



## **Yerel Halkın Gözünden İzmir'in Simge Yemeklerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma**

*A Research on Determining the Signature Dishes of İzmir Through the Eyes of Local Residents*

**Ebru AĞLAMAZ<sup>1</sup>, Melek Ece ÖNCÜER ÇIVİCİ<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Dr., Adnan Menderes Üniversitesi, ebruaglamaz@gmail.com

<sup>2</sup>Dr.Öğr. Üyesi., Adnan Menderes Üniversitesi, eoncuer@adu.edu.tr

Gönderilme Tarihi / Submitted : 03.12.2018  
Düzeltilme / Resubmitted (1) : 08.12.2018  
Düzeltilme / Resubmitted (2) : 18.12.2018  
Kabul / Accepted : 24.12.2018

### **Özet**

Yemek, turizmin ayrılmaz bir parçası olarak görülmektedir. Özellikle son yıllarda, destinasyonlar arasında artan rekabet ile birçok destinasyonda yerel yemeklerin ön plana çıkarıldığı ve yerel mutfağın turizm stratejilerinin bir parçası haline geldiği görülmektedir. Dünya çapında birçok şehrin tanıtımlarında yerel ürünlerden oluşan yerel mutfaklarına yer verilmekte ve bu yemekler turistlere özellikle tanıtılmaktadır. İzmir mutfağı hem coğrafi koşulları hem de bölgede yaşayan birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması sebebi ile çok zengin bir mutfak haline gelmiştir. Ancak, İzmir'in köklü ve zengin bir mutfağa sahip olmasına rağmen, bu zengin mutfak kültüründen yeterince faydalanılmadığı görülmektedir. İzmir mutfağı bir çekicilik unsuru olarak kullanılamamakta ve yerel yemekler tanıtımlarda çok az yer almaktadır. Bu sebeple, İzmir için simge olabilecek ürünlerin belirlenmesi amacıyla turizm sektörünün paydaşlarından biri olan yerel halk ile bir anket düzenlenmiştir. Bu kapsamda, İzmir halkına, İzmir'de ne yenebileceği ve içilebileceği yönünde sorular sorulmuş ve İzmir'in simgesi olabilecek ürünlerin belirlenmesi hedeflenmiştir.

**Anahtar Sözcükler:** Yerel Mutfak, Simge Yemekler, İzmir

### Abstract

Food is always seen as an integral part of tourism. Especially in recent years, with the increasing competition between destinations, local cuisines have gained vital importance and have become part of the tourism strategies. In many cities around the world, local cuisine consisting of local products are used in city promotions and are a part of marketing strategies. The city of Izmir has a very rich cuisine due to its geographic position and many civilizations living in the region. However, although Izmir has a well-established and rich kitchen, it is not benefiting from the rich culinary culture adequately. Izmir cuisine is not positioned as a tourist attraction, and local dishes are not properly advertised. For this reason, a survey is conducted with the residents of İzmir, one of the stakeholders of the tourism sector, in order to identify products that may be a signature for Izmir.

**Keywords:** Local Cuisine, Signature Food, İzmir

### GİRİŞ

Yemek, tüketiciler için birçok anlam ifade etmektedir. Bunlardan ilki yaşamı sürdürebilmek için gerekli olmasıdır. Bunun dışında, yemek kutlamalarda da anahtar bir rol oynar. İnsanların sosyalleşmelerine aracı olur, hoşça vakit geçirmesini sağlar, duylara hitap eden ve zevk veren bir yönü vardır. Ayrıca farklı kültürleri ve ülkeleri deneyimlemenin de bir yoludur (Mitchell ve Hall, 2003: 60). Yemek ve turizm arasında göz ardı edilemeyecek bir ilişki vardır. Birçok araştırma, turistlerin destinasyon seçiminde yerel mutfakın önemli bir rol oynadığını göstermektedir (Chen, 2013; Chen ve Huang, 2016). Özgün ve farklı olan mutfakların, destinasyon açısından bir çekicilik oluşturabileceği düşünülmektedir (Karim ve Chi, 2010). Yemek, bir turizm ürünü ve deneyimi olarak doğru stratejiler geliştirilip uygulandığı takdirde, bir destinasyonun rekabetçiliğine katkı sağlayabilmektedir (du Rand ve Heath, 2006).

Türkiye'nin üçüncü büyük şehri olan İzmir'de, turizm olanakları genel olarak incelendiğinde İzmir'in birçok turizm türüne ev sahipliği yapabildiği görülmektedir. Gerek deniz, kum, güneş turizmi gerekse kültür, sağlık ve termal gibi turizm türleri açısından geniş seçenekler bulunmaktadır. Tüm bunlara rağmen İzmir'i ziyaret eden turist sayılarının ve turizm gelirlerinin çok yüksek olmadığı görülmektedir. Tüm bu sebeplerle,

İzmir'in daha iyi tanıtılması ve kaynaklarının daha etkin kullanılması gerektiği söylenebilir.

