

İstanbul'da Sokak Lezzeti Tüketen Bireylerin Tüketim Sebeplerinin ve Tüketimine İlişkin Kaygılarının Belirlenmesi

Fügen DURLU ÖZKAYA

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

Veli CEYLAN

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
veliceylan@subu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7098-7777

Geliş tarihi / Received: 24.01.2022

Kabul tarihi / Accepted: 17.04.2022

Öz

Sokak lezzetleri, birçok ülkenin ve topluluğun mutfak kültüründe önemli bir yere sahip olan gıdalardır. Bu ürünlerin çeşitliliği ve tüketicilerin bu ürünlere ilişkin tüketim amaçları kültürden kültüre farklılık göstermektedir. Bu araştırma, tüketicilerin Türk mutfağına ait sokak lezzetlerini tüketim amacını ve bu ürünlere ilişkin kaygıyı belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma evrenini İstanbul'da sokak lezzeti tüketen bireyler oluşturmaktadır. Kartopu örnekleme yöntemiyle Eminönü-Karaköy civarında bulunan satıcılardan sokak lezzeti satın almış 22 katılımcı araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formları, veri toplama tekniği olarak görüşme tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi neticesinde katılımcıların Türk mutfağına ait sokak lezzeti olarak nitelendirdiği ürünler, bu ürünleri tüketim amaçları ve bu ürünlere ilişkin kaygıları belirlenmiştir. Sokak lezzetlerinin pratik, lezzetli ve ekonomik oluşu bu ürünlerin tercihinde en önemli etkenleri oluştururken, bu ürünlere ilişkin en sık duyulan kaygı ise gıda güvenliğidir.

Anahtar Kelimeler: İstanbul, kaygı, sokak lezzetleri, tüketim alışkanlıkları

Determination of Consumption Reasons and Concerns Regarding Consumption of Individuals Consuming Street Food in Istanbul

Abstract

Street foods have an important place in the culinary culture of many countries and communities. The variety of these products and the consumption purposes of consumers for these products differ from culture to culture. This research aims to determine the consumers' consumption purpose of Turkish street foods and their concerns about these products. The population of the research consists of individuals consuming street foods in Istanbul. Twenty-two participants who bought street food from the vendors in Eminönü-Karaköy were included in the research using the snowball sampling method. In the research, semi-structured interview forms were used as data collection tool and interview technique was used as data collection technique. As a result of the content analysis, the products that the participants describe as street foods of Turkish cuisine and the consumption purposes of these products and their concerns about these products were determined. While the practical, delicious and economical street foods are the most important factors in the choice of these products, the most common concern about these products is food safety.

Keywords: *Istanbul, concern, street food, consumption habits*

Giriş

Sokak lezzetleri; kamuya açık alanda, bir araçta ya da yiyecek içecek işletmesinde üretilen ve genellikle hızlı tüketim için satışa sunulan gıdalardır (Ferrari, Oliveira ve São José, 2021). Sokak lezzetleri dünya genelinde günlük olarak ortalama 2,5 milyar insan tarafından tüketildiği için toplumların yeme-içme kültüründe oldukça önemli bir yer tutmaktadır (Addo-Tham, Appiah-Brempong, Vampere, Acquah-Gyan ve Gyimah Akwasi, 2020). Sokak lezzetlerinin yanı sıra bu ürünlerin sunulduğu ortam ve sunum şekli kültürden kültüre önemli farklılıklar göstermektedir. Örneğin, sokak lezzetleri ABD'de genellikle kamyonetlerde satılırken (Alfiero, Giudice ve Bonadonna, 2017), Uzak Doğu ülkelerinde ise genellikle küçük tezgâhlarda üretilip satılmaktadır (Liu, Zhang ve Zhang, 2014). Sokak lezzetlerinin kolay erişilebilir, düşük maliyetli ve düşük satış fiyatına sahip olması, bu ürünlerin özellikle kent ortamında geniş kitleler tarafından tüketilmesine olanak sağlamaktadır (Ohiokpehai, 2003).

