjalager A. M ve G. Richards (Ed.). *Gastronomy as a Tourist Product: The Perspectives of Gastronomy Studies*. Londra: Routledge.
- Schunk, D. H. ve Pajares, F. (2009). *Self-Efficacy Theory*. In Kathryn R. Wentzel and Allan Wigfield (Eds.), *Handbook of Motivation at School*. New York: Routledge.
- Schyns, B. ve Sczesny, S. (2010). Leadership Attributes Valence in Self Concept and Occupational Self-Efficacy. *Career Development International*, 15(1): 78-92. DOI 10.1108/13620431011020907
- Soeroso, A. ve Susilo, Y. S. (2014). Traditional Indonesian Gastronomy as a Cultural Tourism Attraction. *Editorial Board*, 1(1): 45-59.
- Şengün, S. (2017). *Gastronomi Eğitimi ve Gastronomide Kariyer*. Sarıışık, M. (Ed.), *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi içinde* (169-186). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Terzi, A. R. ve Tezci, E. (2007). Necatibey Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Öğretmenlik Mesleğine İlişkin Tutumları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 52(52): 593-614.

- Usher, E. L. ve Pajares, F. (2006). Sources of Academic and Self Regulatory Efficacy Beliefs of Entering Middle School Students. *Contemporary Educational Psychology*, 31(2), 125-141. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2005.03.002>
- Uysal, İ. (2013). Akademisyenlerin Genel Öz-Yeterlik İnançları: AİBÜ Eğitim Fakültesi Örneği. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(2): 144-151.
- Ünlüöner, K. ve Boylu, Y. (2005). Türkiye’de Yükseköğretim Düzeyinde Turizm Eğitimindeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(12): 11-32.
- Zee, M., De Jong, P. F. ve Koomen, H. M. (2016). Teacher’s Self-Efficacy in Relation to Individual Students with a Variety of Social Emotional Behaviors: A Multilevel Investigation. *Journal of Educational Psychology*, 108(7): 1013–1027. DOI: 10.1037/Edu0000106
- Zimmerman, W. A. ve Kulikowich, J. M. (2016). Online Learning Self-Efficacy in Students with and Without Online Learning Experience. *American Journal of Distance Education*, 30(3): 180-191. <https://doi.org/10.1080/08923647.2016.1193801>
- Zopiatis, A. ve Constanti, P. (2007). And Never the Twain Shall Meet Investigating the Hospitality Industry Education Relationship in Cyprus. *Eduaction and Training*, 49(5): 391-407. DOI 10.1108/00400910710762959

GASTRONOMİ TURİZMİ DERSİ KAPSAMINDA UZAKTAN EĞİTİM SÜRECİNİN COVID-19 PANDEMİ DÖNEMİNE YANSIMALARI

Tuba ŞAHİN ÖREN

Öğr. Gör., Uşak Üniversitesi, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri
Bölümü, Uşak, Türkiye, tuba.sahin@usak.edu.tr

Veli Erdinç ÖREN

Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi, Otel, Lokanta ve İkram
Hizmetleri Bölümü, Uşak, Türkiye, erdinc.oren@usak.edu.tr

1. Giriş

Emek yoğun bir sektör özelliğine sahip olan turizm sektöründe kalifiye personel büyük önem taşımaktadır. Alanında eğitim almış kalifiye personelin daha kaliteli hizmet sunması ve müşteri memnuniyetine katkısı da büyük olmaktadır. Özellikle turizm sektöründe eğitim almış kalifiye personelin istihdam edilmesi sektörün gelişimi için de büyük önem arz etmektedir. Turizm sektörünün kalifiye personel gereksiniminin süreklilik göstermesi turizm sektöründe eğitimin önemini açıkça ortaya çıkarmaktadır. Rekabetin yoğun yaşandığı turizm sektöründe işletmeler artık kaliteli hizmet verebilmek için eğitilmiş kalifiye personel istihdam etmeleri gerektiğini anlamış bulunmaktadır. Son zamanlarda yapılan çalışmalar müşteri memnuniyetini sağlamak için iç müşterinin yani öncelikle personel memnuniyetinin sağlanması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Hizmet kalitesini artırarak sürdürülebilirliğini sağlamak isteyen turizm işletmeleri eğitilmiş personel istihdam etmeye yönelmektedir. Turizm sektörünün kendine özgü özelliklerinden dolayı da eğitilmiş personel ihtiyacı sürekliliğini koruyan bir ihtiyaç olmaktadır.