5000 yıllık tarihi ile köklü bir kültüre sahip olan İzmir'in yer aldığı coğrafyada çok sayıda medeniyet farklı zamanlarda ya da eş zamanlı olarak yaşamıştır. Bu durum, İzmir'de köklü bir mutfak kültürünün de gelişmesine sebep olmuştur. Farklı kültürlerin yanı sıra kaynaklar açısından da zengin bir coğrafyada olan şehrin mutfağı, dünyanın en zengin mutfaklarından biri olarak da nitelendirilmektedir (Atilla, 2001). Ancak, İzmir'de turizm hareketleri incelendiğinde hem İzmir mutfağının yeterince tanıtılmadığı, hem de mutfağın bir çekicilik unsuru olarak kullanılmadığı görülmektedir. Son yıllarda, özellikle düzenlenen festivaller ile İzmir mutfağı ön plana çıkarılsa da yeterli ve kapsamlı bir tanıtım oluşmadığı ve İzmir mutfağının turistler açısından önemli bir çekicilik unsuru olarak değerlendirilmediği düşünülmektedir. Bu sebeple, bu araştırma sonucunda, İzmir mutfağının ön plana çıkarılabilecek yemek ve yiyeceklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, turizm sektörünün paydaşlarından biri olan yerel halk ile İzmir mutfağının simgesi olabilecek ürünlerinin belirlenmesi adına bir anket çalışması düzenlenmiştir.

## LİTERATÜR TARAMASI

Yemek, bir bölgenin kültürünün çok önemli bir parçası (Yurtseven ve Kaya, 2011), aynı zamanda gezi deneyiminin başlıca unsurlarından ve başka bir kültürü tanımanın en etkili yollarından biridir (Long, 2004). Yemek, her dönemde, turizmin ayrılmaz bir parçası olmuştur. Bunun en büyük sebebi ise, yemek yemenin ziyaret nedeni gözetilmeksizin tüm turistler için ortak bir zorunluluk olmasıdır. Yemeğin turistler için bir zorunluluk olarak görülmesi ve başlı başına bir çekicilik olarak düşünülmemesi sebebi ile geçmişte turistlerin yemek tüketimi literatürde çok fazla çalışılmamıştır (Cohen ve Avieli, 2004). Yemek, turizm deneyiminin çok önemli bir parçası olmasına rağmen ancak son yıllarda başlı başına bir araştırma konusu haline gelmiştir (Hall ve Sharples, 2003).

Yemek, gezi deneyiminin bir parçası olarak düşünüldüğünde, birçok insan açısından yaşamı sürdürmek için gerekli olması işlevinin dışında, deneyimsel bir anlam kazanmaktadır. Bu sebeple, bir deneyimin parçası olarak yenen çok sıradan bir yemek bile insanın hafızasına sonsuza kadar kazınabilir (Mitchell ve Hall, 2003).

Çalışkan'a göre (2013: 41) “*Gastronomiyi turizm açısından değerli kılan yönlerinden biri, kültürle olan bağlantısının da etkisiyle, bir destinasyonun benzersiz bir kimlik oluşturmaya verdiği katkıdır*”. Günümüzde, destinasyonların yemekleri ve mutfak kültürleri turizm stratejilerinin bir parçası haline gelmiştir (Harrington ve Ottenbacher, 2010). Birçok bölgede, ulusal ve bölgesel turizm kuruluşları tarafından desteklenen yemekle ilişkili programlar; mutfak, yer ve deneyimler arasındaki ilişkinin turizm açısından ne kadar önemli hale geldiğini ispatlar niteliktedir (Hall ve Mitchell, 2000).

Yemek, bir ülkenin kültürünün ve insanların yansıması olarak görülmektedir. Bu sebeple, çekicilik olarak önerilmesi ve pazarlama aracı olarak farklı şekillerde kullanılması mümkündür (du Rand ve Heath, 2006). Gezi harcamaları içinde yemeğe harcanan oranın çok yüksek olması devletlerin ve işletmelerin bu alana ilgi duymasına yol açmaktadır (Hall ve Sharples, 2003).

Gıda tüketimi, turistlerin en sık yaptıkları boş zaman aktivitelerinden biri ve günlük ikinci en büyük harcamaları olarak görülmektedir (Hall ve Sharples, 2003: 5). Pyo vd. (1991), yaptıkları araştırmada, turistlerin tüm harcama ihtimalleri arasında en az kesinti yapmayı düşündükleri alanın yemek harcamaları olduğu, hatta bazı turistlerin belli destinasyonları tercih etme sebeplerinin tamamıyla destinasyonun yemekleri ile ilgili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca, yemek yemenin turist deneyiminin “*deneyisel*” ve “*zevk verici*” boyutunu oluşturduğu ve bu sebeple daha fazla turist çekildiği de belirtilmektedir (Kivela ve Crofts, 2006). Bu sebeple, gün geçtikçe gıda turizmini, stratejilerin en başlarında daha fazla görmek mümkündür (Harrington ve Ottenbacher, 2010).

Destinasyonda tüketilen yiyecek ve içeceklerin yanı sıra, yöreye özgü yiyecek ve içecekleri turistlere hediyelik eşya olarak da sunmak mümkündür (Richards, 2002). Bu tür hediyelik eşyaların, turist deneyiminin önemli bir bölümünü oluşturduğu da dile getirilmektedir (Bessiere ve Tibere, 2013). Bu durum, destinasyonu ziyaret eden turistlerin yanlarında hediyelik eşya olarak götürdükleri yiyecek ve içecek ürünlerinin de yöre ekonomisine katkı sağlamasına yol açmaktadır.