Sokak lezzetleri genellikle açık alanda satıldığı için birçok risk unsuru barındırabilmektedir. Bu nedenle sokak lezzeti satıcısı ve sokak lezzetleri birçok araştırmaya konu olmaktadır (Mwove, Imathiu, Orina ve Karanja, 2020). Bölgesel çapta yürütülen bu araştırmalarda genellikle sokak lezzetlerinin taşıdığı riskler incelenmektedir (Omemur, 2008). Bu araştırmaların yürütülmesinin bir diğer nedeni ise sokak lezzetlerinin birçok bulaşanla karşılaşabileceği bir ortamda satıldığı için bu gıdaların güvensiz olduğu algısının bulunmasıdır (Choudhury, 2011). Bu nedenlerden ötürü bireylerin sokak lezzeti tüketim sebepleri, bir bölgenin/ülkenin/şehrin sokak lezzetleri, sokak lezzetleri satıcılarının ve sokak lezzetlerinin nitelikleri, sokak lezzetleri konusunda araştırılan başlıca konular olmuştur.

İlgili alanda yapılan geçmiş araştırmalarda, bireylerin sokak lezzeti tüketim sebeplerinin ve sokak lezzetlerine ilişkin kaygılarının biribi-

rinden farklı olduğu tespit edilmiştir. Geçmiş araştırmalardan hareketle bu çalışmada, tüketicilerin sokak lezzeti tüketim amaçlarını ve sokak lezzetlerine ilişkin kaygılarını belirleme amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda İstanbul'da sokak lezzeti tüketen bireyler araştırmaya dâhil edilmiş, bu tüketimin sebebi ile tüketime ilişkin kaygılar irdelenmiştir.

Kavramsal Çerçeve Türk Mutfağında Sokak Lezzetlerinin Gelişimi

Sokak lezzetleri, dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi Türk mutfağında da köklü bir geçmişe ve önemli bir konuma sahiptir. Türk mutfağındaki sokak lezzetlerinin geçmişi Osmanlı dönemine uzanmaktadır. II. Bayezid döneminde (1502 yılında) yayınlanan ve dünyanın ilk standart kanunu olarak kabul edilen *Kanunnâme-i İhtisab-ı Bursa* günlük hayata getirdiği birçok düzenlemenin yanı sıra sokak lezzeti satıcılarının da uygulaması gereken kuralları ortaya koymuştur (Özdemir, 2017). Bu durum, sokak lezzetlerinin Türkiye'deki tarihine ilişkin önemli bir bilgi vermektedir.

Türkiye'deki sokak lezzeti satıcılığının uzun bir geçmişe sahip olmasının belirli nedenleri bulunmaktadır. Yerasimos (2002), 16. yüzyılda İstanbul'da evlerin yalnızca yüzde altısında mutfak bulunduğunu aktarmaktadır. Bu durum, dışarıda yemek yeme olgusunun oluşmasını ve gelişmesini sağlamıştır. İfade edilen yıllarda gelişmiş bir restoran yapılanmasından söz etmek mümkün olmadığı için dışarıda yemek yeme olgusunun gelişimi daha çok sokak lezzeti bağlamında gerçekleşmiştir. Evliya Çelebi, bu yıllarda (16 ve 17. yüzyıl) sokak lezzeti satıcılarının çeşitli ürünler bazında uzmanlaştığını aktarmaktadır. Evliya Çelebi, 17. yüzyıl İstanbul'unda sokak lezzeti satıcısı konumunda börekçi, gevrekçi, kurabiyeci, kadayıfçı, lokmacı, göz-

lemeci, peynirci, kaymakçı, kebabçı, büryancı, hoşafçı ve şerbetçi gibi yiyecek-içecekler üzerine uzmanlaşmış kişiler bulunduğunu aktarmaktadır (Eksen, 2008).

Türkiye'de restoran sektörünün Avrupa'ya göre daha geç gelişmesi, sokak lezzetlerinin öneminin korumasında önemli bir etkiye sahip olmuştur. Bu durum yalnızca Türkiye için değil, Orta Doğu'da bulunan birçok ülke için de geçerlidir (Öney Tan, 2013). Bu coğrafyada genellikle mobil (seyyar) ve sabit olmak üzere iki farklı türde sokak lezzeti satıcısı bulunmaktadır. Özellikle mobil sistemlerin kurulum maliyetinin düşük olması, birçok girişimcinin sokak lezzeti satıcısı olmasını sağlamıştır (Yıldırım ve Albayrak, 2019). Türkiye'deki ilk sokak satıcıları mobil sistemleri tercih etmiş ve ürünlerini genellikle taşınabilir araçlarda, tepsilerde ve küfelerde satışa sunmuştur (Bayraktar ve Zencir, 2019).