Türkiye’de turizm sektöründe eğitilmiş personel ihtiyacını gidermek amacıyla farklı seviyelerde eğitim verilmektedir. Örneğin

orta öğretim seviyesinde daha çok alt kademelerde çalışacak eğitimi personel ihtiyacını karşılamak üzere eğitim verilirken, nitelikli ara eleman ihtiyacını karşılamak üzere de ön lisans seviyesinde eğitim verilmektedir. Üst kademede çalışacak nitelikli personel ihtiyacını karşılamak üzere de lisans eğitimi veren kurumlar yer almaktadır. Ayrıca yine turizm işletmelerinde çalışan personelin mesleki niteliklerini geliştirmek ve hizmet kalitesinin artırılmasını sağlamak amacıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından da ulusal ve uluslararası seviyede turizm eğitim programları düzenlenmektedir. Turizm sektörü için eğitimi personel yetiştirmek amacıyla verilen bu eğitimler çoğunlukla yüz yüze olarak verilmektedir. Ancak 2019 yılı sonlarında dünya genelinde yayılmaya başlayan koronavirüs (Covid-19) nedeniyle turizm eğitiminde de yüz yüze eğitimden uzaktan eğitime geçiş süreci başlamıştır.

Eğitim süreçleri normal şartlarda da çağa ayak uydurup sürekli değişim göstermektedir. Eğitim süreçlerindeki değişimler, gelişen teknolojiye, mesleki kazanımlara, sosyo-kültürel değerlere uyum gibi normal süreçlerde yaşandığı gibi bir de içerisinde bulunan pandemi sürecinde olduğu gibi ön görülemeyen durumlarda da zorunlu bir şekilde yaşanmaktadır. Eğitim sürecinde yaşanan bu değişimlerin takip edilmesi, değişime uyum sürecinin nasıl sağlandığının belirlenmesi ve daha başarılı bir eğitim sürecinin geliştirilebilmesi için bu konularda yapılan bilimsel faaliyetler önem arz etmektedir. Pandemi sürecinde yaşanan bu değişimin irdelenmesi için öğrencilerin eğitim sürecinde yaşanan bu değişimi değerlendirmelerine yönelik de bilimsel araştırmalar sıklıkla yapılmalıdır. Buradan hareketle bu çalışma, lisans seviyesinde eğitim alan öğrencilerin uzaktan eğitim olarak almış oldukları gastronomi turizmi dersinin değerlendirilmesi amacıyla yapılmaktadır.

Dünya genelinde ağırlıklı olarak eğitim sistemleri yüz yüze eğitim yöntemini uygularken pandemiyle beraber uzaktan eğitim yöntemine geçilmesi zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Pandemi nedeniyle eğitim programlarının ne kadar hazır olup olmadığı konusu tartışılmadan, araştırılmadan ve hazırlanmadan hızla uzaktan eğitim yöntemi uygulanmaya başlamıştır. Bu hızlı ve ani değişim sürecinde hem öğrenciler hem de öğretim elemanları ile ilgili çalışmalar yapılmakta ve daha iyi bir süreç

gerçekleştirilebilmesi için önerilerde bulunmaktadır. Ancak daha objektif ve akılcı bir yaklaşım için bu çalışmaların daha fazla yapılması ve her eğitim programının kendi içerisinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Böylece uzaktan eğitim süreci daha objektif bir şekilde değerlendirilmiş olacak ve bu süreçte etkinliği sağlamak amacıyla daha akılcı çözümler getirilmesi kolaylaşacaktır.