Özetle, yerel mutfak gerek bölge kalkınması gerekse turistik çekicilik unsuru olarak son derece önemli görülmektedir. Turizm hareketlerinin ve gelirlerinin artırılması amacı ile yerel yemekleri ön plana çıkarmak önem kazanmaktadır. Bu sebeple birçok ülke

ve şehirde yerel yemekleri ön plana çıkarmak adına çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Örneğin, Avrupa Birliği bölgesel gelişimde yemeğin son derece önemli olduğunu vurgulamakta ve bu konuda çalışmalar yapmaktadır. Bu kapsamda, bölgesel ve geleneksel yemeklerin korunmasına yönelik menşe adı, coğrafi işaret gibi tesciller oluşturulmuştur (Spilková ve Fialová, 2013). Dünya üzerinde mutfağı ile en çok tanınan ülkelerden biri olan Fransa'da turistik tanıtımlarda yemek ve şaraba son derece önem verilmekte ve bölgesel olarak belli başlı yemek ve yiyecekler vurgulanmaktadır (Frochot, 2003). Dünya çapında mutfağı ile tanınan bir diğer ülke olan İtalya'da, yerel mutfak, yerel kültürün önemli bir parçası olarak değerlendirilmekte ve turistik çekiciliklerin başında yer almaktadır (Mason ve Paggiaro, 2009). Çok kapsamlı bir mutfak olan İtalyan mutfağı tüm dünyada pizzaları ve makarnaları ile bilinmektedir. Bir diğer Avrupa ülkesi olan İngiltere ise balık ve patates kızartması ülkesi olarak adlandırılmaktadır (Björk ve Kauppinen-Räisänen, 2016). İspanya, tüm dünyada *tapas* adı verilen atıştırılmalık yiyecekleri ile tanınmaktadır (Jiménez-Beltrán vd., 2016).

Avrupa ülkeleri ile benzer şekilde Asya ülkelerinde de mutfağa son derece önem verildiği ve ülkeler ile özdeşleşen yemekler olduğu görülmektedir. Örneğin; Japonya denilince akla ilk olarak *sushi* gelmektedir (Horng ve Tsai, 2010). Bunun yanı sıra *teppanyaki*, *ramen*, *noodle* gibi ürünler de Japon mutfağının tanınan ürünleri arasında yer almaktadır (Kim, 2015).

Benzer şekilde Türkiye ele alındığında birçok şehir için simge olan yemekler olduğu ve söz konusu şehirleri ziyaret eden kişilerin mutlaka bu yemekleri deneyimlediği görülmektedir. Örneğin Adana kebabları ile ön plana çıkmaktadır. Benzer şekilde UNESCO tarafından Yaratıcı Şehirler Ağına alınan ve Gastronomi Şehri olarak anılan Gaziantep ve Hatay, mutfakları ile ön plana çıkmaktadır. Ülkenin birçok bölgesinde ya da şehirde yapılmasına rağmen mantı Kayseri ile özdeşleşmiştir. Erzurum'u ziyaret eden kişiler mutlaka Cağ kebabı yemektedir.

## YÖNTEM

Literatürde birçok şehir için "*simge yemekler*" (signature food) tanımlandığı görülmektedir. İzmir, birçok özgün yemeğe sahip olmasına rağmen, mutfak kültürü ve yemekleri ile yeterince ön plana çıkmamaktadır. İzmir'i tanıtan internet siteleri ve

broşürler incelendiğinde, İzmir mutfağının bu tanıtımlarda çok kısıtlı şekilde yer aldığı görülmektedir. Dolayısıyla, İzmir'i ziyaret eden kişilerin İzmir mutfağı konusunda çok fazla bilgi sahibi olamadıkları söylenebilmektedir. Bunun yanı sıra farklı şehirler için simge yemeklerden bahsedilirken, İzmir için simge yemek kavramının belirsiz olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Tüm bu sebeplerle, İzmir için ön plana çıkarılabilecek, İzmir'in imzası ya da simgesi haline gelebilecek yemek ya da yiyeceklerin ortaya konulması hedeflenmiştir.

Bu hedef doğrultusunda araştırmanın amacı, İzmir için simge olabilecek yemek, yiyecek ve içeceklerin saptanması olarak belirlenmiştir. Bu amaç doğrultusunda çok sayıda katılımcıya ulaşabilmek ve görüşlerini alabilmek adına nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniğı kullanılmıştır. Anket tekniğı, sosyal bilimlerde ve ilişkili uygulamalı alanlarda en çok kullanılan veri toplama yöntemi olarak nitelendirilmekte; çok sayıda kişiye ulaşmak ve görüşlerini almak için uygun olarak görülmektedir (Neuman, 2006: 272).

Düzenlenen anketin amacı, İzmir için "simge" olabilecek yemek ya da yiyecekler nedir sorusunun cevabını aramak olarak belirlenmiştir. Turizm sektörünün paydaşlarından biri olan yerel halkın görüşlerinin yansıtılması amacı doğrultusunda, araştırmanın evreni İzmir'de yaşayan kişiler olarak belirlenmiştir. Anket çalışması, "İzmirliilerin gözünden İzmir yemekleri" başlığı ile oluşturulmuş ve İzmirliilere, İzmir'de ne yenmesi gerektiğine ilişkin sorular yöneltilmiştir.

Örneklem seçim yöntemi olarak nicel araştırmalarda sıklıkla kullanılan olasılık temelli örneklem seçim yöntemleri değerlendirilmiş ancak bazı kısıtlar dolayısıyla bu yöntemler kullanılamamıştır. Anılan kısıtlar arasında, evrenin çok sayıda elemana sahip olması ve bu elemanların tümünün listelenip örneklem seçimi için kullanılmasının mümkün olmaması en başta yer almaktadır. Tüm kısıtlar değerlendirildiğinde, örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme ya da diğer adıyla elverişlilik örnekleme (convenience sampling) kullanılmasına karar verilmiştir. Örneklem evreni temsil yeteneğinin yüksek olması amacı ile anketin en az 1000 katılımcıya uygulanmasına karar verilmiştir.