II. Dünya Savaşı'nın sona ermesiyle birlikte tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de toplumun çeşitli alanlarında hareketlilik ve gelişmeler meydana gelmeye başlamıştır. Bu yıllarla birlikte dünyada turizm hareketleri yaygınlaşmış, dışarıda yemek yeme davranışına katılım da bu doğrultuda artış göstermiştir (Smith, 1998). Bu doğrultuda sokak lezzetlerinin ve fast food ürünlerinin tüketiminde artış meydana gelmiştir (Gönülgül ve Durlu Özkaya, 2017).

21. yüzyılla birlikte Türkiye'deki sokak lezzetleri satıcılarında büyük bir değişim meydana gelmeye başlamıştır. Özellikle 2015 yılından sonra sosyal medyanın etkisiyle birçok sokak lezzeti satıcısı ülke çapında tanınır hale gelmiştir. Bu durum, genellikle İstanbul merkezli olan sokak lezzeti satıcılarının şubeleşerek diğer illere yayılmasını sağlamıştır. Sokak lezzetleri bu yüzyılda diğer alanlarda da gelişim göstermiştir. Örneğin, ilki 2017 yılında düzenlenen Eskişehir Sokak Lezzetleri Festivali, so-

kak lezzetlerinin Türkiye'deki durumunu ortaya koyar niteliktedir (Demirci, Yılmazdoğan ve Düşmezkalender, 2020).

İstanbul Sokak Lezzetleri

2021 yılı itibarıyla 15,4 milyonluk nüfusuyla Türkiye'nin en kalabalık ve gelişmiş şehri olan İstanbul, doğal olarak Türkiye'nin bütünü yansıtır niteliktedir. Bu durum, sokak lezzetleri çeşitliliği bakımından da geçerli olup, Türkiye'nin herhangi bir ilinde sunulmakta olan sokak lezzetinin İstanbul'da da sunulma ihtimali oldukça yüksektir. Türkiye'de, yeme-içme alanında ilk yazılı kaynak örneklerinin genellikle İstanbul'da verilmesi (Eksen, 2008),

Türkiye'deki sokak lezzetlerinin gelişiminin İstanbul kapsamında anlatılmasını sağlamıştır. Doğal olarak bir önceki başlıkta aktarılan Türkiye'deki sokak lezzetlerinin gelişim süreci, İstanbul özelinde değerlendirilmiştir. İstanbul sokak lezzetleri, birçok medeniyetin ve kültürün mirasını barındırmaktadır. Günümüz Türkiye topraklarında hüküm süren Anadolu Medeniyetleri, Roma İmparatorluğu ve Beylikler ile Türk İmparatorlukları (Selçuklu-Osmanlı), mutfak kültürünü dolayısıyla da sokak lezzeti çeşitliliğini etkilemiştir (Solunoğlu, 2018).

İstanbul sokak lezzetleri, birçok araştırmaya, habere ve belgeye konu olmaktadır. Bu çalışmaların ortak özelliği, İstanbul'da sunulan sokak lezzetlerinin tanımlanmasıdır. İstanbul'daki sokak lezzetlerini; hayvansal kaynaklı ürünler, deniz ürünleri, hamur işi ürünler, tatlılar, meyveler, içecekler ve diğer ürünler olmak üzere yedi grupta değerlendirmek mümkündür (Demir, Akdağ, Sormaz ve Özata, 2018). İlgili alanda yapılan araştırmalar incelendiğinde İstanbul sokak lezzetleri olarak nitelendirilen benzer ürünler ön plana çıkmaktadır.

Bu ürünler şunlardır (Ünsalan, 2021; Yalav-Heckerroth, 2021):

- Simit
- Midye dolma
- Köfte ekmek
- Balık ekmek
- Kokoreç
- Şerbetler
- Lahmacun
- Kumpir
- Mısır (haşlama/közleme)
- Döner
- Nohutlu pilav
- Kâğıt helva
- Çiğ köfte
- Börek
- Buzlu badem
- Tantuni
- Islak hamburger
- Macun
- Adana/Urfa kebab
- Boza
- Türk kahvesi

Listeden anlaşılacağı üzere Türk mutfağına ait olan ve işletmelerde sunulan birçok yiyecek-içecek, sokak lezzeti olarak nitelendirilmektedir. Bunun yanı sıra hamburger gibi Türk mutfağı kökenli olmayan yiyecekler de Türk sokak lezzetlerinde önemli bir yer edinmiştir.