Pandemiden önce uzaktan eğitim ve turizm eğitimi ile ilgili Türkiye’de yapılan çalışmalara bakıldığında yükseköğretim gören öğrencilerin, uzaktan eğitime ilişkin algılarının belirlenmesi (Kırali ve Alcı, 2016), mesleki turizm eğitimi (Aksu ve Bucak, 2012), ön lisans ve lisans seviyesinde turizm eğitimi veren kurumların ders programlarının incelenmesi (Gürbüz ve Dağdeviren, 2007; Ören ve Şahin, 2016; Şahin Ören ve Arman, 2017), turizm eğitimi alan öğrencilerin beklenti ve tatmin düzeylerinin belirlenmesi (Şahin Ören ve Ören, 2016; Şahin Ören ve Ören, 2018) gibi konular alan yazında incelenmektedir. Pandemi ile birlikte Türkiye’de yapılan akademik çalışmalar incelendiğinde pandeminin turizm sektörü üzerindeki etkileri (Aylan, 2020; Bahar ve Çelik İlal, 2020) pandemi sürecinde alternatif turizm türleri (Şahinkoç ve Yüksel, 2020) ve medikal turizm kapsamında pandemi uygulamaları (Kılıç ve Çınar, 2021) konuları üzerinde durulmuştur. Pandemi sürecinde turizm eğitimi konusunda yapılan çalışmalarda genel olarak öğrenciler üzerine çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Turizm eğitimi alan öğrencilerin pandemi süreciyle ilgili genel görüşlerinin araştırıldığı çalışmada, öğrenciler pandeminin turizm sektörünü ekonomik açıdan olumsuz etkileyeceğini, güvenlik ve sağlıkla ilgili yeni kuralların getirilmesi gerektiğini belirterek turizm işletmelerinin değişime hazır olmaları gerekliliğini vurgulamışlardır (Akyol, 2020a). Ön lisans ve lisans eğitimi alan turizm öğrencileri uzaktan eğitim uygulamaları hakkında olumlu görüş bildirmekte ve öğrencilerin uzaktan eğitim derslerinden memnuniyetlerinin de fazla olduğu dikkat çekmektedir (Buluk ve Eşitti, 2020; Akyol, 2020b; Şahin Ören ve Ören, 2021a). Saatci ve Aksu’nun (2020) lisans düzeyinde turizm eğitimi alan yabancı uyruklu öğrencilerin koronavirüs algılarını metafor yolu ile tespit etmeye yönelik yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin turizm ile ilgili herhangi bir metafor geliştirmediği ve öğrenciler arasında ortak bir görüşün olmadığı tespit edilmiştir. Eğitim sürecinin önemli paydaşlarından, turizm alanında ders veren öğretim elemanlarının değişime karşı

direnc göstermedikleri tespit edilmiş ve öğretim elemanlarının bu durumu kabullenerek hemen adapte olabildikleri görülmüştür (Şahin Ören ve Ören, 2021b).

Uzaktan eğitim sisteminin etkinliğinin artırılması ve bu etkinliğin sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından konuyla ilgili çalışmaların yapılması gerekmektedir. Bu çalışmalarda elde edilen sonuçlar dikkate alınarak yapılacak olan güncellemeler ile başarının yakalanacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda yapılan bu çalışmada farklı bölümlerde eğitim gören öğrencilerin ortak seçmeli ders olan “Gastronomi Turizmi” dersi özelinde bir araya gelerek uzaktan eğitim yönteminin değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Farklı bölümlerde eğitim gören öğrencilerin uzaktan eğitim ile ilgili düşüncelerinin tespit edilmesi çalışmanın önemini vurgulamaktadır. Çünkü alan yazın incelendiğinde genel olarak aynı öğrenci grupları ile yapılan araştırmaların olduğu görülmektedir.

2. Araştırma Yöntemi

Covid-19 pandemi süreci, süre gelen birçok işleyişi değiştirmektedir. Bu değişimlerin yansıdığı işleyişlerden birinin de eğitim süreci olduğu görülmektedir. Yüz yüze sınıf ortamlarında gerçekleştirilen eğitimler, pandemi nedeniyle uzaktan eğitim uygulamasıyla gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Eğitim sürecindeki bu ani değişikliğin kuşkusuz ki çeşitli sonuçları ortaya çıkmaktadır. Bu sonuçların ayrı kategoriler ve farklı biçimlerde değerlendirilmesi ve yansımalarına ilişkin sonuçların ortaya çıkarılarak gerekli hallerde çözüm önerileri oluşturulması ve eğitimin geliştirilmesine katkıda bulunulması oldukça önemlidir. Bu önem doğrultusunda çalışmada, lisans seviyesinde “Gastronomi Turizmi” dersini ortak seçmeli ders kategorisinde alan öğrencilerin söz konusu derse ilişkin değerlendirmelerini SWOT Analizi kapsamında incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın temel amacı kapsamında alt amaçlar ve dolayısıyla araştırma problemleri belirlenmektedir. Çalışmada cevap aranan problemler şu şekildedir:

- Gastronomi turizmi dersinin uzaktan eğitim yoluyla işlenmesinin güçlü yanları nelerdir?
- Gastronomi turizmi dersinin uzaktan eğitim yoluyla işlenmesinin zayıf yanları nelerdir?

- Gastronomi turizmi dersinin uzaktan eğitim yoluyla işlenmesine ilişkin fırsatlar nelerdir?
- Gastronomi turizmi dersinin uzaktan eğitim yoluyla işlenmesine ilişkin tehditler nelerdir?

Çalışmanın gerçek evrenini, ortak seçmeli ders kategorisinde bulunan “Gastronomi Turizmi” dersini alan lisans seviyesindeki öğrenciler oluşturmaktadır. Gerçek evrene bu koşullar kapsamında zaman, maliyet ve fiziki imkânlar nedeniyle ulaşmak mümkün olmadığından araştırmacılar tarafından çalışma evreni belirlenmiştir. Çalışma evreni, Uşak Üniversitesinde lisans seviyesinde ve ortak seçmeli ders kategorisinden “Gastronomi Turizmi” dersini 2019-2020 akademik yılı bahar döneminde alan 78 öğrenci oluşturmaktadır. Söz konusu öğrenciler, bahar döneminin ilk dört haftasında yüz yüze eğitim almışlar ve sonraki süreçte uzaktan eğitime geçmişlerdir. Bu durum öğrencilerin daha iyi kıyaslama yapmalarını sağlayacaktır. Çalışma kapsamındaki öğrencilerin tamamına ulaşılarak gönüllülük esasına göre katılımları beklenmiştir. Bu bağlamda çalışmanın örnekleme stratejisi gönüllülük esasına göre gerçekleştirilmiş örnekleme yöntemi olarak 68 öğrenci ile örneklem hacmi oluşturulmuştur.

Çalışma nitel araştırma yöntemlerine göre desenlenmiştir. Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yarı yapılanmış görüşme formunda araştırma problemine uygun dört soru yer almaktadır. Bu doğrultuda, çalışma konusu içinde yer alan öğrenciler ile 1-30 Haziran 2020 tarihleri arasında görüntülü görüşme yapılarak veriler toplanmıştır. Görüşmeler ortalama 24 dakika ile 48 dakika arasında sürmüştür. Veri elde edim sürecinde, görüşmeler önce kayda alınmış sonraki aşamada yazılı tutanak haline getirilerek kayda geçirilmiştir. Diğer ifadeyle görüşmeler hem sesli hem de yazılı biçimde kaydedilmiştir. Elde edilen veriler, SWOT analizi kapsamında incelenerek veri analizi yapılmıştır.

Elde edilen verilere ilişkin geçerlik ve güvenilirliğin sağlanması için üç katılımcı ve alanında uzman üç akademisyene danışılarak onay alınmıştır. Veri elde edim süreci ve verilerin analizi tamamlandıktan sonra, katılımcı grup dışından iki kişiye ulaşılarak, görüşme formundaki sorular yöneltilmiş ve araştırma bulgularına uygun sonuç alınarak çalışmanın geçerlik ve güvenilirliği test edilmiştir.

3. Bulgular ve Yorum

Türkiye’de yüz yüze gerçekleştirilen eğitim sürecinin pandemi ile birlikte ani bir şekilde uzaktan eğitim uygulamasına geçilmiş olması sonucu bir belirsizlik durumunu ortaya çıkarmaktadır. Söz konusu eğitim uygulamasının sonuçlarını diğer bir ifadeyle yansımalarını takip ederek olumlu olumsuz durumların ortaya çıkarılması ile çözüm önerilerinin geliştirilmesi ya da olumlu durumların pekiştirilmesi oldukça önemlidir. Çalışmanın önemini vurgulayan bu durumun net bir şekilde ortaya çıkarılabilmesi amacıyla SWOT analizi gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların çalışma problemlerine ilişkin değerlendirmelerini gösterebilmek amacıyla Tablo 1 oluşturulmuştur.