Anket soruları, araştırılmak istenilen konu olan İzmir için simge olabilecek yemek, yiyecek ve içeceklerini keşfetmek amacıyla uzman görüşleri de yansıtılarak oluşturulmuştur. Araştırma, keşifsel bir araştırma olduğu için ankette açık uçlu sorular sorulmuş ve katılımcıların kendilerini sınırlamadan yanıt vermeleri hedeflenmiştir.

Araştırma evreni, İzmir’de yaşayan kişiler olarak belirlendiği ve örneklem seçim yöntemi olarak elverişlilik örnekleme kullanıldığı için, ankette ilk olarak kişilerin İzmir’de yaşayıp yaşamadığı sorusu yöneltilmiştir. Bunun dışında, katılımcılara kaç yıldır İzmir’de yaşadıkları, cinsiyetleri ve yaşlarına ilişkin demografik özelliklerin anlaşılmasına yönelik sorular yöneltilmiştir. Daha sonrasında, katılımcılara İzmir’de ne yenmesi gerektiği diğer bir deyişle İzmir’i ziyaret eden kişilere ne yemeklerini tavsiye edecekleri sorulmuş ve akıllarına gelen ilk üç yemek ya da yiyeceği belirtmeleri istenmiştir. Katılımcılara, daha sonra belirttikleri üç yemek ya da yiyecekte hangisini ön plana çıkartmak isteyecekleri sorusu yöneltilmiştir. Son olarak da katılımcılardan İzmir denilince akıllarına ilk gelen içeceği belirtmeleri istenmiştir.

Anket formu oluşturulduktan sonra, 100 katılımcıya ön test uygulanmış ve soru formunun test edilmesi, soruların açıklığının ve anlaşılabilirliğinin ortaya konulması hedeflenmiştir. Ön test sonucunda, anket formunda bir sorun olmadığı ve soruların açık ve net bir biçimde anlaşılır olduğunun görülmesi üzerine asıl uygulamaya geçilmiştir.

Uygulama İzmir’in tüm ilçelerini kapsayacak şekilde planlanmış ve anketler İzmir genelinde farklı yerlerde uygulanmıştır. Anketin, katılımcılara çoğunlukla yüz yüze uygulanmasının yanı sıra internet, e-posta ve telefon gibi araçlar yardımı ile de uygulamalar yapılmıştır. Toplanan anket formlarında öncelikle ilk soru olan katılımcının İzmir’de yaşayıp yaşamadığına dair olan soruya hayır yanıtı veren katılımcıların yanıtları analize dâhil edilmemiştir. Soruya evet yanıtı veren katılımcıların anket formları numaralandırılmış ve analizde kullanılmak üzere bilgisayara işlenmiştir.

Hedeflenen yanıt sayısına ulaşıldıktan sonra verilerin analizi SPSS 22.0 programı kullanılarak yapılmıştır. Anket soruları açık uçlu sorular, araştırma da keşifsel bir araştırma olduğu için yanıtların analizi sıklık temelinde (frequency analysis) yapılmıştır.

## BULGULAR

İzmir'in simge yemek/yiyecek ve içeceklerin ortaya konulması amacı ile düzenlenen ankete toplam 1109 kişi katılmıştır. Anketin evreni, İzmir'de yaşayan kişiler olarak belirlendiği için katılımcılardan, İzmir'de yaşayıp yaşamadığına dair olan ilk soruya hayır yanıtı veren 92 katılımcı ve soruya yanıt vermeyen bir katılımcı değerlendirme dışı bırakılmıştır. Anket sonuçları, söz konusu soruya evet yanıtı veren 1016 katılımcı üzerinden değerlendirilmiştir.

Ankete katılanların %62'si kadın, %38'i ise erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların, yaş gruplarına göre dağılımına bakıldığında ise 15 – 24 yaş grubunda 287, 25 – 34 yaş grubunda 315, 35 – 44 yaş grubunda 165, 45 – 54 yaş grubunda 117, 55 – 64 yaş grubunda 78 ve son olarak 65 yaş ve üstü yaş grubunda ise 45 katılımcı olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş grubu ve cinsiyet bakımından dağılımına Tablo 1'de yer verilmiştir.

**Tablo 1: Katılımcıların yaş ve cinsiyete göre dağılımı**

		Cinsiyet		Toplam
		Kadın	Erkek	
Yaş	15-24	184	103	287
	25-34	195	117	312
	35-44	111	53	164
	45-54	75	42	117
	55-64	38	39	77
	65 ve üstü	21	24	45
<b>Toplam</b>		624	378	1002

Anket çalışmasında, katılımcılara, İzmir'de ne yenmesi gerektiği sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların, İzmir'i ziyaret eden kişilere yemelerini tavsiye edecekleri üç yemek ya da yiyeceği belirtmeleri istenmiştir. Katılımcıların, birinci, ikinci ve üçüncü sırada en fazla belirttiği 10 yemek ya da yiyeceğin sıra, sayısı ve toplam içindeki yüzdesine sırasıyla, Tablo 2, Tablo 3 ve Tablo 4'de yer verilmiştir.

Tablo 2 incelendiğinde, katılımcıların %31'lik kısmının İzmir'de ne yenir sorusuna cevaben ilk aklına gelen yiyeceğin boyoz olduğu görülmektedir. İzmir'e Sefaradlar ile gelen ve İzmir halkı tarafından çok sevilen bir hamur işi olan boyoz, İzmir'e özgü olarak bilinen sokak lezzetlerinden biridir ve tanıtımlarda da sıkça yer almaktadır.