Yöntem

Bu çalışma, nitel araştırma yöntemleri ve yorumlayıcı paradigma çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın deseni ise durum çalışmasıdır. Araştırma evrenini İstanbul'da ikamet eden yetişkin bireyler oluşturmaktadır. Örneklem grubu olarak kartopu örnekleme yöntemiyle Eminönü-Karaköy bölgesindeki satıcılarından sokak lezzeti satın alan bireyler seçilmiştir.

Şekil 1. Veri toplama sahası



Araştırma verileri, görüşme tekniği kullanılarak toplanmıştır. Veri toplama aracı ise yarı yapılandırılmış görüşme formlarıdır. Uygulanan görüşme formları için Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurulu'ndan 02/08/2021 tarih ve 604.02/16750 no.lu karar ile gerekli izin alınmıştır. Görüşmeler, 5-10 Ağustos 2021 tarihleri arasında çevrim içi platformda gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda 22 katılımcı ile araştırma tamamlanmıştır. Katılımcılara aşağıdaki 13 adet açık uçlu soru yöneltilmiştir:

1. Sokak lezzetlerini nasıl tanımlarsınız?
2. Sizce Türk mutfağına ait sokak lezzetleri nelerdir?
3. Sizce sokakta satılan yiyecekler, Türk mutfak kültürünü ne derecede yansıtmaktadır?
4. Hangi nedenlerden dolayı sokak lezzeti tüketiyorsunuz?
5. Sokak lezzeti tüketim sıklığınız nedir?
6. Sokak lezzeti alacağınız satıcıyı nasıl seçiyorsunuz?
7. İlk kez gittiğiniz bir şehirde sokak lezzeti tüketir misiniz?

8. Sokak lezzeti tüketimine ilişkin kaygınız ya da çekinceniz var mı? Varsa bunlar nelerdir?
9. Sosyal medyada popüler hale gelen sokak lezzeti satıcılarının sokak lezzeti tüketiminde herhangi bir etkisi bulunuyor mu?
10. Sizin için sokak lezzeti tüketiminde gıda güvenliğinin yeri nedir?
11. Sokak lezzetlerini güvenli buluyor musunuz?
12. Gıda güvenliğini sağlamak için sokak lezzeti satıcısında bulunması gereken özellikler sizce nelerdir?
13. Sokak lezzetinin hangi koşullarda sunulması gerekmektedir?

Verilerin analizinde, mülakat deşifrelerinin, kayıtların ya da diğer dokümanların karakterize edilip karşılaştırılmasını sağlayan içerik analizi yöntemi kullanılmıştır (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2015; Yıldırım ve Şimşek, 2016). İçerik analizi, MAXQDA 2020 programı vasıtasıyla yapılmıştır. Bu süreçte öncelikle veriler kodlanmış ve temalar oluşturulmuştur. Temalar düzenlendikten sonra bulgular tamamlanmış ve yorumlanmıştır. Araştırma kapsamında belirlenen ana temalar ve alt kodlar Tablo 1'de yer almaktadır.

Bulgular

Katılımcılara demografik sorular kapsamında cinsiyet, yaş, gelir ve meslek bilgileri sorulmuştur. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin sonuçlar Tablo 2'te yer almaktadır.

Katılımcıların %45'ini kadınlar, %55'ini ise erkekler oluşturmaktadır. Katılımcıların yaş ortalaması ise 29.3'tür. Katılımcıların %33'ü düşük, %42'si orta, %25'i ise yüksek gelir durumuna sahiptir. Gelir durumunun düşük-orta-yüksek olarak nitelendirilmesinde asgari ücret baz alın-

mıştır. Katılımcıların meslekleri ise 12 farklı meslek grubunda (öğrenciler ve işsizler dâhil edilmiştir) dağılım göstermektedir.

Tablo 1. Ana temalar ve alt kodlar

Ana Tema	Alt Kod
Ürün Özellikleri	Görsellik
	Ürünün niteliği
	Hijyen
	Tazelik
	Ambalaj
Satıcı ve Ortam Özelliği	Satıcının kendisi
	Markalaşma
	Satıcının sertifika sahibi olması
	Mekân Yapısı
Tüketim Amacı	Hijyen
	Caziplik
	Koku
	Fiyat Uygunluğu
	Pratiklik
Kaygı	Lezzet
	Bilinmezlik
	Gıda Güvenliği
Deneyim	
Tüketim Sıklığı	
Sağlık	

Yarı yapılandırılmış görüşme formunun ilk sorusunda katılımcıların sokak lezzetlerini tanımlaması istenmiştir. Katılımcılar bu kapsamda çeşitli tanımlamalarda bulunmuştur. Yanıtlar genel olarak incelendiğinde sokak lezzetlerine ilişkin doğru tanımlamalarda bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

K21 sokak lezzetlerini şöyle tanımlamıştır: *“Sokak lezzetlerini, alışık olduğumuz veyahut hiç tatmadığımız yemekleri kolay bir şekilde ulaşılabilir kılan, makul fiyatlı, birçoğunun elle yenildiği lezzetli yemekler olarak tanımlamak mümkündür”*.