Tablo 1. Gastronomi Turizmi Ortak Seçmeli Dersin Uzaktan Eğitimle Yürütülmesine İlişkin SWOT Analizi

İçsel Faktörler	Güçlü Yönler <ul style="list-style-type: none">•Derse ilişkin videoların, sonradan takip edilebilmesi•Ders materyallerinin önceden paylaşılması•Derse katılım sağlamadığı için sınıf ortamını bozan öğrencilerin yaşadığı olumsuzluklardan uzak kalınması	Zayıf Yönler <ul style="list-style-type: none">• Oryantasyon süreci olmadan hızlı bir şekilde uzaktan eğitime geçilmesi• Gastronomi turizmi dersinin uygulamalarının gerçekleştirilememesi• Etkileşim olmaması nedeniyle dersin kalitesinin düşmesi• Yüz yüze eğitim sistemindeki verimin alınamaması• Dersin yüz yüze işlenmemesi sonucu öğrencilerde motivasyon eksikliğinin oluşması• İnternet ve bilgisayar gibi teknoloji eksikliği bulunan öğrencilerin dersi takip etmede zorluk yaşaması• Devam zorunluluğunun olmaması• Yüz yüze eğitim sistemindeki gibi öğretim elemanının beden dilinin eksik kalması
Dışsal Faktörler	Fırsatlar <ul style="list-style-type: none">•Kişisel gelişim zamanlarımızın artması•Yaşam maliyetinin dolayısıyla eğitim maliyetinin (barınma,	Tehditler <ul style="list-style-type: none">• Uzaktan eğitim durumunun mezuniyetten sonra olumsuzlar ortaya çıkarması• Öğrenci katılımının yetersiz olması durumunda öğretim elemanının

	beslenme, ulaşım giderleri, fatura vb.) azalması •Dersin, ölçme değerlendirme sürecinin farklılaşması •Örgün öğretime devam edemeyen öğrencilerin eğitime kazandırılması	motivasyonunu olumsuz etkileyebilme ihtimali • Sosyal Bilimler alanında yer alan dersin etkileşiminin az olması • Dersin işlendiği süre içerisinde teknolojik alt yapıya bağlı sorunların ortaya çıkması • Öğretim elemanı ve öğrenci arasındaki etkileşimin zayıflaması • Uzun süre oturur pozisyonda olmanın sağlık sorunlarını ortaya çıkarması
--	--	--

Tablo 1’de “Gastronomi Turizmi” dersi alan öğrencilerin, uzaktan eğitim süreci ve bu bağlamda uzaktan eğitimin güçlü ve zayıf yönlerine, fırsatlarına ve tehditlerine ilişkin değerlendirmeleri gösterilmektedir. Buna göre derse ilişkin videoların paylaşılması durumu uzaktan eğitimin güçlü yanlarından biri olduğunu belirlenmektedir. Ders materyallerinin önceden paylaşılması ve ders süreci içerisinde dış etkenlerden uzaklaşarak katılım sağlayabilmeleri diğer güçlü özellikler olarak görülmektedir.

Katılımcılar, derse ve diğer bölüm derslerine uzaktan eğitim sürecine geçilmeden önce herhangi bir oryantasyon sürecinin gerçekleştirilememesinin olumsuzluklara neden olduğunu belirtmektedir ve bu durumu zayıf yan olarak değerlendirmektedir. Gastronomi turizmi dersine ilişkin, öğretim elemanı ile beraber planlanan uygulama çalışmalarının gerçekleştirilememiş olması ve öğretim elemanı ile sınıf ortamında etkileşim sağlamadan dersin işlenmiş olması zorunluluğunun dersi verimsizleştirdiğini belirtmektedir. Bu durumun öğrenci motivasyonunda olumsuzluklara neden olması ise bir diğer zayıf yön olarak ortaya çıkmaktadır. Teknolojik alt yapının eksikliği ve derse devam zorunluluğunun bulunması öğrenci motivasyonunu olumsuz etkileyen zayıf yönler olarak belirlenmektedir. Tablo 1’de uzaktan eğitimle beraber yaşam maliyetlerinin azalması, ölçme değerlendirme sürecinin farklılaşması ve çeşitli nedenlerle eğitime devam edemeyen öğrencilerin eğitim şansı kazanması ise fırsatlar olarak değerlendirilmektedir.