İkinci sırada yer alan kumru ise, yine İzmir'e özgüdür ve İzmir halkı tarafından sevilerek ve sıkça tüketilen sokak lezzetlerindedir. Katılımcıların, İzmir'de ne yenir sorusuna cevaben akıllarına gelen ilk iki yemek ya da yiyeceğin sokak lezzetleri olduğu gözlemlenmektedir. Bu durum, İzmirliilerin genellikle dışarıda yaşamayı ve yemek yemeyi seven insanlar olduğu izlenimini yaratmaktadır. Üçüncü sırada ise İzmir için önemli bir kaynak olan balık gelmektedir.

Tablo 2, İzmirliilerin ilk aklına gelen yemek ya da yiyeceklerin en çok belirtilen 10 tanesini göstermektedir. Tabloya bakıldığında ilk 10 yemek ya da yiyeceğin beş tanesinin sokak lezzetlerinden oluşması daha önce yapılan İzmirliilerin dışarıda yaşamayı seven insanlar olduğu görüşünü güçlendirmekte ve İzmir mutfağında sokak lezzetlerinin önemini vurgulamaktadır. Sokak lezzetlerinin yanı sıra, enginar, şevketi bostan ve genel olarak ot yemekleri de ilk 10 sırada yer bulmuş ve İzmir mutfağının sağlıklı yönünü temsil etmiştir. İzmir'in kendi adıyla anılan köftesi İzmir köfte ise ancak 6. sırada yer alabilmiştir.

**Tablo 2: Birinci sırada en çok belirtilen 10 yemek/yiyecek**

Sıra	Yemek/Yiyecek	Sayı	%
1	Boyoz	315	31
2	Kumru	147	14,5
3	Balık	135	13,3
4	Enginar	60	5,9
5	Midye	55	5,4
6	İzmir köfte	37	3,6
7	Şevketi bostan	26	2,6
8	Gevrek	21	2,1
9	Ot yemekleri	15	1,5
10	Söğüş	13	1,3

Tablo 3, katılımcıların ikinci sırada en çok belirttiği 10 yemek ya da yiyeceği göstermektedir. İkinci sırada en çok belirtilen yiyecek %16,6 oranla kumru olmuştur. Kumruyu takiben, ikinci sırada boyoz gelmektedir. Bu durum katılımcıların büyük çoğunluğunun aklına İzmir'de ne yenir sorusuna cevaben en çok gelen yiyeceklerin boyoz ve kumru olduğunu göstermektedir. Üçüncü sırayı ise yine bir sokak lezzeti olan midye almıştır. Ayrıca ilk sırada belirtilen yemek ya da yiyecekler arasında yer alan söğüşün yerini kokoreç almıştır.

**Tablo 3: İkinci sırada en çok belirtilen 10 yemek/yiyecek**

Sıra	Yemek/yiyecek	Sayı	%
1	Kumru	169	16,6
2	Boyoz	149	14,7
3	Midye	120	11,8
4	Balık	74	7,3
5	Enginar	54	5,3
6	Gevrek	53	5,2
7	Ot yemekleri	29	2,9
8	Kokoreç	23	2,3
9	İzmir köfte	22	2,2
10	Şevketi bostan	22	2,2

Tablo 4, katılımcıların üçüncü sırada en çok belirttiği 10 yemek ya da yiyeceği içermektedir. Üçüncü sırada en çok belirtilen yemek ya da yiyecek yine boyoz olmuştur. Boyozu takiben ikinci sırayı kumru, üçüncü sırayı ise midye almıştır. Öncekilerden farklı olarak listeye zeytinyağlı yemekler de dâhil olmuştur. Ancak, zeytinyağlı yemeklerin belirtilme oranı %3,4 gibi çok az bir oranda gerçekleşmiştir.

**Tablo 4: Üçüncü sırada en çok belirtilen 10 yemek/yiyecek**

Sıra	Yemek/yiyecek	Sayı	%
1	Boyoz	114	11,2
2	Kumru	114	11,2
3	Midye	102	10
4	Balık	80	7,9
5	Enginar	53	5,2
6	Gevrek	51	5
7	İzmir köfte	39	3,8
8	Ot yemekleri	35	3,4
9	Zeytinyağlı	28	3,4
10	Şevketi bostan	26	2,8

Katılımcıların İzmir'de mutlaka yenmesini tavsiye edeceklerini belirttikleri yemek ya da yiyeceklerin hangi sırada yazıldığına bakılmaksızın değerlendirme yapıldığında, toplamda en çok belirtilen 10 yemek ya da yiyeceğe Tablo 5'de yer verilmiştir. Tablo incelendiğinde sokak lezzetlerinden boyoz ve kumrunun ilk iki sırada yer aldığı görülmektedir. Bu yiyecekler toplamda en fazla yenmesinin tavsiye edileceği söylenen yiyecekler olmuştur ve verilen cevapların %33,1'lik kısmını oluşturmaktadır. Boyoz ve kumruyu, balık ve midye gibi deniz mahsulleri takip etmektedir. İzmir

mutfağında önemli bir yeri olan enginar ise beşinci sırada yer almaktadır. İzmirli için önemli bir yeri olan ve çoğunlukla gevrek olarak anılmasının İzmir'e özgü olduğu kabul edilen susamlı halka ise altıncı sıradadır. Yedinci sırada ise İzmir'in kendi adı ile anılan köftesi gelmektedir. İzmir mutfağının önemli aktörlerinden olan ot yemekleri, şevketi bostan ve zeytinyağlı yemekler ise toplamda sekiz, dokuz ve onuncu sıralarda yer almıştır.