K22: *“Sokak lezzetleri maddi durum ayırt etmeksizin herkese hitap eden, tadı damağımızda kalan özel yemekler, güzel emek ürünleridir”*.

K12: *“Bazı lezzetler vardır, evde yemekle dışarıda yemek aynı hazzı vermez... İşte bunlar benim için sokak lezzetidir”*.

Türk Mutfağına Ait Sokak Lezzetleri

Soru formunun ilgili bölümünde katılımcılara, Türk mutfağına ait sokak lezzetlerinin neler olduğu sorulmuştur. Katılımcıların verdiği yanıtlar bazı yiyeceklerin üzerinde yoğunlaşmıştır. Cevaplara ilişkin kelime bulutu Şekil 2 'de yer almaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların demografik özellikleri

Katılımcı Kodu	Cinsiyet	Yaş	Gelir	Meslek
K1	Erkek	61	Orta	İşçi
K2	Kadın	35	Orta	Öğretmen
K3	Kadın	34	Orta	Hemşire
K4	Kadın	59	Düşük	Ev Hanımı
K5	Kadın	30	Yüksek	Muhasebeci
K6	Kadın	26	Yüksek	Akademisyen
K7	Kadın	25	Orta	Diyetisyen
K8	Erkek	27	Orta	Mühendis
K9	Kadın	29	Yüksek	Mühendis
K10	Erkek	27	Yüksek	Mimar
K11	Erkek	17	Düşük	Lise öğrencisi
K12	Erkek	21	Yüksek	Üniversite öğrencisi
K13	Kadın	28	Orta	Antrenör
K14	Erkek	22	Düşük	Üniversite öğrencisi
K15	Erkek	25	Orta	Tıbbi Laboratuvar Teknikeri
K16	Kadın	30	Düşük	Ev hanımı
K17	Kadın	28	Düşük	İşsiz
K18	Erkek	18	Düşük	Lise öğrencisi
K19	Kadın	20	Düşük	Üniversite öğrencisi
K20	Kadın	28	Orta	Öğretmen
K21	Erkek	21	Düşük	Aşçı
K22	Erkek	35	Yüksek	Muhasebeci

**Şekil 2.** Katılımcıların Türk mutfağına ait sokak lezzetleri olarak nitelendirdiği ürünler

Katılımcılar, sırasıyla en sık midye dolma, pilav, simit, dürüm, halka tatlısı ve döneri, Türk mut-

fağına ait sokak lezzeti olarak nitelendirmiştir. Pilav kelimesi, tavuklu pilav ve nohutlu pilav gibi yemekleri, dürüm kelimesi ise tavuk dürüm, tantuni ve kebab gibi yemekleri içermektedir. Verilen yanıtlar arasında içecek ürününün bulunmaması dikkat çekmektedir. Boyoz ise daha çok İzmir’de satışa sunulmasına rağmen İstanbul’da ikamet eden bireyler tarafından da sıklıkla tüketilen sokak lezzeti olarak nitelendirilmiştir.

Katılımcılar, sokak lezzetlerinin Türk mutfağını ne derecede yansıttığına ilişkin sorulan soruya çeşitli yanıtlar vermiştir. Bu konuda birçok katılımcı arasında fikir ayrılığı bulunmaktadır. K6, K14 ve K19 Türkiye’de satılan sokak lezzetlerinin Türk mutfağını yansıtmadığını ifade ederken, K3, K7, K12, K17, K20 ve K21 kısmen

yansıttığını ifade etmiştir. Diğer katılımcılar ise Türkiye'de satılan sokak lezzetlerinin Türk mutfağını tamamen yansıttığını ifade etmiştir. İlgili soruya verilen seçilmiş yanıtlar aşağıda yer almaktadır:

K6: “Sokakta satılan yiyecekler genelde Türk mutfağını yansıtmıyor. Çünkü hızlıca bir şeyler tüketmeye çalışıyoruz. Türk mutfağı genelde evde yapılan sulu yemek gibi ürünleri barındırır. O yüzden Türk mutfağını pek yansıtmıyor”.