Uzaktan eğitimle alınan dersin verimsiz olmasının bir sonucu olarak mezuniyetten sonra kullanabilecekleri faydalı bilgilerden uzak kalmalarına neden olduğunu bu anlamda bir tehdit oluşturduğu Tablo 1’de görülmektedir. Öğrenci katılımın yetersiz olması durumunda öğretim elemanının motivasyonun düşebilme ihtimali tehdit olarak değerlendirilmektedir. Bu anlamda bir diğer tehdit ise dersin alanının sosyal bilimler olması ve etkileşim gerektiren bir ders olması nedeniyle uzaktan eğitimin bunu sağlamaması olarak belirlenmektedir. Uzun süre ekran başında oturur pozisyonda bulunmanın uzun vadede sağlık problemleri ortaya çıkarma ihtimali de bir diğer tehdit unsuru olarak tespit edilmektedir.

4. Sonuç ve Öneriler

Gastronomi turizmi dersini pandemi sürecinde uzaktan eğitim uygulaması ile alan öğrencilerin, dersin yapısını ve uygunluğunu değerlendirmek, güçlü ve zayıf yanlarını, fırsatlarını ve tehditlerini belirlemek amacıyla bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular ile yapılan SWOT analizine ilişkin olarak çeşitli sonuçlara ulaşılmaktadır.

Öncelikli olarak elde edilen bulgular ışığında; Gastronomi Turizmi dersini uzaktan eğitimle almak birçok zayıf yön ve tehdit unsurunu açığa çıkarmaktadır. Öyle ki SWOT analizi sonuçları incelendiğinde zayıf yön ve tehdide ilişkin daha fazla bulguyla karşılaşılırken güçlü yön ve fırsat olarak daha az bulgu tespit edilmektedir. Fiziki şartlardaki yetersizliklerin özellikle bilgisayar olmaması, internet kotasının sınırlı olması, internetin tam olarak çekmemesi vb. gibi olumsuzluklar motivasyonu azaltmakta ve derslerdeki verimi de düşürmekte olduğu görülmektedir. Derste öğretim elemanı ve öğrenciler arasında etkileşimin az olması ve dersin uygulamalarının yüz yüze yapılamaması nedeniyle eğitimin kalitesini düşürmekte olduğu inancı ortaya çıkmaktadır. Derslerde devam zorunluluğunun olmaması zayıf yön olarak görülürken aynı zamanda hem çalışıp hem eğitim alan öğrencileri açısından da bir fırsat olarak görülmektedir. Bir başka ifadeyle eğitim almak isteyip de çalışmak zorunda olan ve örgün eğitimden yararlanamayan öğrenciler için bir eğitim fırsatı ortaya çıkmaktadır. Derse ait videoların sonradan da izlenebiliyor olması öğrenciler için bir avantaj olmakta dersi çevrimiçi takip edemeyen veya anlamadığı yeri tekrar izlemek isteyen öğrenciler açısından avantajlı bir

durum olduğu tespit edilmiştir. Derslerden geçmenin daha kolay olduğu bir fırsat olarak görülürken bu durum aynı zamanda öğrencilerde mezuniyet sonrası için endişe yaratmaktadır. Uzaktan eğitim sürecinde öğrenciler ailelerinin yanında ikamet ettikleri için barınma, beslenme, ulaşım gibi giderlerin azalması öğrenci ve aileleri için bir fırsat olarak tespit edilmektedir. Her ne kadar olumsuz yönleri daha fazla belirtilmiş olsa da derslerdeki başarının daha kolay olduğunun düşünülmesi ancak bu başarının mezuniyet sonrası için endişe verici olduğunun belirtilmesi araştırmanın ilginç sonuçlarından biridir.