Bulgular değerlendirildiğinde, toplamda en çok belirtilen 10 yemek ya da yiyeceğin dört tanesinin sokak lezzetlerinden oluştuğu görülmektedir. Bu bulgular ışığında, İzmirli dışarıda vakit geçiren insanlar olduğu ve sokak lezzetlerini de sıklıkla tükettiği düşüncesi güçlenmektedir. Bir diğer çıkarım ise dışarıda yenilen yiyeceklerin genellikle sokak lezzetleri olduğu, İzmir mutfağının genellikle evlerde yaşadığı ve ticari işletmelerde çoğunlukla sunulmadığı şeklinde olabilmektedir. İzmir'deki gıda işletmeleri incelendiğinde bu çıkarımın doğru olduğu söylenebilir. İzmir genelinde, İzmir mutfağına özgü yiyecek işletmelerine sıklıkla rastlanmamaktadır. Bu durum ise İzmir mutfağı yeterince tanıtılsa dahi İzmir'e gelen ziyaretçilerin bu mutfağı deneyimleme şansının az olduğu sonucunu doğurmaktadır.

**Tablo 5: Toplamda en çok belirtilen 10 yemek/yiyecek**

Sıra	Yemek/yiyecek	Sayı	%
1	Boyoz	578	19
2	Kumru	430	14,1
3	Balık	289	9,5
4	Midye	277	9,1
5	Enginar	167	5,5
6	Gevrek	125	4,1
7	İzmir köfte	98	3,2
8	Ot yemekleri	79	2,6
9	Şevketi bostan	74	2,4
10	Zeytinyağlı yemekler	60	2

Anket çalışmasında katılımcılara İzmir'i ziyaret eden kişilere yemeklerini tavsiye edecekleri üç yemek ya da yiyecek sorulduktan sonra, İzmir'i tanıtmaya şansı kendilerine verildiği takdirde bu üç yemek ya da yiyecekten hangisini ön plana çıkartacakları sorusu yöneltilmiştir. Bu soru ile İzmir'in simgesi olabilecek yemek ya da yiyeceklerin saptanması hedeflenmiştir. Tablo 6, katılımcıların ön plana çıkarılması gerektiğini

düşündüğü ilk 10 yemek ya da yiyeceği göstermektedir. İzmir'e özgü boyoz ve kumru yine ilk sıralarda yer almıştır. Üçüncü sırada ise balık vardır. Ön plana çıkarılması gereken yemek ve yiyeceklerin ilk üç sıralaması, katılımcıların ilk sırada belirttiği yemek ve yiyecekler ile toplamda en çok belirtilen yemek ve yiyeceklerin sıralaması ile aynı olduğu görülmektedir. Katılımcılar, en çok bilinen ve tavsiye edilen söz konusu yemek ve yiyeceklerin tanıtımlarda ön plana çıkarılması gerektiğini belirtmiştir. Bu durum anket sonuçlarının kendi içinde tutarlı olduğunu göstermektedir.

**Tablo 6: Ön plana çıkması gerektiği en çok belirtilen 10 yemek/yiyecek**

Sıra	Yemek/yiyecek	Sayı	%
1	Boyoz	284	28
2	Kumru	120	11,8
3	Balık	112	11
4	Enginar	87	8,6
5	Midye	53	5,2
6	Ot yemekleri	46	4,5
7	Şevketi bostan	29	2,9
8	Zeytinyağlı	29	2,9
9	İzmir köfte	23	2,3
10	Söğüş	17	1,7

Katılımcılara son olarak İzmir'de ne içilir sorusu yöneltilmiş ve İzmir denilince akıllarına ilk gelen içeceği yazmaları istenmiştir. Tablo 7, katılımcıların en çok belirttiği içecekleri göstermektedir. Katılımcıların yaklaşık %55'i bu soruya rakı yanıtını vermiştir. İkinci sırada ise %16,6 oranla bira yer almaktadır. Bulgular değerlendirildiğinde, ilk iki sırada yer alan içeceklerin rakı-balık ve midye-bira gibi İzmir'de sıklıkla tüketilen yiyecek-içecek eşleştirmelerinden ortaya çıktığı düşünülmektedir. Bu noktada, İzmir halkının kendi kültürlerini yansıtabilecek şekilde yiyecek-içecek eşleştirmelerini ön plana çıkardığını da söylemek yanlış olmayacaktır.

İzmir'le özdeşleşmiş ve tarihten günümüze kadar tüketilen içecekler olan şerbetler arasında önemli yeri olan sübye, limonata, karadut suyu (şerbeti) gibi içecekler son sıralarda yer almıştır ve toplamda %4 gibi çok düşük bir orana sahiptir. Bu durum, İzmir'in kültüründe aslen var olan bu içeceklerin günümüzde unutulmaya yüz tuttuğunu ispatlar niteliktedir.

**Tablo 7: En çok belirtilen 10 içecek**

Sıra	İçecek	Sayı	%
1	Rakı	553	54,4
2	Bira	169	16,6
3	Ayran	40	3,9
4	Çay	39	3,8
5	Şarap	33	3,2
6	Boza	27	2,7
7	Kahve	19	1,9
8	Sübye	19	1,9
9	Karadut suyu	11	1,1
10	Limonata	10	1

Tablo 8, katılımcıların yaş gruplarına göre en çok belirttiği 10 yemeği göstermektedir. Katılımcıların, İzmir’de ne yenir sorusuna cevaben belirttiği yemekler yaş grupları bazında incelendiğinde, genç katılımcıların çoğunlukla hızlı yemek olarak da tabir edilebilecek sokak lezzetlerine yöneldiği görülmektedir. Boyoz ve kumru tüm yaş gruplarında öne çıkan yiyecekler olmasına rağmen daha ileri yaş gruplarında sıralamada geriledikleri görülmektedir. İleri yaş grupları incelendiğinde balık ve sebze ağırlıklı tercihlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Genellikle, sağlıklı mutfak ile ilişkilendirilebilecek bu ürünlerin ileri yaş gruplarınca daha çok tercih ve tavsiye edildiği görülmektedir.