K11: “Bence herhangi bir yerin sokaklarında ne satılırsa o ürün o ülkenin kültürünü önemli ölçüde yansıtır. Çünkü o ülkenin insanların neye değer verdiğini neden hoşlandığını yansıtır ve bize de kültür hakkında bilgi verir”.

Sokak Lezzeti Tüketim Nedenleri ve Tüketim Sıklığı

Katılımcıların ilgili sorulara verdiği yanıtlar caziplik, koku, fiyat uygunluğu, pratiklik ve lezzet olmak üzere beş kategoride kodlanmıştır. Tüketim amacı olarak kodlar dışında da çeşitli yanıtlar elde edilmiştir. Tüketicilerin sokak lezzetleri tüketim nedenlerine ilişkin kelime bulutu oluşturulmuştur. Kelime bulutu Şekil 3'te yer almaktadır.

Katılımlar sokak lezzetlerini daha çok hızlı, ekonomik ve lezzetli olduğu için tükettiğini ifade etmiştir. Bunun yanı sıra açlık, merak, sokak lezzetlerinin cazip ve popüler olması ile sokak lezzetlerine güvenme unsurları, bu ürünlerin tercihinde etkili olmuştur. Sokak lezzeti tüketim amacına yönelik verilmiş çeşitli yanıtlar aşağıda yer almaktadır:

K18: “Sokakta yemek bana daha cazip geliyor. Bir restorana kapanmak yerine al yemeğini oturma sahilin karşısına ve tadını çıkar. Bir süre de olsa her şeyden kendini soyutlamaktır bu”.

K4: “Tezgâhta yiyecekleri görünce canım çekiyor, kokusu cezbediyor veya hiç aklımda yokken canım sokak yemeği isteyebiliyor”.

K12: “Özellikle öğrenci olduğum için hem ekonomik oluşu hem de çoğu zaman dışarıda olduğumdan dolayı da hız açısından tercih ediyorum”.

K22: “Genelde vakit kaybı olmasın diye küçük seyyar tezgâhlardan simit vb. şeyler alarak hızlı özelliğinden dolayı tercih ederim”.



Şekil 3. Tüketicilerin sokak lezzetlerini tüketim nedenleri

Tüketim sıklığına ilişkin verilen yanıtlar haftanın her günü ve ayda bir kez arasında değişmektedir. Katılımcılardan K1, K4 ve K14 ilk kez gittiği şehirde sokak lezzeti tüketmeyeceğini ifade etmiştir. Bunlar dışındaki tüm katılımcılar tüketmeyeceğini belirtmiştir. Tüketmeyeceğini belirten katılımcıların tüketiminin önündeki engel, sokak lezzetlerine ilişkin çeşitli kaygılardır.

Sokak Lezzeti Tüketimine İlişkin Kaygı

Katılımcıların ilgili sorulara verdiği yanıtlar bilinmezlik, gıda güvenliği ve lezzet olmak üzere üç grupta kodlanmıştır. Kod dışında da çeşitli yanıtlar elde edilmiştir. Yanıtlardan oluşturulan kelime bulutu Şekil 4'te yer almaktadır.

yabancı ürün
hijyen
temizlik
gıda güvenliği
lezzet
sağlık

Şekil 4. Tüketicilerin sokak lezzetlerine ilişkin kaygıları

Katılımcılar, en fazla sokak lezzetlerinin temizlik ve hijyen durumuna ilişkin kaygı duyduğunu ifade etmiştir. Bunun dışında en fazla kaygı duyulan unsurlar, sokak lezzetlerinin içerdiği gıdaların ne olduğunu bilmeme ve gıda güvenliğidir. Sokak lezzetlerinin sağlığa etkileri ve lezzetli olma durumu ise diğer unsurlara göre daha az bir kaygı oluşturmaktadır. Katılımcılar, sokak lezzetlerine ilişkin kaygılarını şöyle ifade etmiştir:

güler yüzlü eğitimli
temiz
sakalsız
markalaşmış
iyi giyimli
sertifikalı

Şekil 5. Katılımcıların satıcıda bulunmasını istedikleri özellikler

K6: “Bazı ürünlere karşı kaygım var, bazılarına karşı ise yok. Genelde hijyene ilişkin kaygılarım var. Özellikle kokoreç ve midyeye ilişkin kaygım var. Gıda güvenliği dışında pek kaygım yok. Sağlık açısından da sorun olabilir, gıdanın sağlıklı olup olmamasıyla alakalı”.