Pandemi sürecinde herhangi bir oryantasyon olmadan hızlı bir şekilde uzaktan eğitime geçilmek zorunda kalınmıştır. Uzaktan eğitimde verimliliği yakalamak ve bir standardı oluşturmak için konuyla ilgili farklı paydaşlarla ve farklı zamanlarda akademik çalışmalar yapılmalıdır. Bu çalışmaların sonuçları dikkate alınarak yapılan yenilemeler uzaktan eğitim de yaşanan olumsuzlukların daha da azalmasını sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Aksu, M. ve Bucak, T. (2012). Mesleki Turizm Eğitimi. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(2): 7-18.
- Akyol, C. (2020a). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Covid-19 Salgınına Yönelik Görüşleri. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3(1): 112-121.
- Akyol, C. (2020b). Turizm Ön Lisans Öğrencilerinin Covid-19 Pandemisi sürecinde Gerçekleştirilen Uzaktan Eğitim Uygulamalarına Yönelik Görüşleri. *Studies in Educational Research and Development*, 4(2): 65-82.
- Aylan, S. (2020). Covid-19 Pandemisinin Turizm Sektörüne Etkisi: Turizm Yazılı Basınında Çıkan Haberlere Yönelik Nitel Bir Araştırma. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3(2): 164-177.
- Bahar, O. ve Çelik İlal, N. (2020). Coronavirüsün (Covid-19) Turizm Sektörü Üzerindeki Ekonomik Etkileri. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1): 125-139.

- Buluk, B. ve Eşitti, B. (2020). Koronavirüs (Covid-19) Sürecinde Uzaktan Eğitimin Turizm Lisans Öğrencileri Tarafından Değerlendirilmesi. *Journal of Awareness*, 5(3): 285-298.
- Gürbüz, A. K. ve Dağdeviren, A. (2007). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Kurumların Ders Programlarının Fonksiyonel Açından İncelenmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(18): 157-167.
- Kılıç, P ve Çınar, F. (2021). Pandemi ve Medikal Turizme Genel Bir Bakış. *Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi*, 3(1): 77-86.
- Kıralı, F. N. ve Alcı, B. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Uzaktan Eğitim Algısına İlişkin Görüşleri. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 30, 55-83.
- Ören, V. E. ve Şahin, T. (2016). Investigation of Curriculum of Associate Level in Tourism and Hospitality Programs: Turkey Case Study. *SHS Web of Conferences*. 26: 1-7
- Saatci, G. ve Aksu, M. (2020). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Koronavirüs Algılarını Metafor Yolu ile Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Awareness*, 5(4): 617-630.
- Şahinkoç E. M. ve Yüksel Ö. (2020). Türkiye’de Turizm Çeşitlendirmesi Gerekliği ve Küresel Salgın Sürecinde Gerçekleştirilebilecek Alternatif Turizm Türleri. *3.Uluslararası İnsan Çalışmaları Kongresi*. Ankara. s. 69.
- Şahin Ören, T. ve Ören, V. E. (2016). 3+1 Eğitim Modelinden Beklentiler: Banaz Meslek Yüksekokulu Örneği, *Yükseköğretim Dergisi*, 6(1): 22-27.
- Şahin Ören, T. ve Arman, A. (2017). Aşçılık Programı Ön Lisans Seviyesinde Verilmesi Gereken Derslerin Kategorilerine İlişkin Değerlendirme. *Yükseköğretim Dergisi*, 7(3): 179-185.
- Şahin Ören, T. ve Ören, V. E. (2018). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin 3+1 Eğitim Modelinden Tatmin Derecelerinin Belirlenmesi: Banaz Meslek Yüksekokulu Örneği. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 8(4): 451-456.
- Şahin Ören, T. ve Ören, V. E. (2021). Sosyal Bilimlerde Akademik Araştırma ve Derlemeler II. Cilt içinde, *Ön Lisans Seviyesinde*

Turizm ve Otel İşletmeciliği Eğitimi Alan Öğrenciler Açısından Uzaktan Eğitimin Değerlendirilmesi (ss. 183-192), Duvar Yayınları, İzmir.

Şahin Ören, T. ve Ören, V. E. (2021). Investigation of Tourism Education Staff in Terms of Resistance to Change During the Pandemic Process. *Conference On Managing Tourism Across Continents – Tourism for a Better World (MTCO-2021)*, ss. 154-156.