**Tablo 8: Yaş gruplarına göre en çok belirtilen 10 yemek/yiyecek**

Sıra/Yaş	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 ve üstü
1	Boyoz	Boyoz	Boyoz	Boyoz	Balık	Enginar
2	Kumru	Kumru	Balık	Enginar	Enginar	Balık
3	Midye	Midye	Kumru	Balık	Boyoz	Boyoz
4	Gevrek	Balık	Enginar	Kumru	İzmir köfte	Şevketi bostan
5	Balık	Gevrek	Midye	İzmir köfte	Şevketi bostan	İzmir köfte
6	İzmir köfte	Enginar	Ot yemekleri	Gevrek	Kumru	Kumru
7	Enginar	Ot yemekleri	Gevrek	Şevketi bostan	Ot yemekleri	Ot yemekleri
8	Kokoreç	Zeytinyağlı yemekler	İzmir köfte	Midye	Gevrek	Çipura
9	Lokma	Şevketi bostan	Zeytinyağlı yemekler	Ot yemekleri	Midye	Midye
10	Makarna	Kokoreç	Şevketi bostan	Söğüş	Arapsaçı	Pilav

Son olarak Tablo 9, katılımcıların yaş grupları ve cinsiyete göre en çok belirttiği 10 yemek ya da yiyeceği içermektedir. Yaş gruplarına göre analiz yapıldığında anlamlı farklılıklar görülmektedir. Bu analiz yaş grupları ve de cinsiyeti içerecek şekilde genişletildiğinde ise yine farklılıklar olduğu görülmektedir. Ancak aynı yaş grubundan kişilerin genel olarak benzer cevaplar verdiği ve cinsiyetin bulgularda anlamlı bir farklılık yaratmadığı görülmektedir.

**Tablo 9: Yaş grupları ve cinsiyete göre en çok belirtilen 10 yemek/yiyecek**

Yaş	15-24		25-34		35-44		45-54		55-64		65 ve üstü	
Cinsiyet	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
1	Boyoz	Boyoz	Boyoz	Boyoz	Boyoz	Balık	Boyoz	Boyoz	Balık	Balık	Balık	Enginar
2	Kumru	Kumru	Kumru	Midye	Kumru	Kumru	Enginar	Balık	Enginar	Boyoz	Enginar	Balık
3	Midye	Midye	Midye	Kumru	Balık	Boyoz	Balık	Kumru	Boyoz	Enginar	Boyoz	Şevketi bostan
4	Gevrek	Balık	Balık	Balık	Enginar	Midye	Kumru	Enginar	Şevketi bostan	İzmir köfte	Ot yemekleri	Çipura
5	Balık	Gevrek	Ot yemekleri	Gevrek	Midye	Zeytinyağlı yemekler	Şevketi bostan	İzmir köfte	Ot yemekleri	Kumru	Kumru	İzmir köfte
6	Enginar	Kokoreç	Enginar	Zeytinyağlı yemekler	Ot yemekleri	Enginar	İzmir köfte	Midye	Gevrek	Midye	İzmir köfte	Boyoz
7	İzmir köfte	İzmir köfte	Gevrek	Enginar	Gevrek	Şevketi bostan	Gevrek	Gevrek	Kumru	Şevketi bostan	Midye	Pilav
8	Lokma	Enginar	Şevketi bostan	Kokoreç	İzmir köfte	Ot yemekleri	Ot yemekleri	Söğüş	İzmir köfte	Gevrek	Yaprak sarma	Kalamar
9	Makarna	Yaprak sarma	İzmir köfte	Söğüş	Zeytinyağlı yemekler	Gevrek	Midye	Şevketi bostan	Zeytinyağlı yemekler	Kokoreç	Şevketi bostan	Börülce
10	Kumpir	Söğüş	Deniz mahsulleri	Köfte	Lokma	Kokoreç	Söğüş	Kokoreç	Köfte	Ot yemekleri	Zeytinyağlı yemekler	Bamya

## TARTIŞMA VE SONUÇ

Yerel halk ile yapılan anket çalışmasının bulguları incelendiğinde, ön plana çıkan yemek ya da yiyeceklerin genel olarak İzmir ile ilişkilendirilen ürünler olduğu görülmektedir. Anket çalışması sonucunda, katılımcıların toplamda en çok belirttiği 10 yemek ya da yiyecek sırasıyla boyoz, kumru, balık, midye, enginar, gevrek, İzmir köfte, ot yemekleri, şevketi bostan ve zeytinyağlı yemekler şeklinde olmuştur. Bu liste incelendiğinde İzmir ile sıklıkla eşleştirilen ve tanıtımlarda ya da mutfak ile ilgili diğer paylaşımlarda sıklıkla dile getirilen ürünler olduğu görülmektedir.