K10: “Hijyen açısından kaygım olabiliyor veya içerisinden kullanılacak malzemelerin nasıl

üretildiği ya da sağlıklı bir şey mi yiyorum diye çekincem olabiliyor”.

Ürün ve Satıcı Özelliklerine İlişkin Görüşler

Katılımcılara ürünlerin ve satıcının ne gibi özellikler taşıması gerektiği sorulmuştur. Elde edilen yanıtlardan oluşturulan kelime bulutları Şekil 5 ve Şekil 6’da yer almaktadır.

Katılımcılar hem sokak lezzetlerinin hem de sokak satıcılarının temiz olması gerektiğini ifade etmektedir. Sokak lezzetlerinde temizliğin yanı sıra aranan unsurlar, ürünün lezzetli, ambalajlı, hızlı servis edilebilir, cazip, taze ve meşhur olmasıdır. Sokak lezzeti satıcısından beklenen diğer unsurlar ise güler yüzlü, eğitilmiş, sertifikalı ve markalaşmış olmasıdır.

Kodlar Arası İlişkiler

Araştırma kapsamında katılımcılardan elde edilen veriler, belirlenen temalar doğrultusunda kodlanmıştır. Bu kodlama, temalar ve kodlar arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Katılımcıların sokak lezzetlerini tüketim nedenleri, sokak lezzetlerine ilişkin kaygıları ve sokak lezzetlerinde bulunması gereken özelliklere ilişkin görüşlerinin özetlenmesi için kod birlikte çalışma modeli (Şekil 7) oluşturulmuştur.

ambalajlı
cazip
temiz
besleyici
lezzetli
hızlı taze
meşhur

Şekil 6. Katılımcıların sokak lezzetinde bulunmasını istedikleri özellikler

Kodlar arası ilişkiler, sokak lezzetlerinin tüketim durumunu ve sokak lezzetlerine ilişkin

araştırmalar, özellikle Avrupa ve ABD’de sokak lezzeti tüketiminin sosyoekonomik düzeylere göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır (Buscemi vd., 2011; Corvo, 2014).

Araştırmada elde edilen bulgular, gıda güvenliğine ilişkin kaygının sokak lezzeti tüketimini olumsuz etkilediğini göstermektedir. Ayrıca sokak lezzeti satıcısının ya da satılan ürünün tanınmaması da kaygı oluşturmaktadır. Tüm bu sonuçlar doğrultusunda tarafımızdan yapılan öneriler aşağıdaki gibidir:

Yetkililer için;

- Sokak lezzetleri satıcıları ve işletmeleri, gıda güvenliği kapsamında sıkı şekilde denetlenmelidir.
- Sokak lezzetleri satıcılarının uygun satış ortamını oluşturması sağlanmalıdır.
- Sokakta satılacak yiyecek-içeceklerin ne koşulda satılacağı, ilgili mevzuat çerçevesinde belirlenmelidir.

Mutfak araştırmacıları için;

- Türk mutfağına ait sokak lezzetlerinin hangi ürünler olduğu net olarak ortaya koyulmalıdır.
- Özellikle dünya genelinde Türk mutfağına ait sokak lezzetlerinin tanıtımının ve pazarlamasının uygun biçimde yapılması gerekmektedir.
- Ünlü restoranların yanı sıra çeşitli sokak lezzetleri satıcılarının da tanıtılması gerekmektedir.
- Tanıtım faaliyetleri akademik yayınların yanı sıra görsel ortamda da yapılmalıdır.

Kaynakça

Addo-Tham, R., Appiah-Brempong, E., Vampere, H., Acquah-Gyan, E., Gyimah Akwasi, A. (2020). Knowledge on food safety and food-handling practices of street food vendors in ejisu-juaben municipality of Ghana. *Advances in Public Health*, 2020, 1-7. <https://doi.org/10.1155/2020/4579573>

Alfiero, S., Giudice, A. L., Bonadonna, A. (2017). Street food and innovation: the food truck phenomenon. *British Food Journal*, 119(11), 2462-2476.

Bayraktar, G. Zencir, E. (2019). Sokak satıcılarının gözünden sokak lezzetleri: İzmir örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1367-1382.

Buscemi, S., Barile, A., Maniaci, V., Batsis, J. A., Mattina, A., Verga, S. (2011). Characterization of street food consumption in Palermo: possible effects on health. *Nutrition Journal*, 10(1), 1-9.

Ceyhun Sezgin, A., Şanlier, N. (2016). Street food consumption in terms of the food safety and health. *Journal of Human Science*, 13(3), 4072-4083,

Choudhury, M., Mahanta, L., Goswami, J., Mazumder, M., Pegoo, B. (2011). Socio-economic profile and food safety knowledge and practice of street food vendors in the city of Guwahati, Assam, India. *Food Control*, 22(2), 196-203.

Corvo, P. (2014). Food trucks in the USA: Sustainability, young entrepreneurship, and urban revitalization. İçinde: Cardoso, D. C. V. C., Companion, M., Marra, S. R. (Eds), *Street Food* (pp. 151-163). London: Routledge.

Coşkun, R., Altunışık, R., Yıldırım, E. (2015). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (10. Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Demir, Ş., Akdağ, G., Sormaz, Ü., Özata, E. (2018). Sokak lezzetlerinin gastronomik değeri: İstanbul sokak lezzetleri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 589-601.

- Demirci, B., Yılmazdoğan, O. C., Düşmezkalender, E. (2020).** Festival algısı, festival memnuniyeti, festival değeri ve aidiyet ilişkisi: Eskişehir sokak lezzetleri festivali örneği. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(1), 1096-1112.
- Eksen, İ. (2008).** İstanbul'un Tadı Tuzu. İstanbul: Everest Yayınları.
- Ferrari, A. M., Oliveira, J. D. S. C., São José, J. F. B. D. (2021).** Street food in Espírito Santo, Brazil: a study about good handling practices and food microbial quality. *Food Science and Technology*, 41(2), 549-556.
- Fusté-Forné, F. (2021).** Street food in New York City: Perspectives from a holiday market. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 24, 100319. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100319>
- Gönülgül, S., Durlu Özkaya, F. (2017).** Los Angeles ve Toronto sokak lezzetlerinin menü içeriği ve üretim bakımından incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 454-465.
- Liu, Z., Zhang, G., Zhang, X. (2014).** Urban street foods in Shijiazhuang city, China: Current status, safety practices and risk mitigating strategies. *Food Control*, 41, 212-218.
- Mwove, J., Imathiu, S., Orina, I., Karanja, P. (2020).** Food safety knowledge and practices of street food vendors in selected locations within Kiambu County, Kenya. *African Journal of Food Science*, 14(6), 174-185.
- Nurudeen, A. A., Lawal, A. O., Ajayi, S. A. (2014).** A survey of hygiene and sanitary practices of street food vendors in the Central State of Northern Nigeria. *Journal of Public Health and Epidemiology*, 6(5), 174-181.
- Ohiokpehai, O. (2003).** Nutritional aspects of street foods in Botswana. *Pakistan Journal of Nutrition*, 2(2), 76- 81.
- Omemu, A. M., Aderoju, S. T. (2008).** Food safety knowledge and practices of street food vendors in the city of Abeokuta, Nigeria. *Food Control*, 19(4), 396-402.
- Öney Tan, A. (2013).** *Turkey*. İçinde: Kraig, B., Sen, C. T. (Eds), *Street Food Around the World: An Encyclopedia of Food and Culture*. California: ABC-CLIO, LLC.
- Özdemir, R. (2017).** Tüketici haklarına yönelik tarihte yapılan ilk kanun: "Kanunname-i İhtisab-ı Bursa". *Mecmua*, (4), 1-16.
- Smith, V. L. (1998).** War and tourism: An American ethnography. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 202-227.
- Solunoğlu, A., Nazik, M. H. (2018).** Sokak lezzetlerine ilişkin tüketici tercihleri: Gaziantep örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 40-59.
- Ünsalan, G. (2021).** The 10 best Turkish street foods. <https://www.timeout.com/istanbul/restaurants/the-best-turkish-street-foods>
- Yalay-Heckerroth, F. (2021).** A Guide To The Best Istanbul Street Food. <https://theculturetrip.com/europe/turkey/articles/a-guide-to-the-best-istanbul-street-food>
- Yerasimos, S. (2002).** Sultan Sofraları (3. Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2016).** Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (10. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, Ö., Albayrak, A. (2019).** Yabancı turistlerin İstanbul sokak yemeklerini değerlendirmeleri üzerine bir çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1077-1092.