Yerel halkın görüşleri ile oluşan bu liste incelendiğinde İzmir mutfağında yer tutan ve ön plana çıkarılabilecek yemeklerin farklı kategoriler altında toplandığı görülmektedir. Bunlardan ilki hamur işlerinden oluşan sokak lezzetleri kategorisidir. Bu kategori altında boyoz, kumru ve gevrek gibi İzmir'e özgü atıştırmalık yiyecekler yer almaktadır. İkinci kategori ise balık ve deniz mahsulleridir. Ege denizinin kıyısında konumlanmış bir şehir olan İzmir için balık ve deniz mahsulleri son derece önem taşımaktadır. Bir diğer kategori köfteler şeklinde geliştirilebilmektedir. İzmir'in adı ile anılan köftesi İzmir köfte, İzmir halkının gözünde önemli bir yemek olarak ön plana çıkmıştır. Bu kategoriye farklı ilçelere özgü Tire köfte, Ödemiş köfte gibi özgün yemekler de eklenerek geliştirmek mümkün olabilir. Son kategori olarak otlar ve zeytinyağlı yemekler kategorisi ön plana çıkmaktadır. İzmir mutfağının genelinde önemli yer tutan otlar ve zeytinyağlı yemekler, İzmir halkının gözüyle de İzmir'in önemli yiyecekleri olarak ön plana çıkarılmıştır.



Sonuç olarak, bu araştırma İzmir halkının gözünden İzmir yemeklerinin belirlenmesi amacıyla düzenlenmiş ve belirli kategoriler altında toplanan yemek ve yiyecekler belirlenmiştir. Söz konusu yemek ve yiyecekler İzmir’i ve İzmir mutfağını tanıtmak adına kullanılabilecektir. Bunun yanı sıra, ileri bir araştırma konusu olarak İzmir halkı tarafından belirlenen bu yemek ve yiyeceklerin, İzmir’i ziyaret eden kişiler tarafından da benzer şekilde bilinip bilinmediği incelenebilir. Aynı araştırma İzmir’de yaşamayan kişiler üzerinde uygulanarak İzmir halkı tarafından belirlenen yemek ve yiyeceklerin dışarıdan gelen kişiler tarafından tanınıp tanınmadığı ölçülebilir.

## KAYNAKÇA

Atilla, N. (2001). *Tarihten Günümüze İzmir Mutfağı*. İzmir: İzmir Yayıncılık.

Bessiere, J., & Tibere, L. (2013). Traditional food and tourism: French tourist experience and food heritage in rural spaces. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 93(14), 3420–3425.

Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2016). Local food: a source for destination attraction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 177-194.

Chen, Q. (2013). An Investigation of Food Tourism in Chongqing. *International Journal of Management Cases*, 15(4), 110-121.

Chen, Q., & Huang, R. (2016). Understanding the importance of food tourism to Chongqing, China. *Journal of Vacation Marketing*, 22(1), 42-54.

Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in Tourism: Attraction and Impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 775-778.

Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.

du Rand, G., & Heath, E. (2006). Towards a Framework for Food Tourism as an Element of Destination Marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234.

Frochot, I. (2003). An Analysis of Regional Positioning and Its Associated Food Images in French Tourism Regional Brochures. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3/4), 77-96.

Hall, C. M., ve Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. C. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, ve B. Cambourne (Editörler), *Food Tourism Around the World: Development, management and markets* içinde (1-24). Oxford: Butterworth-Heinemann.

Hall, M., & Mitchell, R. (2000). Wine Tourism in the Mediterranean: A Tool for Restructuring and Development. *Thunderbird International Business Review*, 42(4), 445-465.

Harrington, R. J., & Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary Tourism - A Case Study of the Gastronomic Capital. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8, 14-32.

Hornig, J.-S., & Tsai, C.-T. (. (2010). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism Management*, 31, 74–85.

Jiménez-Beltrán, F., López-Guzmán, T., & González Santa Cruz, F. (2016). Analysis of the Relationship between Tourism and Food Culture. *Sustainability 2016*, 8(5), 418.

Karim, S. A., & Chi, C. G.-Q. (2010). Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations' Food Image. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19, 531-555.

Kim, S. (2015). Understanding the Historical and Geographical Contexts of Food Festival Tourism Development: The Case of the Tatebayashi Noodle Grand Prix in Japan. *Tourism Planning & Development*, 12(4), 433-446.

Kivela, J., & Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourist's experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 354-377.

Long, L. M. (2004). Culinary Tourism: A Folkloristic Perspective on Eating and Otherness. L. M. Long (Editör), *Culinary Tourism* içinde (20-50). Lexington: The University Press of Kentucky.

Mason, M. C., & Paggiaro, A. (2009). Celebrating Local Products: Role of Food Events. *Journal of Foodservice Business Research*, 12, 364-383.

Mitchell, R. ve Hall, C. M. (2003). Consuming tourists: food tourism consumer behaviour. C. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, ve B. Cambourne (Editörler), *Food Tourism Around the World: Development, management and markets* içinde (60-80). Oxford.

Neuman, W. L. (2006). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. USA: Pearson.

Pyo, S. S., Uysal, M., & McLellan, R. W. (1991). A Linear Expenditure Model for Tourism Demand. *Annals of Tourism Research*, 18, 443-454.

Richards, G. (2002). Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption? A.-M. Hjalager ve G. Richards (Editör), *Tourism and Gastronomy* içinde (3-20). Londra: Routledge.

Spilková, J., & Fialová, D. (2013). Culinary Tourism Packages and Regional Brands in Czechia. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 15(2), 177-197.

Yurtseven, H. R., & Kaya, O. (2011). Local Food in Local Menus: The Case of Gokceada. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6(2), 263-275.